

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “Creación de un complejo deportivo para
discapacitados en Huachi Grande”**

AUTOR: Evelin Katherine Lascano Cobo

TUTOR: Ing. MBA, Fernando Rodrigo Miranda López

AMBATO – ECUADOR

Noviembre 2017



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA, Rodrigo Fernando Miranda López

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Creación de un complejo deportivo para discapacitados en Huachi Grande**” presentado por la señorita **Evelin Katherine Lascano Cobo** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 17 de Febrero del 2017

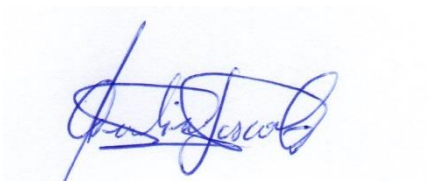


Ing. MBA. Rodrigo Fernando Miranda López

C.I. 1803556040

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Evelin Katherine Lascano Cobo**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

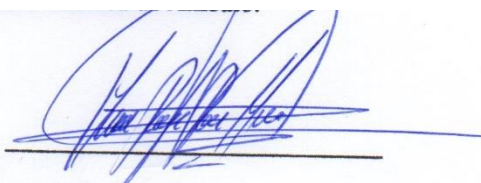


Evelin Katherine Lascano Cobo

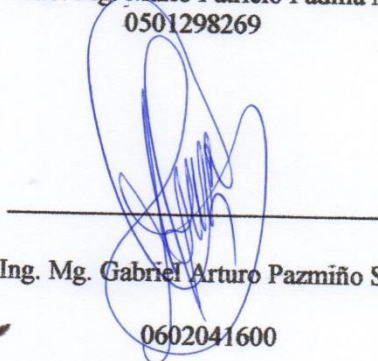
C.I. 1805175369

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Lcdo. Mg. Mario Patricio Padilla Martínez
0501298269



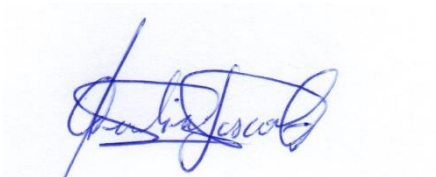
Ing. Mg. Gabriel Arturo Pazmiño Solís
0602041600

Ambato, 24 de Abril del 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Evelin Katherine Lascano Cobo

C.I. 1805175369

AGRADECIMIENTO

La fe es importante en un sueño y derrotar obstáculos en el camino a la meta, esta fe es el depósito en Dios quien me dio la fuerza e inspiración.

Agradezco a mi familia por siempre apoyarme en mis decisiones.

A mis amigos con los cuales he vivido momentos maravillosos que no los cambiaría por nada.

Al Ing. MBA Fernando Miranda López por ayudarme en la realización de este proyecto de graduación, por ser muy paciente y creer en mí.

A todos aquellos de los cuales he podido aprender y me han ayudado a crecer no como profesional sino como persona, que es lo más importante. Un título no te hace una mejor ni peor persona, eso es solamente superficial lo que realmente importa es lo que llevamos por dentro.

DEDICATORIA

El presente Proyecto de Emprendimiento está dedicado primeramente a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera.

A mis padres Silvia Cobo y Hernan Lascano, porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y consejos para hacer de mí una mejor persona.

A mi hermano Wilian y mi sobrina Arianita por sus palabras y compañía, y ser como un padre y un excelente ejemplo en mi vida.

A mi esposo Joel por sus palabras y confianza, por su amor y brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente, a mis amigos, compañeros y a todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para el logro de mis objetivos.

Evelin Katherine Lascano Cobo

INDICE

APROBACIÓN DEL TUTOR	I
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	II
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	III
DERECHOS DE AUTOR.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA	VI
INDICE.....	VII
INDICE DE TABLAS	X
INDICE DE GRAFICOS	XII
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
ABSTRACT.....	XIV
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DELPROBLEMA.....	1
CAPÍTULO 2: DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO.	5
2.1. Nombre del emprendimiento.	5
2.2. Localización geográfica	5
2.3. Justificación.	6
2.4. Objetivos.	8
2.3.1.General:.....	8
2.3.2.Específicos:	8
2.4.Beneficiarios	9
2.5.Resultados	9
CAPITULO 3 ESTUDIO DE MERCADO	10
3.1. Segmentación de mercado.....	10
3.2. Proyección año 2017	10

3.4. Análisis de la oferta.....	19
3.4.1. Demanda potencial insatisfecha	20
3.5. 1. Análisis de precios	21
3.5. Cálculo del precio.....	21
3.5.2. Método de proyección del precio	22
3.6. Canales de comercialización del producto.....	23
3.7. Canales de distribución del producto.....	24
3.8. Estrategias para comercializar.	26
CAPITULO 4: ESTUDIO TECNICO	28
4.Tamaño	28
4.1.Tamaño optimo del proyecto.....	28
Tamaño óptimo cualitativamente	28
Tamaño óptimo cuantitativamente	28
4.2.LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	30
4.2.1.Macro localización	31
4.2.2.Micro localización.....	31
4.3.1.1.Caracterización del servicio.....	34
4.3.2.Balance de materiales	34
4.3.3.Capacidad de produccion	35
CAPITULO 5: ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	39
5.1.Diseño organizacional	39
5.1.1.Organigrama Estructural	39
5.1.2.Organigrama Posicional	41
5.1.3.Organigrama Funcional.....	42
5.1.4.Manual de funciones	43
CAPITULO 6: FINANCIERO	50
6.Financiero	50

6.1.Inversiones en activos fijos tangibles	50
6.2.Inversiones en activos fijos intangibles	51
6.3.Capital de trabajo	52
6.4.Resumen de las inversiones	53
6.5.Financiamiento	54
6.6.Plan de Inversiones.....	54
6.7.Presupuesto De Gastos e Ingresos	54
6.7.1Situación financiera actual	55
6.7.2Presupuesto de ingresos.....	56
6.7.1Estado de resultados proyectados	57
6.7.2Flujo de caja.	58
6.8. Punto de equilibrio	59
6.9. Tasa mínima de aceptación de rendimiento	60
6.10.Valor actual neto	62
6.11.Índices financieros	63
6.12.Relación costo-beneficio	64
6.13.Periodo de recuperación de la inversión	64
6.14.Tasa interna de retorno	65
6.15.Análisis de sensibilidad	66
7.CAPITULO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
7.1.CONCLUSIONES	67
1.2.RECOMENDACIONES	68
ANEXOS	69
REFERENCIAS.....	77

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios	9
Tabla 2 Segmentación de Mercado	10
Tabla 3 Proyeccion 2017.....	10
Tabla 4 Practica actividad física durante sus tiempos libres.....	12
Tabla 5 Frecuencia con que practican actividad física.....	13
Tabla 6 Lugar donde lo practica.....	14
Tabla 7 Otros servicios.....	15
Tabla 8 Frecuencia con la que asistirá al complejo deportivo	16
Tabla 9 Horarios de atención	17
Tabla 10 Costo del servicio.....	18
Tabla 11 Demanda	19
Tabla 12 Oferta	20
Tabla 13 Demanda Potencial Insatisfecha	20
Tabla 14 Cálculo del Precio	21
Tabla 15 Proyeccion del Precio.....	22
Tabla 16 Matriz FODA	26
Tabla 17 Tamaño optimo del proyecto	28
Tabla 18 Capacidad del Proyecto.....	29
Tabla 19 Localización óptima del proyecto	30
Tabla 20 Materiales para el complejo deportivo.....	34
Tabla 21 Producto Final	35
Tabla 22 Distribución del espacio físico del negocio	38
Tabla 23 Insumos	50
Tabla 24 Terreno	51
Tabla 25 Muebles y Enseres	51
Tabla 26 Activos Intangibles	52
Tabla 27 Servicios Basicos Promedio.....	52
Tabla 28 Capital De Trabajo	53
Tabla 29 Resumen de la Inversión	53
Tabla 30 Plan de Inversiones.	54

Tabla 31 Ingresos Brutos	54
Tabla 32 Presupuesto de Ingresos y Gastos	55
Tabla 33 Estado de Situacion Inicial.....	55
Tabla 34 Presupuesto de Ingresos	56
Tabla 35 Flujo de Caja	58
Tabla 36 Costo fijo y Costo variable.....	59
Tabla 37 Analisis de sensibilidad.....	66

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Árbol de problemas.....	4
Gráfico 2 Localizacion Geografica.....	5
Gráfico 3 Población por condición de discapacidad	7
Gráfico 4 Practica actividad física en tiempos libres.....	12
Gráfico 5 Frecuencia con que practican actividad física	13
Gráfico 6 Lugar donde lo practica	14
Gráfico 7 Otro servicio que le gustaría que le brinden	15
Gráfico 8 Frecuencia con la que asistirá al complejo deportivo	16
Gráfico 9 Horario de atención.....	17
Gráfico 10 Costo del Servicio	18
Gráfico 11 Proyección de Precios	22
Gráfico 12 Canal de distribución	26
Gráfico 13 Tamaño óptimo del proyecto	29
Gráfico 14 Diagrama de flujo del proceso de servicio.....	33
Gráfico 165 Distribución física.....	36
Gráfico 18 Punto de Equilibrio	60

RESUMEN EJECUTIVO

El emprendimiento Complejo Deportivo Huachi Grande se dedicara a brindar un servicio de calidad en áreas deportivas (rumbaterapia, futbol) así como en servicios adicionales como son parqueadero y el uso y consumo en la cafetería, en este tiempo el emprendimiento está en la fase de introducción, para posteriormente con el tiempo entre en la fase de crecimiento en la cual se incrementaran los servicios a brindar, por lo que es necesario cumplir con las estrategias de mercado.

En Ecuador el Ministerio del Deporte fomenta, desarrolla y promueve la actividad física, deportiva y recreación hacia personas discapacitadas y así demostrar su talento y motivar a muchas otras personas con discapacidades, en la parroquia Huachi Grande se requiere una nueva alternativa que diversifique los servicios y motive a los usuarios a participar de ellos, por lo que se ha realizado un estudio completo que nos permitió conocer que el proyecto es viable y recuperable.

De acuerdo a las encuestas realizadas nos arrojó como resultado que la demanda serán personas con discapacidad física y también que será usado por personas de entre 15 y 45 años; de igual manera nos da a conocer el monto de la inversión total que es de \$95.994,50 que incluye muebles y encerados, insumos, equipos de cómputo, etc. Se determinó el costo de producción del servicio y el precio en el que se lo va a brindar que es de \$2,5 por persona con un alto porcentaje de ganancia.

De este modo la propuesta resultante de la investigación realizada apunta a la creación del complejo deportivo para discapacitados en Huachi Grande brindando un servicio de calidad y con diferenciación aplicando las estrategias de mercado propuestas para de esta manera satisfacer a los clientes.

PALABRAS CLAVES: EMPRENDIMIENTO, COMPLEJO DEPORTIVO, DISCAPACIDAD.

ABSTRACT

The Complejo Deportivo Huachi Grande will be dedicated to provide a quality service in sports areas (rumbaterapia, soccer) as well as additional services such as parking and use and consumption in the cafeteria, at this time the venture is in the introductory phase, To subsequently eventually enter the growth phase in which the services to be provided will be increased, which is why it is necessary to comply with the market strategies.

In Ecuador, the Ministerio del Deporte encourages, develops and promotes physical activity, sports and recreation for people with disabilities and thus demonstrate their talent and motivate many other people with disabilities, in the Huachi Grande parish a new alternative is required that diversifies the services and motivate users to participate in them, so a complete study has been conducted that allowed us to know that the project is viable and recoverable.

According to the surveys carried out, it showed us that the demand will be people with physical disabilities and also that it will be used by people between 15 and 45 years old; In the same way, it gives us to know the amount of the total investment that is \$ 95,994.50, which includes furniture and materials, supplies, computer equipment, etc. We determined the cost of production of the service and the price at which it will be provided, which is \$ 2.5 per person with a high percentage of profit.

In this way, the proposal resulting from the research carried out aims at the creation of the sports complex for the disabled in Huachi Grande, providing a quality service and with differentiation applying the proposed market strategies in order to satisfy customers.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, SPORTS COMPLEX, DISABILITY.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Los estudios más próximos al actual que hemos encontrado es “EL FUTSAL ADAPTADO EN LA INCLUSIÓN SOCIAL EN LOS ESTUDIANTES CON DISCAPACIDAD VISUAL DE LA ESCUELA ESPECIAL PARA NO VIDENTES DE TUNGURAHUA “JULIUS DOEPFNER” en el cual el autor destaca que la práctica de actividad física en personas con discapacidad mejora las relaciones interpersonales, capacidades físicas y fortalecer el desarrollo motriz, de tal forma que mantengan un ritmo de vida armoniosa, optimista y con esperanza, dejando atrás la idea de sentirse excluidos de la sociedad. (SERRANO, 2016)

Planteamiento del problema “es como presentar un documental filmado de una realidad conflictiva, en donde se ubica el objeto de investigación.” (Herrera, Medina, Naranjo, 2010) Existen varios métodos para plantearse un problema y para este emprendimiento se ha visto la necesidad de crear un árbol de problemas.

La discapacidad es una deficiencia en el ser humano sea esta física o intelectual que no permita el desarrollo normal de la persona para realizar las actividades de la vida cotidiana.

Actualmente a nivel global la tecnología y la ciencia avanza a pasos agigantados de la misma forma que la economía de un país por tal motivo las pequeñas, medianas y grandes empresas se ven en la obligación de mejorar, innovar y crear procesos productivos y por consiguiente los productos que ofertan en el mercado para garantizar la permanencia en el mercado.

En la zona tres una de las razones por las cuales existen pocos centros deportivos para discapacitados es el desinterés de las personas por realizar proyectos que beneficien no solo al emprendedor sino a la sociedad; de la misma manera la infraestructura juega un papel muy importante ya que debido a la inadecuada infraestructura ocasiona lesiones físicas y por consiguiente ocasiona el desinterés por parte de las personas discapacitadas para realizar actividades deportivas.

La exclusión hacia las personas con cualquier tipo de discapacidad hace que ellos tengan una autoestima baja y por consiguiente depresión por ser excluidos de varias actividades entre ellas las más relevantes las deportivas es por ello que a nivel mundial se ha realizado campañas de inclusión social.

Al igual que en otras parroquias , la falta de espacios físicos recomendables para la ejecución de la actividad deportiva de discapacitados es un tema recurrente en la parroquia de Huachi Grande provocándose con ello el desánimo y desinterés en aquellos que buscan ocupar su tiempo libre ya que no cuentan con un ambiente óptimo para practicar deportes.

Respecto al estado anímico de personas con discapacidad en algunos casos tienen la autoestima completamente baja debido a que sus familiares y amigos no les brindan motivación de seguir con una vida normal. Por consiguiente no permite el desarrollo de habilidades deportivas por parte de personas discapacitadas lo que ocasiona un desconocimiento de talentos que en un futuro y con preparación pueden tener éxito.

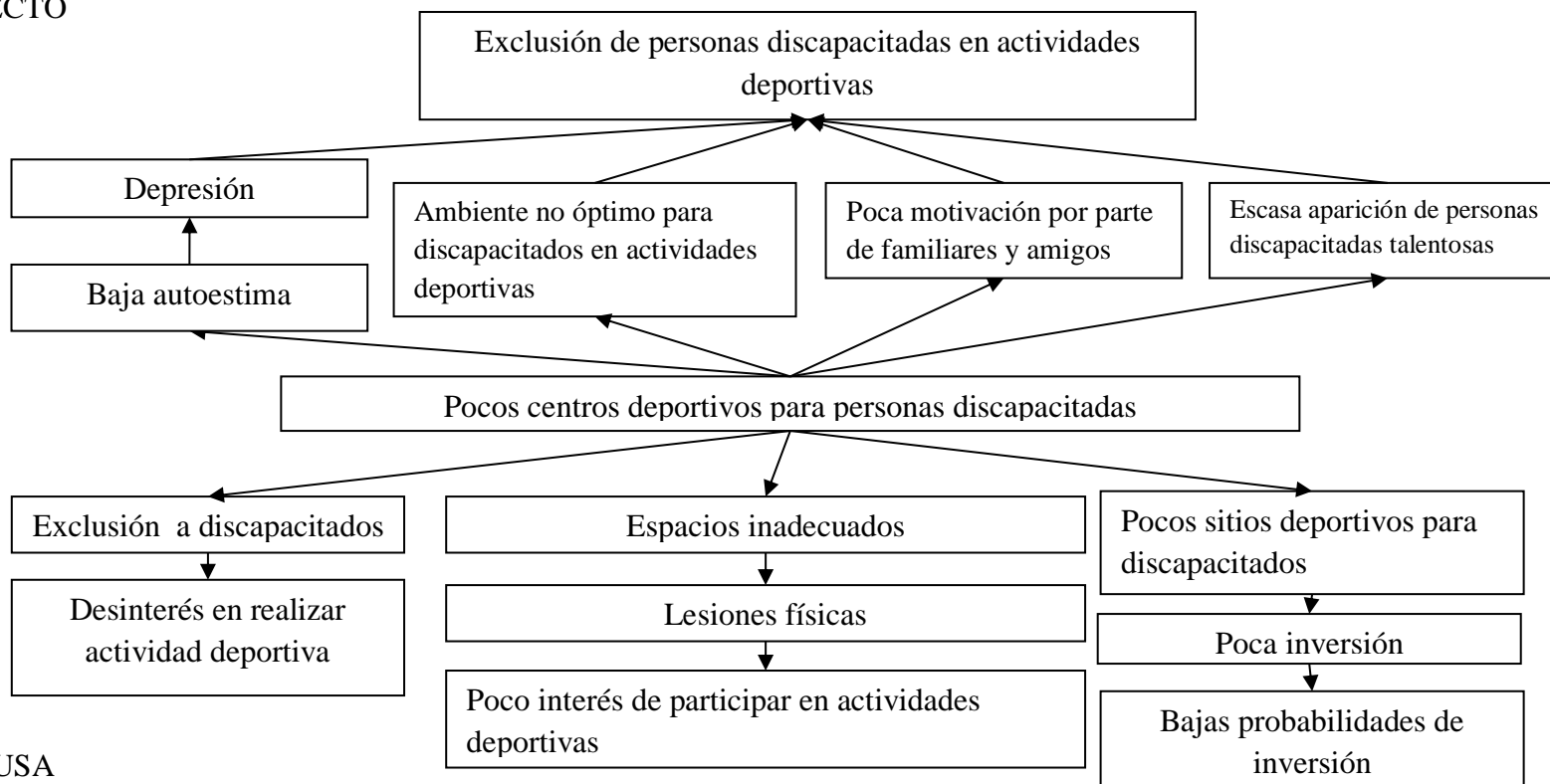
De acuerdo este punto de vista se ha determinado que el problema es que existen pocos centros deportivos para personas discapacitadas por lo cual el emprendimiento que se realizara es la creación del complejo deportivo para discapacitados que propiamente dicho se encuentra situado en la línea de investigación: Emprendimiento y economía popular y solidaria; con el programa de investigación de Emprendimiento.

Considerando lo anteriormente señalado, el presente trabajo, tiene como objetivo estudiar la factibilidad de la creación de un establecimiento deportivo para discapacitados en la Parroquia de Huachi Grande, Barrio Los Laureles, la cual tendrá como propósito el desarrollo de la actividad deportiva atendiendo a las necesidades cubriendo una demanda de aproximadamente 136462 personas (discapacitadas, comunidad), la elevación del autoestima y mejoramiento físico de los usuarios a un costo de \$2.5 acorde al mercado. (SEMPLADES, 2013)

De acuerdo con el segundo objetivo del Plan de Desarrollo que suscribe que se debe Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad este proyecto a realizarse cumple con dicho objetivo. (SEMPLADES,

2013). Es por eso que en todo sitio público se debe tener espacios y adecuaciones para el desarrollo y desenvolvimiento de personas con discapacidad.

EFEECTO



CAUSA

Gráfico 1 Árbol de problemas
Fuente: De campo
Elaborado por: Evelin Lascano

CAPÍTULO 2: DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO.

2.1. Nombre del emprendimiento.

“Creación de un complejo deportivo para discapacitados en Huachi Grande”

2.2. Localización geográfica



Gráfico 2 Localizacion Geografica

Fuente: Google maps

PAIS: ECUADOR

REGION: ZONA TRES

PROVINCIA: TUNGURAHUA

CANTON: AMBATO

PARROQUIA: HUACHI GRANDE

BARRIO: LOS LAURELES

2.3. Justificación.

La inserción de personas con discapacidad en el ámbito deportivo a nivel mundial es muy reconocido ya que desde varios años atrás como es de conocimiento de todos que mediante decretos de las olimpiadas se permite la participación de dichas personas en las olimpiadas obteniendo muy buenos resultados y de esta forma también siendo un ejemplo de superación para otras personas.

A nivel mundial existe el centro de Deporte Adaptado Hegalak ofrece características deportivas, medicas, de construcción y de instalaciones que lo convierten en un espacio único en España y Europa. Se trata, de además, de un centro integrador donde el usuario, con discapacidad o no, busca salud, actividad física, ocio y deporte.

A nivel de nuestro país Ecuador el ministerio del deporte también fomenta, desarrolla y promueve la actividad física, deportiva y recreación hacia personas discapacitadas y así demostrar su talento y motivar a muchas otras personas con discapacidad. En Ecuador existen entidades como la Federación Ecuatoriana de Deportes para Personas con Discapacidad Intelectual “FEDEDI”, Federación Ecuatoriana de Deportes para Personas con Discapacidad Auditiva y/o de Lenguaje “FEDEPDAL”, Federación Ecuatoriana de Deportes para Personas con Discapacidad Visual ”FEDEDIV” y Federación Ecuatoriana de Deportes para Personas con Discapacidad Física “FEDEPDIP” (MINISTERIO DEL DEPORTE, 2016)

A nivel de la Región Centro que es a la que pertenece Tungurahua así como también Chimborazo, Cotopaxi y Pastaza existen varios centros que promueven y motivan a una superación de personas con discapacidad en el ámbito profesional y personal pero no se enfocan en el ámbito deportivo que también es muy importante para la inserción completa en la sociedad y que es el segmento al que el emprendimiento está enfocado. En la Región Centro de Ecuador existen varias entidades que se encargan de discapacitados estas son:

- Fundación de niños con síndrome de Down y otras discapacidades
Corazón de María
- Unidad centralizada de prestación de servicios (UTA)

- Gobierno autónomo descentralizado municipal de mocha
- Fundación de personas discapacitadas san José de Huambalo
- Gobierno autónomo descentralizado municipal de san Cristóbal de Patate
- Gobierno autónomo descentralizado municipal de Tisaleo
- Fundación protección y descanso (MIES, 2016)

Debido a que la actividad física y el deporte vienen siendo considerados desde hace varios años un importante sector económico el cual busca satisfacer necesidades nuevas derivadas de las condiciones de vida modernas, los procesos, así como las nuevas tendencias de la actividad física y el deporte, deben ser bien encausados y ofrecidos de una manera organizada y sistemática que permitan la ampliación de las opciones recreativas del usuario, además de incluir la consolidación de la empresa deportiva como una muy buena opción dentro de la fuerza económica de la provincia.



Gráfico 3 Población por condición de discapacidad
Elaborado por: MSP
Fuente: CONADIS

En el cantón Ambato no existe centros deportivos que se enfoquen en las personas con discapacidad que permita explotar el talento de personas con discapacidad para actividades deportivas. La demanda que se va a tender debido a que no existen complejos deportivos para discapacitados en Tungurahua es aproximadamente del 48% que corresponde a personas con discapacidad física de 5783 personas según los datos presentados por el SETEDIS y el Ministerio de salud Pública en el año 2017.

Nuestra parroquia requiere una nueva alternativa que diversifique los servicios y motive a los usuarios a participar de ellos. A la par que dinamiza procesos económicos y sociales importantes para el desarrollo de la parroquia ya que mediante la diversificación de actividades físicas que pueden realizar personas con discapacidad y sin discapacidad se lograra que mantengan motivados, saludables y con la autoestima elevado.

Actualmente el emprendimiento, estimulado en buena parte por la reinserción de discapacitados en la sociedad, también es posibilidad abierta al autoempleo y al desarrollo de las competencias adquiridas en el proceso de formación universitaria.

2.4. Objetivos.

El objetivo del proyecto es el producto final tangible que quien realiza el proyecto debe producir y entregar con el fin de que se obtenga los beneficios esperados de la instalación del proyecto. (GUIDO, CLEMENTS, 2012)

2.3.1. General:

Determinar la factibilidad de la creación de un complejo deportivo para discapacitados en Huachi Grande, Barrio Los Laureles.

2.3.2. Específicos:

- Realizar un estudio de mercado para conocer la segmentación de mercado que está dispuesta a usar un complejo deportivo.
- Elaborar un estudio técnico para determinar la ingeniería del proyecto.
- Elaborar un estudio organizacional para determinar el organigrama de la microempresa.
- Proponer la creación de un complejo deportivo de forma adecuada para discapacitados.

2.4. Beneficiarios

Tabla 1 Beneficiarios

Grupo de Involucrado	Interés	Beneficios
Comunidad de Discapacitados	Realizar deporte y mejorar la salud. Inclusión social	Fomentar el deporte Incrementar el autoestima
Emprendedora	Abrir nuevas fuentes de empleo Generar ingresos	Obtener el título de tercer nivel.

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

De acuerdo con la tabla los principales beneficiarios son la comunidad de discapacitados de la provincia de Tungurahua y la emprendedora (estudiante). Los beneficios que el proyecto brinda a cada uno de ellos es a las personas con discapacidad permitirán realizar deporte y mejorar la salud así como elevar su autoestima y a la emprendedora beneficiara con la obtención del título de tercer nivel y permitiendo generar ingresos a través del emprendimiento cuyo servicio tiene un costo de \$2.5 por persona satisfaciendo a un nicho de mercado aproximadamente de 136462 personas con discapacidad del cantón y de la misma manera a personas de entre 14 y 45 años de esta forma mejorar el nivel de vida.

2.5. Resultados

Los resultados alcanzados con la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento serán primero que se genere una fuente de ingresos para la emprendedora que coadyuve a incrementar las fuentes de empleo en la zona.

Otro resultado a alcanzar es que las personas con discapacidad mejoren su autoestima ya que de esta manera también se sentirán incluidos en la sociedad.

Tener en cuenta la mejor propuesta para la instalación de la cancha sintética mediante proformas investigadas de esa manera obtener el monto total de la inversión el cual sea favorable y alcanzable para la ejecución del proyecto

CAPITULO 3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Segmentación de mercado

(LLama, 2009) Es la división del mismo en grupos homogéneos a los que se les aplicará una estrategia comercial diferenciada con el fin de satisfacer necesidades y deseos de los individuos que forman los segmentos y con la finalidad de que la empresa alcance sus objetivos. La segmentación de mercado es más importante cuando en el mercado existe, mucha competencia. Segmentado la empresa se adapta mejor a las necesidades y deseos de un grupo de consumidores adecuando y además, va a servir para que la empresa se diferencie del resto de los competidores.

Tabla 2 Segmentación de Mercado

Nivel	Variable de segmentación	Descripción	Datos	Fuente	Año
Nivel 0	Geográfica	Población de la provincia de Tungurahua	504583 hab.	INEC	2010
Nivel 1	Geográfica	Población del Cantón Ambato	329856 hab.	INEC	2010
Nivel 2	Demográfico	Población con discapacidad	11863 hab.	MSP	2016
Nivel 3	Demográfico	Población con discapacidad física en Tungurahua	5693 hab.	SETEDIS	2016
Nivel 3	Demográfico	Población de 15 a 45 años	128640hab.	INEC	2016
			136462personas		2017

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: INEC – SETEDIS

3.2. Proyección año 2017

Tabla 3 Proyeccion 2017

Año	Mercado Objetivo	Tasa de Crecimiento Poblacional
2016	134333	1.56%
2017	136462	

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: INEC - SETEDIS

POBLACIÓN Y MUESTRA

$$n = \frac{NZ^2p.q}{(N - 1)e^2 + Z^2p.q}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra.

Z: Nivel de confianza (95%, 1.96).

p: Probabilidad de concurrencia del fenómeno. (0.05)

q: Probabilidad en contra d

e ocurrencia del fenómeno. (0.05)

N: Población / Mercado meta.

e : Margen de error.

$$n = \frac{(136462)(1,96)^2(0,05)(0,95)}{(136462)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,05)(0,95)}$$

$$n=72$$

72 personas a encuestar

1. ¿Practica actividad física durante sus tiempos libres?

Tabla 4 Practica actividad física durante sus tiempos libres

Opción de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	65	90%
No	7	10%
TOTAL	72	100%

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo



Gráfico 4 Practica actividad física en tiempos libres

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS:

Estos datos nos permiten conocer que la mayoría de personas con discapacidad en los tiempos libres practican actividad física por lo tanto el futbol es un deporte preferido en la actualidad. El practicar futbol acompañado de gimnasia y otro tipo de actividades también es muy beneficioso para la salud ya que la actividad física permite al cuerpo estar saludable.

2. ¿Con que frecuencia practica actividad física?

Tabla 5 Frecuencia con que practican actividad física

Opción de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Todos los días	8	11%
Un día por semana	15	21%
Más de un día por semana	37	51%
Los fines de semana	4	6%
Una vez al mes	8	11%
TOTAL	72	100%

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

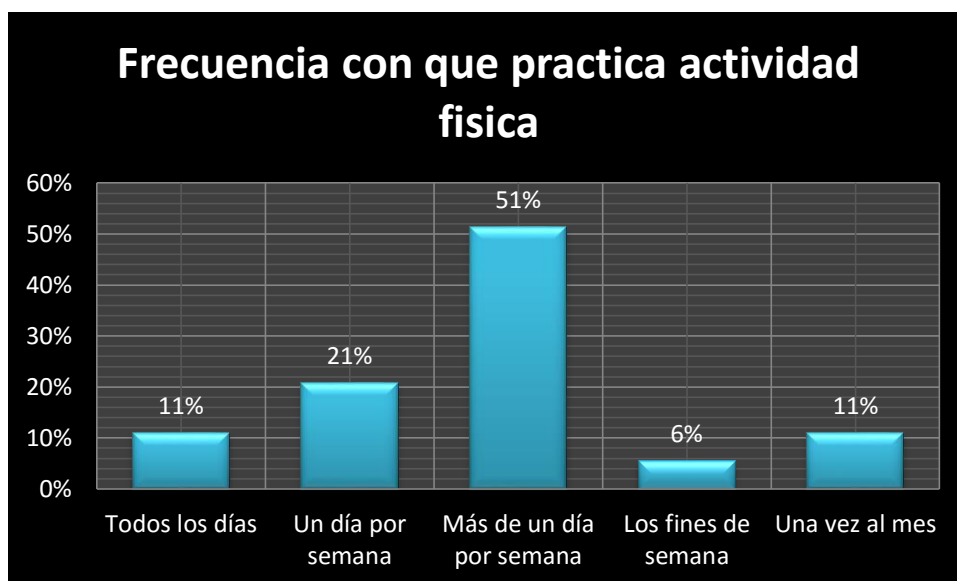


Gráfico 5 Frecuencia con que practican actividad física

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS:

Los datos analizados de la frecuencia con que se practica actividad física mediante la encuesta aplicada es más de un día por semana con un 51%, un día por semana 21 % y todos los días y una vez al mes con un 11 %.

3. ¿En qué lugares practica actividades deportivas?

Tabla 6 Lugar donde lo practica

Opción de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Calle	6	8%
Parques	12	17%
Canchas	15	21%
Complejo deportivo	39	54%
TOTAL	72	100%

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

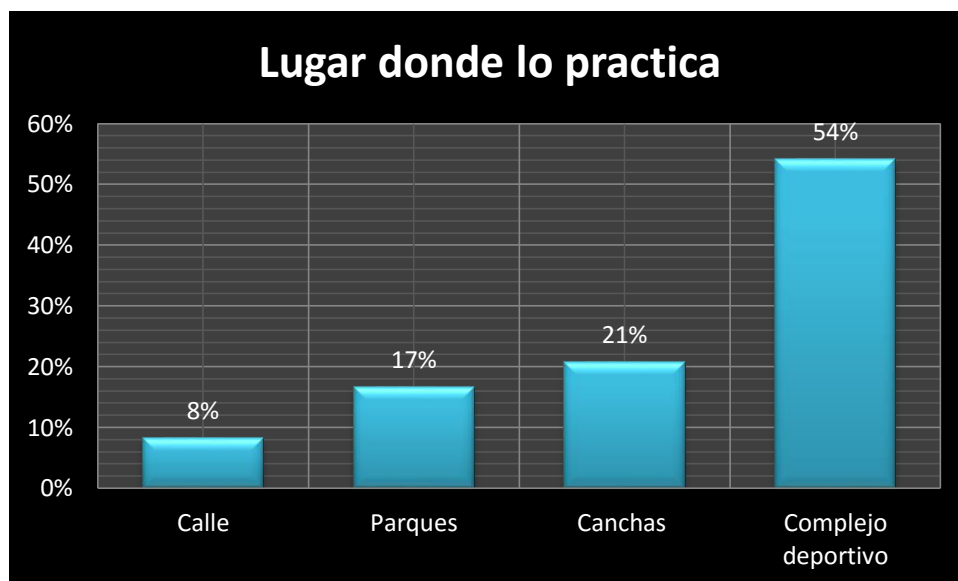


Gráfico 6 Lugar donde lo practica

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS:

Los datos recolectados permiten llegar a la conclusión de que las personas que practican actividad física en su gran mayoría lo realizan en complejos deportivos, de entre las opciones propuestas como son calle, parques y canchas.

4. ¿Qué otro tipo de servicio le gustaría que le brinden?

Tabla 7 Otros servicios

Opción de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Restaurant	5	7%
Cafetería	35	49%
Gimnasio	21	29%
Minimarket	11	15%
TOTAL	72	100%

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

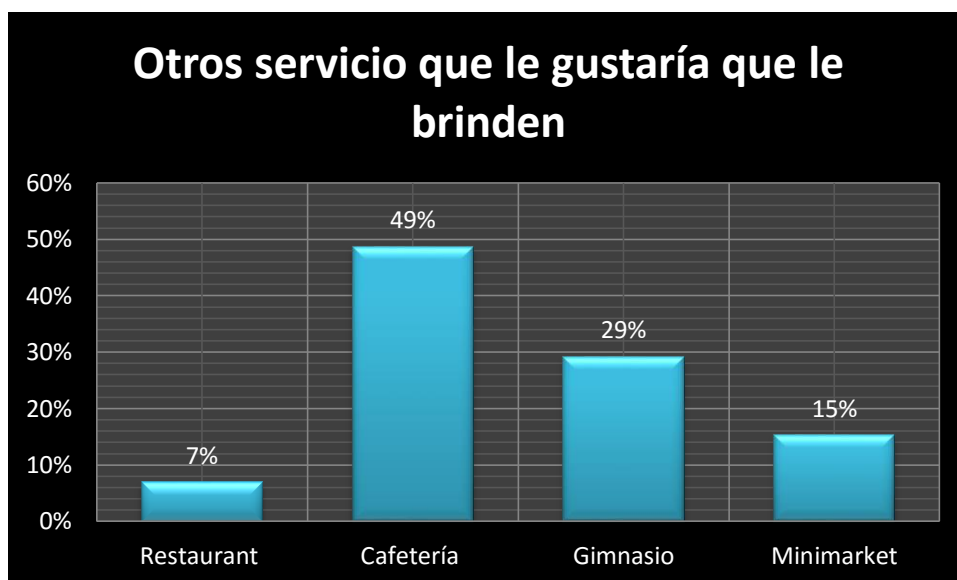


Gráfico 7 Otro servicio que le gustaría que le brinden

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS:

El interés al asistir a un complejo deportivo es por el servicio que se brinde en este caso para brindar un servicio el posible usuario desearía tener a disposición una cafetería y el gimnasio para brindar un servicio de calidad; en el sector de Huachi Grande no existe este tipo de complejos deportivos que brinden un servicio de excelente calidad a personas con discapacidad.

5. ¿Con que frecuencia asistiría a practicar actividades deportivas en dicho lugar?

Tabla 8 Frecuencia con la que asistirá al complejo deportivo

Opción de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Todos los días	9	13%
Un día por semana	15	21%
Más de un día por semana	35	49%
Los fines de semana	7	10%
Una vez al mes	6	8%
TOTAL	72	100%

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo



Gráfico 8 Frecuencia con la que asistirá al complejo deportivo

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS:

Las personas encuestadas supieron manifestar que si asistirían al complejo deportivo en Huachi Grande con una frecuencia de más de una vez a la semana; ya que no está demasiado alejada de la ciudad, por otra parte los más beneficiados serán las personas de los alrededores ya que ahorrarán sus recursos económicos y tiempo.

6. ¿Durante que horario de lunes a viernes jugaría fútbol en este recinto?

Tabla 9 Horarios de atención

Opción de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
9:00 13:00	3	4%
13:00 18:00	13	18%
18:00 22:00	49	68%
22:00 2:00	7	10%
TOTAL	72	100%

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo



Gráfico 9 Horario de atención

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS:

Las personas discapacitadas quienes asistirán a nuestro complejo deportivo tienen más acceso en el horario de 18:00 a 22:00 con un 68% ya que por motivos de estudios o trabajo su tiempo libre se reduce a este horario.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el arriendo de este servicio? (Por hora)

Tabla 10 Costo del servicio

Opción de respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$2 - 3	57	79%
\$4 - 5	15	21%
TOTAL	72	100%

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

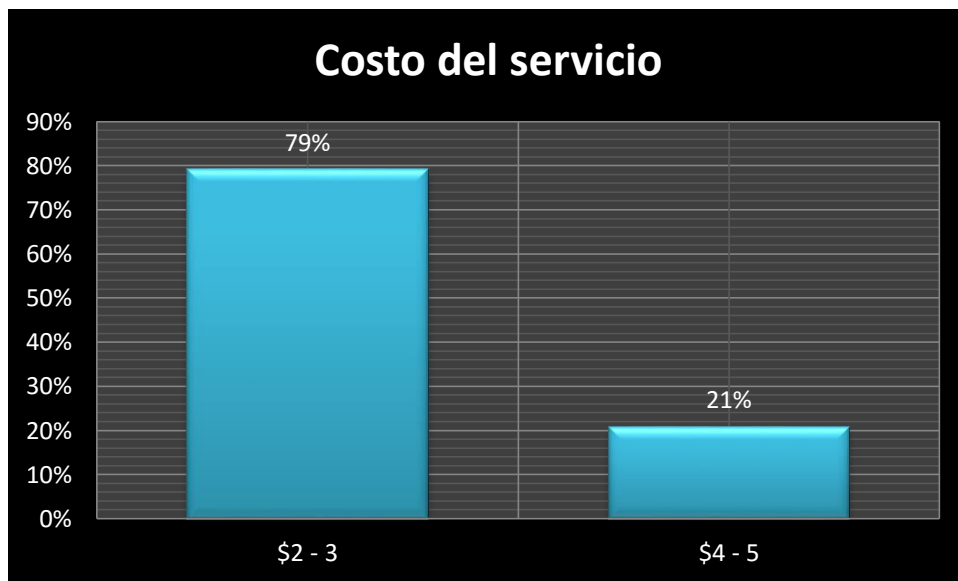


Gráfico 10 Costo del Servicio

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS:

El costo en el servicio es muy importante ya que si el servicio tiene un costo accesible la clientela aumentara habitualmente. El costo de 2 a 3 dólares por hora uso.

3.3. Análisis de la demanda

Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para cubrir necesidades. (Keat & Young, 2004)

Para el cálculo de la demanda de personas utilizaremos el 50% de personas de 15 a 45 años que son también un posible cliente adicional a las personas con discapacidad.

Tabla 11 Demanda

Año	Demanda personas	TCP
2016	136462	1.56%
2017	138590	2129
2018	140752	2162
2019	142948	2196
2020	145178	2230
2021	147443	2265

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

Análisis

Las ventas del servicio en relación a las encuestas nos darán una rentabilidad para mantenernos en el mercado durante varios años siempre y cuando tengamos nuestras estrategias bien planteadas.

Tendremos un incremento anual en ventas hasta el 2021 basándonos en la tasa de crecimiento poblacional del 1,56%.

3.4. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida. (Keat & Young, 2004)

La oferta que existe de este tipo de servicios es de un 40% de personas con discapacidad (Comite Paraolimpico Ecuatoriano, 2015)

Tabla 12 Oferta

Año	Oferta personas	TCP
2016	28449	1.56%
2017	28892	444
2018	29343	451
2019	29801	458
2020	30266	465
2021	30738	472

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

Ofertaremos con el objetivo de conseguir 30738 ventas hasta el 2021, tratando de cubrir todo el mercado consumidor al cual nos enfocamos.

Tendremos que ofertar más cada año basándonos en la tasa de crecientito poblacional del 1,56%

3.4.1. Demanda potencial insatisfecha

Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto. (Keat & Young, 2004)

Tabla 13 Demanda Potencial Insatisfecha

Año	Demanda Servicio	Oferta Servicio	DPI
2016	136462	28449	108013
2017	138590	28892	109698
2018	140752	29343	111409
2019	142948	29801	113147
2020	145178	30266	114912
2021	147443	30738	116705

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

Análisis

La demanda potencial para los siguientes años es considerable ya que mantendremos una considerable aceptación dentro del mercado.

La demanda potencial insatisfecha para el año 2021 tendrá una probabilidad de

mercado de 116705 personas con y sin discapacidad quienes se beneficiaran del servicio.

3.5. 1. Análisis de precios

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero. A lo largo del tiempo los precios pueden crecer (inflación) o decrecer (deflación). Estas variaciones se determinan mediante el cálculo del índice de precios, existiendo varios como el denominado Índice de Precios al Consumidor (IPC), el Índice de Precios Industriales

3.5. Cálculo del precio

Para el cálculo del precio se basa de los datos del cuestionario, en la pregunta realizada acerca del precio.

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el uso hora de la cancha sintética?:

Tabla 14 Cálculo del Precio

Uso – Hora	Fr muestra
\$2 – 3	57
\$4 – 5	15
TOTAL	72

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

De acuerdo a las encuestas se obtuvo el precio, tomando en cuenta los rangos de mayor aceptación de cada uno de nuestros productos.

PRECIO DEL SERVICIO

\$ 2 - \$3

3.5.2. Método de proyección del precio

Un método de proyección del precios es la estimación o previsión de los precios de un producto (bien o servicio) durante determinado período futuro. Para el cálculo del precio del servicio se procederá a tomar la inflación a nivel nacional que es de 1.12% para el mes de diciembre del 2016.

Uso por hora del espacio para realizar actividad física

Tabla 15 Proyección del Precio

AÑOS	PRECIO	INFLACIÒN
2016	\$2.50	1.12%
2017	\$2.53	\$0.03
2018	\$2.56	\$0.03
2019	\$2.58	\$0.03
2020	\$2.61	\$0.03
2021	\$2.64	\$0.03

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

GRAFICO DE PROYECCIÒN DE PRECIO

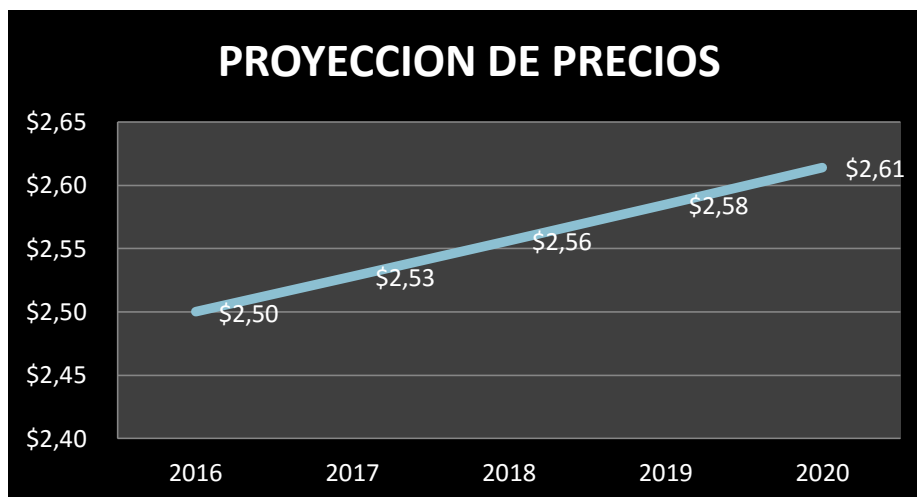


Gráfico 11 Proyección de Precios

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS

Al realizar los cálculos pertinentes podemos observar que después de proyectar el precio estimado de acuerdo a la inflación que es de 1,12 % del mes de Diciembre, desde el año 2016 hasta el 2021 vamos a tener precio de \$2.61 por el uso hora.

3.6. Canales de comercialización del producto

Proceso por el cual los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas“, requiere de una planificación muy cuidadosa, que debe contestar una serie de preguntas:

- Cuándo, en relación con los competidores.
- Dónde, sólo en un área geográfica, o en todo el territorio.
- A quién, todo el mercado potencial, a sólo un segmento.
- Cómo, es decir, debe decidir cómo distribuir sus inversiones promocionales.
- Cuánto tiempo dedicara a las actividades de su fuerza de ventas, cuánto a las relaciones públicas, etc.

(KOTLER P. , 2000)Plantea que el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado.

Por lo que las empresas de servicios deben reconocer la necesidad y ventajas de introducir regularmente nuevos productos e ir reemplazando aquellos que van dejando de ser atractivos para los clientes o que no poseen atributos, que por determinadas circunstancias y épocas, el cliente requiere y se convierten en productos de lento o nulo movimiento que se acumulan en los inventarios y traen por consecuencia afectaciones en los resultados de la eficiencia económica de la organización.

3.7. Canales de distribución del producto

(KOTLER P. , 2000) Son conjuntos de organizaciones independientes involucradas en el proceso de hacer que un producto o un servicio este disponibles para el uso o el consumo.

(TORRES, 2007) Conducto a través del cual se desplazan los productos desde su punto de producción hasta los consumidores.

(PRIDE, 2012) Son grupos de individuos y organizaciones que dirigen el flujo de productos a los consumidores.

Tipos de canales de distribución:

Por lo general se identifican 4 tipos de canal de distribución, según el nivel de intermediarios, es decir según el número de personas o empresas que intervienen en canal.

- Nivel cero: o canal de marketing directo, es el nivel más corto, el productor o fabricante vende directamente los productos a los consumidores.
- Nivel uno: En este nivel un intermediario (detallista) compra los productos al fabricante para posteriormente venderlos al consumidor final.
- Nivel dos: Es el más factible y tradicional, el mayorista compra los productos al fabricante, posteriormente el mayorista puede venderlos ya sea al mayoreo o menudeo, en caso de que sea al mayoreo, los detallistas compran los productos en esas tiendas para finalmente venderlos al consumidor.
- Nivel tres: Los fabricantes recurren a los agentes o comisionistas, quienes a su vez utilizan a los mayoristas que venden a las grandes cadenas de tiendas o tiendas pequeñas y estas a los consumidores finales.

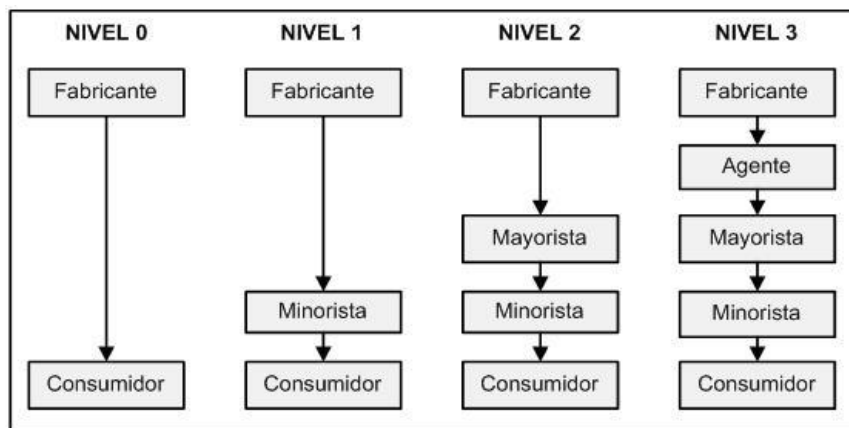


Figura 10. Canales de distribución.

Fuente: KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Pág. 551.

Los canales de distribución se pueden clasificar según el tipo de producto a comercializar, dentro de los cuales se pueden contener varios de los niveles antes mencionados, y es por esto que los canales son:

- Canal de distribución de bienes de consumo: En este tipo de canal se puede aplicar cualquiera de los niveles, por lo cual se debe tener en cuenta las características tanto del producto como de los clientes finales.
- Canal de distribución de los bienes industriales: Debido a que los clientes finales son empresas es recomendable utilizar los niveles cero y dos, pero en el nivel dos se cambia el minorista por un agente industrial.
- Canal de distribución de servicios: La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución, razón los niveles a utilizar son los mismos que los productos industriales.

Para el proyecto de emprendimiento actual se ha seleccionado el canal de distribución directo ya que el servicio que se prestara será directamente al consumidor final.

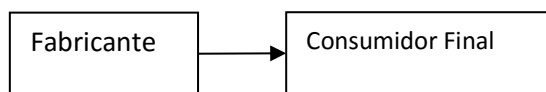


Gráfico 12 Canal de distribución

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

3.8. Estrategias para comercializar.

MATRIZ FODA

Tabla 16 Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1.- Innovación del producto 2.- Acogida en el Mercado 3.-Atención al cliente 4.-Precio accesible	1.-Capital Insuficiente 2.-Brindar el servicio en Ambato. 3.-Dificultad para ampliar la empresa y crecer en el mercado.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F.O	ESTRATEGIAS D.O
1.-Participacion de personas de confianza en el negocio. 2.-Capacidad para innovar la publicidad del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> Mantener innovación en el servicio para tener acogida en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> Ya que contamos con personas confiables, dar a conocer el servicio con el que se oferta.
AMENAZAS	ESTRATEGIA F.A	ESTRATEGIAS D.A
1.- Competencia en el Mercado. 2.- Preferencias de los consumidores hacia la competencia.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer precios accesibles para lograr crecer en el mercado y así obtener una ventaja competitiva con visión a expandir nuestro servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Innovar día a día los productos para tener una mejor acogida en el Mercado con nuevos diseños.

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS

Mediante el análisis de la matriz FODA determinamos que los servicios que prestamos deberán tener: excelente calidad, pero sobre todo mantener una buena atención al cliente, el precio del producto deberá ser accesible, tener una visión de futuro a expandir, y ofrecer promociones para lograr posicionar en la mente de los consumidores nuestro servicio para cubrir todas las expectativas y sobre todo las necesidades.

ESTRATEGIA F.O.

Mediante el conocimiento de Personas capacitadas en atención al cliente se lograra entregar un servicio de excelente calidad para posteriormente ganar mercado y su respectivo posicionamiento.

ESTRATEGIA D.O.

Aprovechando el personal de confianza que se tiene se elaborará publicidad llegando así a cada uno de los pobladores de Ambato.

ESTRATEGIAS F.A.

Mediante la gestión de los colaboradores se lograra conseguir un alto nivel de confianza, ganancia pero sobre todo ventaja competitiva.

ESTRATEGIA D.A.

Por el conocimiento adquirido de todos los colaboradores se innovará la infraestructura para una para mejor acogida en el Mercado Propuesto.

CAPITULO 4: ESTUDIO TECNICO

4. TAMAÑO

4.1. TAMAÑO OPTIMO DEL PROYECTO

El tamaño óptimo del proyecto se mide de acuerdo a las personas a quien se brinda el servicio anualmente, para lo cual se realizara un análisis cualitativo y cuantitativo. Para lo cual ayudara a determinar el tamaño óptimo para brindar servicios diversos y de calidad.

Tamaño óptimo cualitativamente

En el óptimo cualitativamente se analizó de factores como: demanda, insumos suministros, tecnología y financiamiento.

Para nuestro proyecto la demanda es aceptable ya que es una empresa que ofrece el servicio de cancha sintética y actividades deportivas lo que ha permitido que la gente acepte de buena manera. La mano de obra directa e indirecta en la empresa tendrá un costo no tan alto debido a que solo serán pocas personas, utilizaremos insumos de calidad por consiguiente brindaremos un servicio de calidad.

Tamaño óptimo cuantitativamente

Tabla 17 Tamaño óptimo del proyecto

PERIODO	DPI	DPI REAL 50%
2016	108013	54006
2017	109698	54849
2018	111409	55705
2019	113147	56574
2020	114912	57456
2021	116705	58352

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

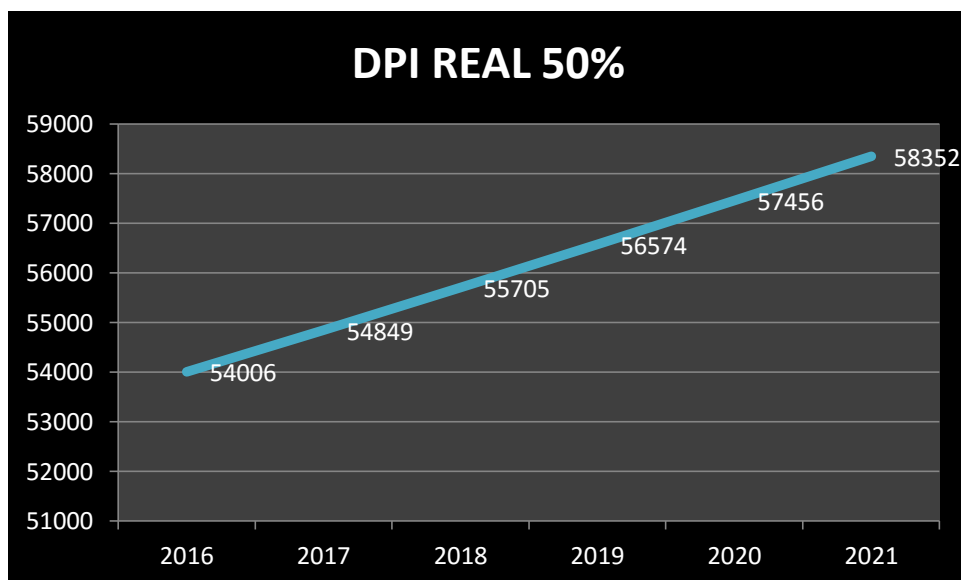


Gráfico 13 Tamaño óptimo del proyecto

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

Para el cálculo se tomó el 50% que está dentro de la capacidad que se tiene para cubrir el mercado.

Tabla 18 Capacidad del Proyecto

CAPACIDAD MAXIMA DE PERSONAS						
Cancha	Salon multiple	Cafeteria	Máximo	Medio	Minimo	
26	40	48	1254	693	352	Diario
14	25	24	6270	3465	1760	Semanal
10	10	12	25080	13860	7040	Mensual
TOTAL			300960	166320	84480	Anual

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS

Para el cálculo del tamaño óptimo del producto se ha tomado en cuenta la demanda potencial insatisfecha para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha real con un 50%. En nuestra empresa para el 2016 la DPI es de 108013 y el cálculo del 50% es de 54006 de la DPIR; por medio de la proyección para el año 2020 la DPI es de 116705 y con el cálculo del 50% la DPIR es de 58352.

4.2. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

A través del método de localización óptima del proyecto se podrá determinar la ubicación adecuada del negocio o empresa el cual se desea implantar, para lo cual se desarrolla la matriz de localización que ayuda a evaluar los factores relevantes, que son elementos que tienen las posibles ubicaciones, que sirven para determinar la ubicación estratégica de nuestro negocio o empresa. Las ubicaciones que se analizaron son: Huachi grande centro, en barrio Los Laureles y barrio La Libertad, que son lugares de gran afluencia de nuestros posibles clientes.

Alto impacto= 3 Medio impacto= 2 Bajo impacto=1

Matriz de localización óptima del proyecto

Tabla 19 Localización óptima del proyecto

FACTORES RELEVANTES	PESO PONDERADO	Los Laureles		Huachi Grande Centro		La libertad	
Permisos de funcionamiento	10	3	30	3	30	2	20
Servicios básicos	10	3	30	3	30	3	30
Competencia	6	3	18	2	12	1	6
Facil acceso	14	3	42	2	28	1	14
Disponibilidad proveedores	9	3	27	3	27	3	27
Demanda	10	3	30	3	30	2	20
Seguridad	10	2	20	2	20	3	30
Disponibilidad de mano de obra	13	3	39	2	26	3	39
Infraestructura	9	3	27	2	18	1	9
Accesibilidad	9	3	27	3	27	3	27
	<u>100</u>		<u>290</u>		<u>248</u>		<u>222</u>

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS:

La localización más óptima para comercializar los jabones de diseños divertidos en la ciudad de Ambato es Huachi grande barrio Los laureles, debido que es una zona comercial y nos otorgan con gran facilidad los permisos legales para el funcionamiento y acceso a los servicios básicos. Existe una gran oportunidad ya que la competencia no es tan fuerte e incluso existe infraestructura adecuada, la demanda en el lugar es muy importante ya que en el lugar se concentran la mayor parte posibles clientes. En relación a la seguridad de la zona es aceptable ya que se encuentra vigilada por vigilantes, además el proyecto también cuenta con zona para parqueadero que ayudan a la comodidad de los clientes y proveedores que permiten una facilidad de acceso.

4.2.1. Macro localización

País: Ecuador

Zona: 3

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

4.2.2. Micro localización

Cantón: Ambato

Sector: Sur de la ciudad

Parroquia: Huachi Grande

Barrio: Los Laureles

Calle: Alabama y California del Sur

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO.

“El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles de un bien o en la prestación de un servicio”

4.3.1. Proceso de prestación del servicio.

En la siguiente descripción del presente proceso se citará las principales actividades que intervienen en la prestación del servicio del proyecto. Las actividades se relacionan directamente a los pasos o etapas que el cliente debe realizar para adquirir el servicio de canchas sintéticas que es el servicio principal.

A continuación las actividades en orden secuencial:

1. Cliente recibe ticket para el estacionamiento en caso que asista a la empresa en vehículo.
2. Cliente se acerca a la oficina de recepción para solicitar información.
3. La administración ayuda con la información requerida por el cliente.
4. El cliente solicita la prestación del servicio.
5. Se cancela el costo por uso - hora del servicio.
6. El cliente se dirige al interior del establecimiento.
7. Desarrollo de la actividad deportiva.
8. Uso de servicios extras (cafetería , clase de rumba terapia)
9. Salida del cliente al parqueadero.
10. Salida del usuario del establecimiento.

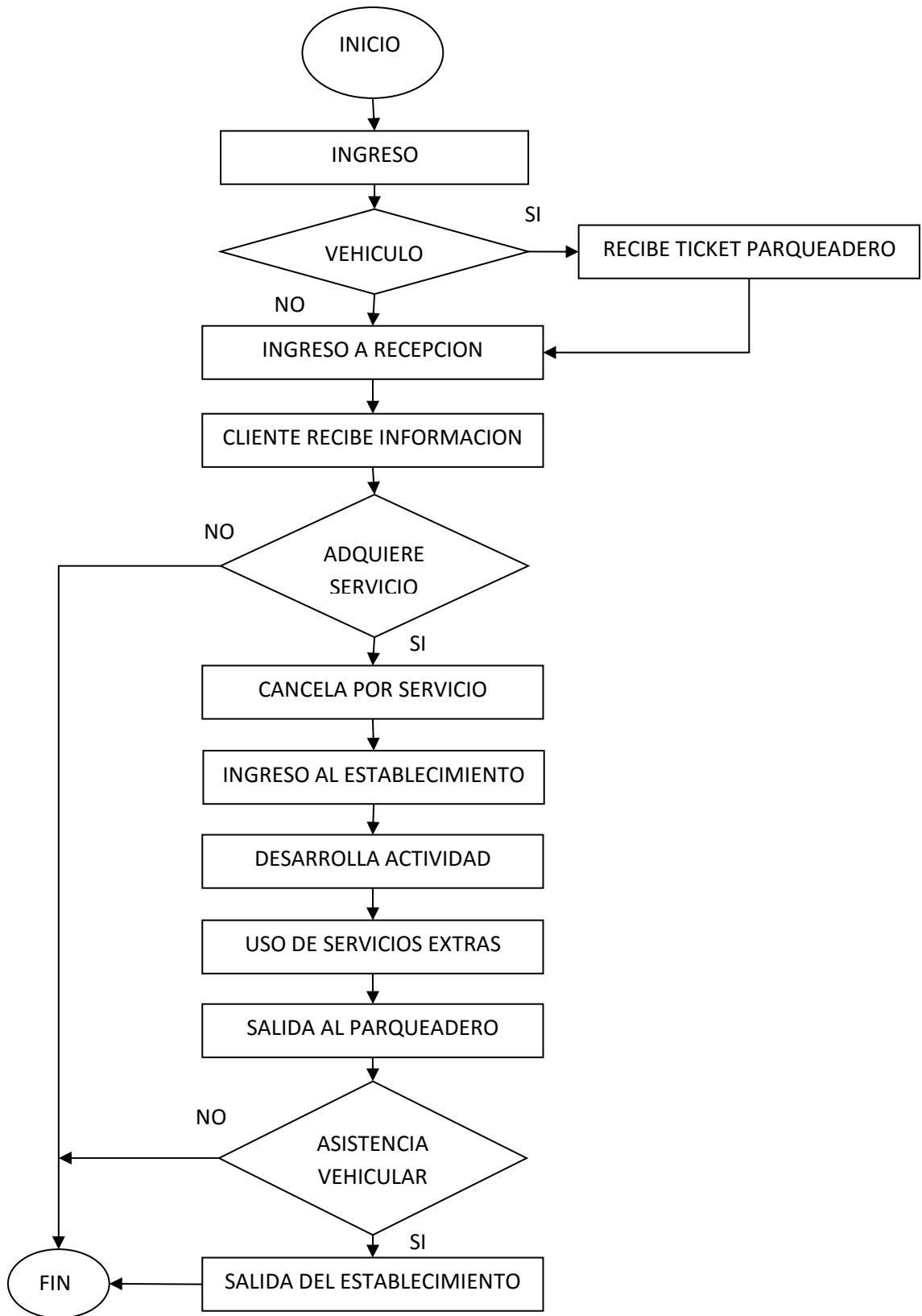


Gráfico 14 Diagrama de flujo del proceso de servicio
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Evelin Lascano

4.3.1.1. Caracterización del servicio

El servicio que se prestara a los usuarios es el alquiler de la cancha sintética, o la rumba terapia a un costo de \$2,5 dólares por persona. De igual forma la cafetería está a disposición de los usuarios en la que se venderán snacks.

Nuestra empresa también ofrece paquetes para campeonatos o alquiler por grupo detallados de la siguiente manera:

Paquete 1: Alquiler de la cancha por grupos de 15 personas por un costo de 30 dólares por uso hora.

Paquete 2: Alquiler de salón múltiple para eventos como cumpleaños dependiendo del número de invitados el costo será de 2 dólares por persona.

Paquete 3: Alquiler de la cancha sintética para campeonatos de futbol se cobrara por partido 40 dólares incluido el arbitraje y como regalía se obsequia el día de la inauguración gratuito.

4.3.2. Balance de materiales

Tabla 20 Materiales para el complejo deportivo

MATERIALES PARA EL COMPLEJO DEPORTIVO			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo
Césped sintético color verde (15mX25m)	375	\$ 22.0	\$ 8,246.3
Arcos de futbol (incluido mallas y balon)	2	\$ 380.0	\$ 760.0
Juegos de protecciones para cliente (rodilleras, coderas cascos)	15	\$ 20.0	\$ 300.0
Colchonetas	100	\$ 10.0	\$ 1000.0
Construcción			\$ 37,000.0
TOTAL			\$ 47,5306.3

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

4.3.3. Capacidad de producción

Tabla 21 Producto Final

SERVICIO FINAL	DPI REAL AÑO 2016
Uso – Hora del establecimiento	54006 usuario atendidos

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

EL COSTO DEL SERVICIO EN RELACION A LOS GASTOS

COSTO TOTAL MENSUAL	ANUAL
4828.21	57938.5
PERSONAS ANUALMENTE ATENDIDAS	
54006	
COSTO DEL SERVICIO	\$ 1.07

4.3.4. Distribución del espacio físico

Para optimizar el espacio físico disponible donde se establecerá el nuevo complejo deportivo, se citará las instalaciones y espacios que se encontrarán tanto en el interior y exterior de la empresa

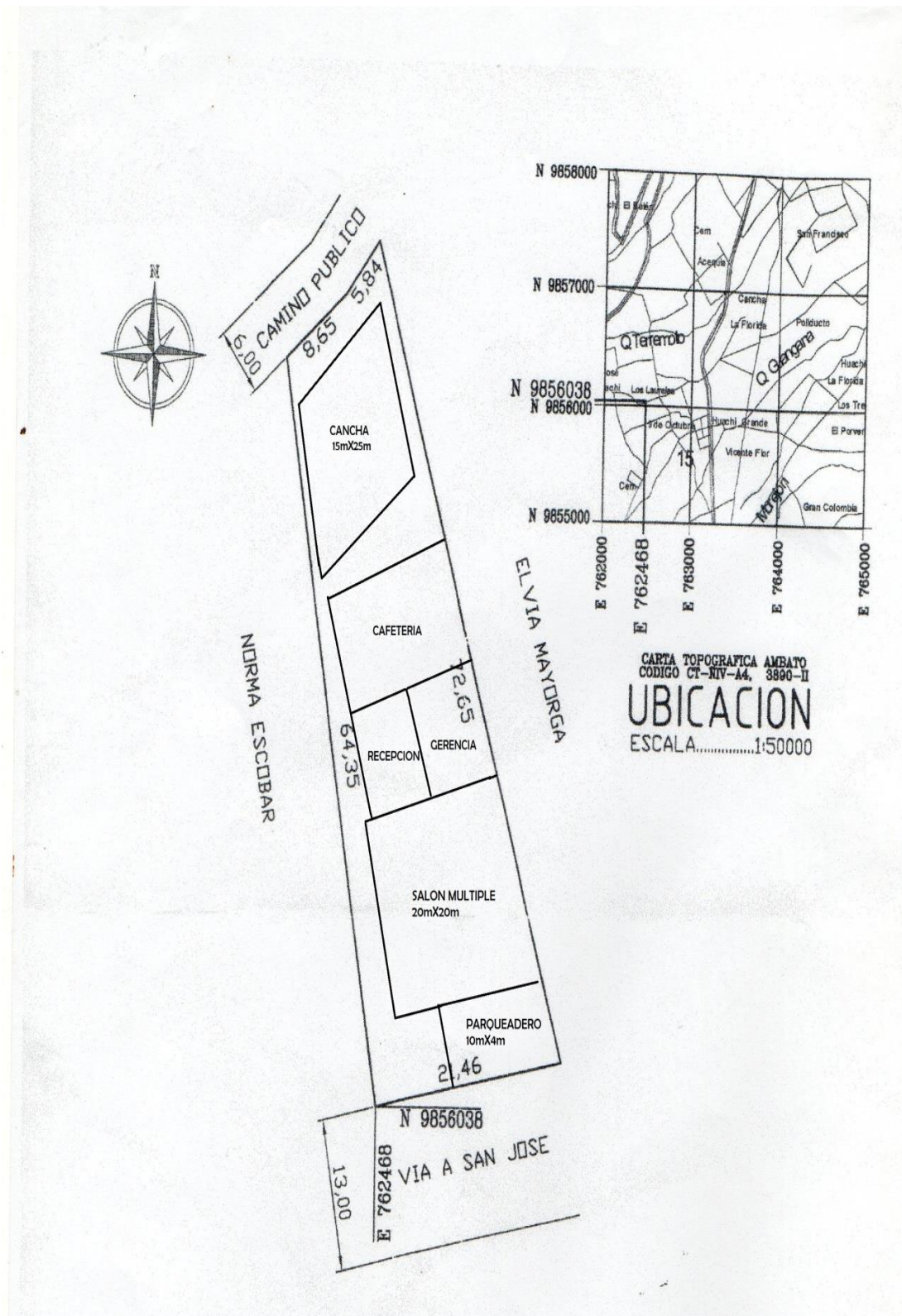


Gráfico 15 Distribución física
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Arq. Medardo Aguas

Instalaciones y espacios ubicados en el negocio:

- Gerencia
- Recepción
- Cancha sintética
- Salón Múltiple
- Cafetería
- Parqueadero

Gerencia: La gerencia como el resto de las áreas de la compañía es clave y estará muy bien adecuada. La gerencia servirá para atender las gestiones que la empresa realice, como por ejemplo: reuniones para la firma de contratos de prestación de las canchas para empresas, instituciones educativas o para realizar contratos publicitarios.

Recepción: es el sitio donde la empresa entra en contacto directamente con el cliente. Es en esta área donde el personal administrativo, como: recepcionista y auxiliar de gerencia desarrollarán sus actividades laborables.

Canchas sintéticas: sin duda este punto es muy primordial, puesto que es el servicio principal que brindará la compañía. La cual tendrá una dimensión de 15m X 25m que es la dimensión mínima que permite la Federación Deportiva.

Salón Múltiple: este será el lugar donde se realizara la rumbaterapia, aeróbicos, yoga y otros ejercicios físicos como complemento al brindar un servicio de calidad. Este salón contara también con servicios higiénicos adecuados.

Cafetería: es el lugar donde se brindará al cliente diferentes productos de consumo, productos como: snacks, bebidas hidratantes, sandwiches y alimentos saludables. La cafetería contará con dos baños: uno para hombres y otro para mujeres totalmente adecuados en beneficio de la salud higiénica de los usuarios.

Parqueadero: como se expuso anteriormente, éste espacio destinado al cuidado de los vehículos de los asistentes ubicado fuera del complejo deportivo. En la siguiente tabla se resume todas las dimensiones de cada una de las instalaciones que posee el

nuevo complejo deportivo, como también el total del espacio requerido para su creación:

Tabla 22 Distribución del espacio físico del negocio

Areas	Largo	Ancho	Total (m2)
Gerencia	5	8	40
Recepción	5	8	40
Cancha Sintetica	25	15	375
Salon Multiple	20	20	400
Cafeteria	10	5	50
Parqueadero	4	10	40
Total			945

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

CAPITULO 5: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5. Aspectos generales

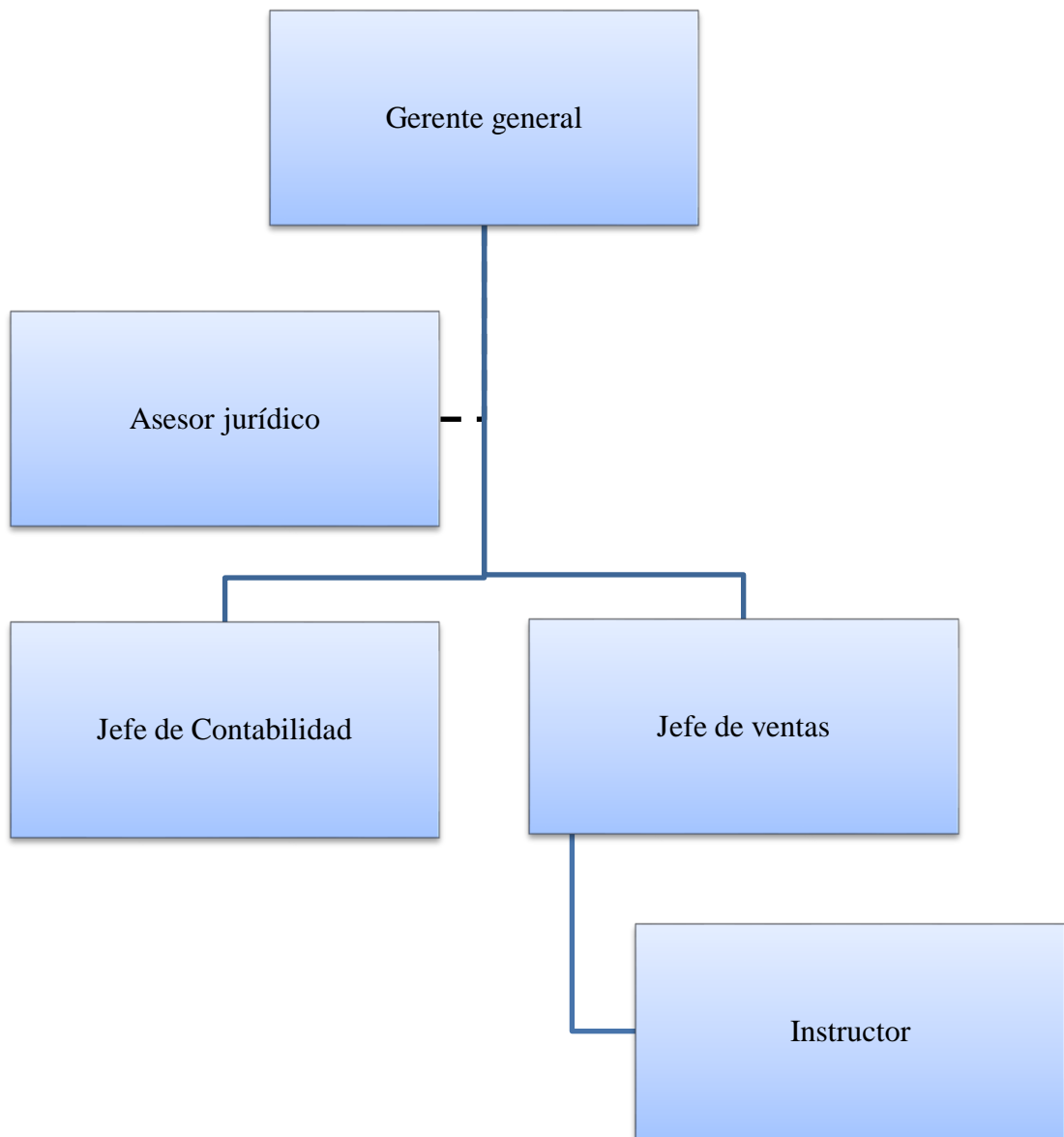
Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría. Dentro de los organigramas se presenta los siguientes niveles:





- Nivel superior, estratégico o ejecutivo: Elabora las políticas y estrategias. Determina los objetivos a largo plazo y el modo en que la organización ha de interactuar con otras entidades. Se toman decisiones que afectan a toda la organización. En este nivel se encuentran el presidente, el directorio, el gerente general, etcétera.
- Nivel medio, táctico o administrativo: Coordina las actividades que se desarrollan en el nivel inferior u operativo, así como las decisiones que se toman y que afectan a un sector, área o departamento específico. En este nivel se encuentra el gerente de producción, administración de ventas, etcétera.
- Nivel inferior u operativo: Su función es realizar en forma eficaz las tareas que se realizan en la organización. Se realizan tareas rutinarias programadas previamente por el nivel medio. Pertenecen a este nivel empleados administrativos, obreros, etcétera.

5.1. Diseño organizacional

5.1.1. Organigrama Estructural

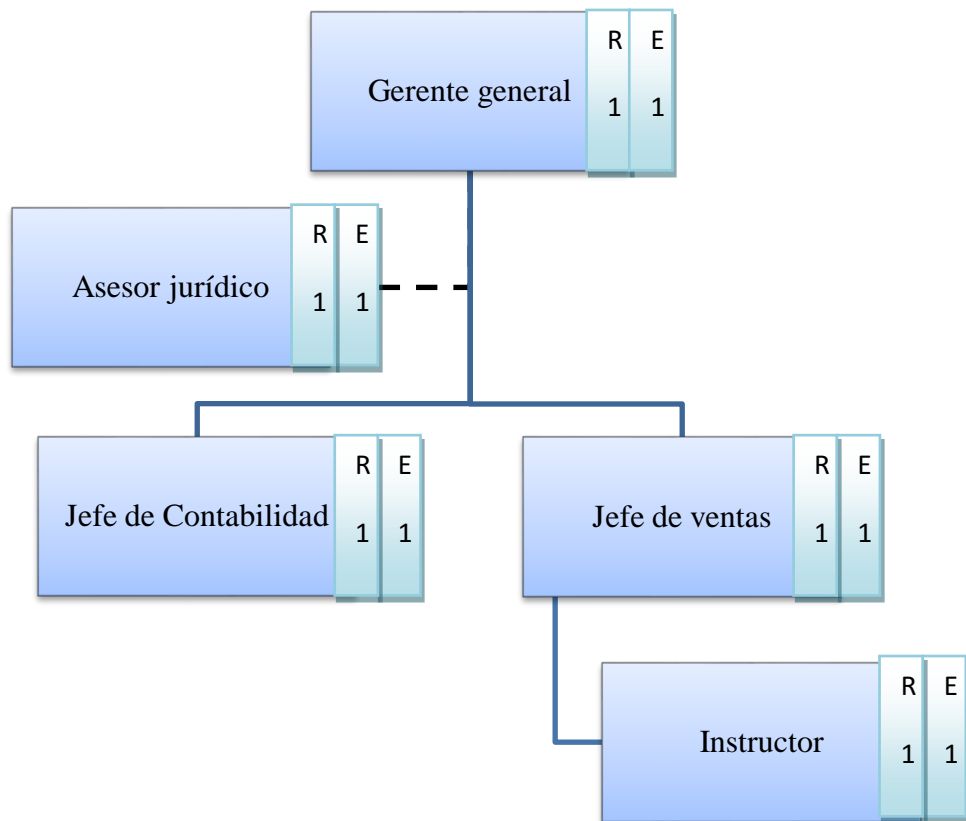
El Organigrama Estructural es la gráfica que representa a la organización de nuestra empresa, definiendo toda su estructura organizacional y su constitución interna, pero no su funcionamiento ni su dinámica.







NIVELES	REPRESENTACIÓN	ELABORADOR POR
1 Ejecutivo o superior	Autoridad 	EVELIN LASCANO
2 Administrativo o medio	Responsabilidad 	
3 Operativo o inferior	Asesor 	
	Auxiliar 	FECHA: 08/01/2017

5.1.2. Organigrama Posicional

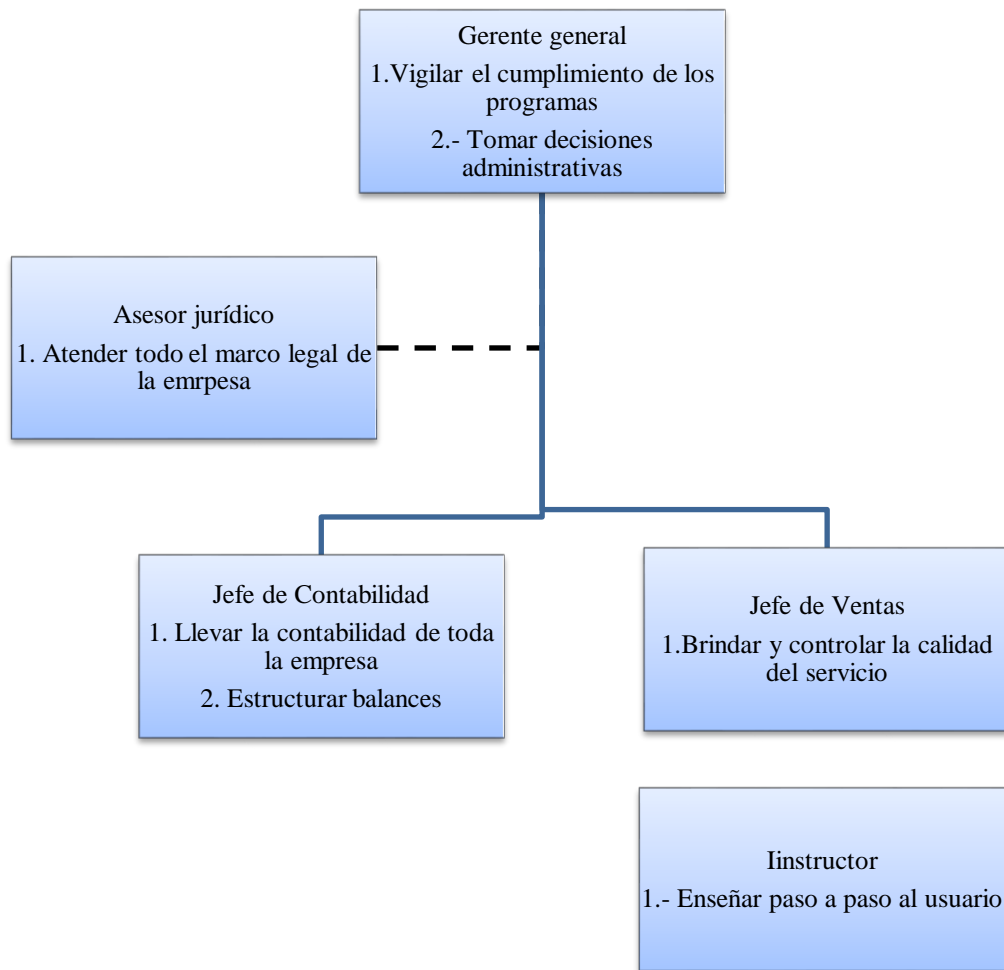
Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas.




NIVELES	REPRESENTACIÓN	ELABORADOR POR
1 Ejecutivo o superior	Autoridad 	EVELIN LASCANO
2 Administrativo o medio	Responsabilidad 	
3 Operativo o inferior	Asesor 	
	Auxiliar 	FECHA: 08/01/2017

5.1.3. Organigrama Funcional

El organigrama funcional presenta las principales funciones que tienen asignadas cada uno de los colaboradores, además de las unidades de trabajo y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a nuestra organización de una forma general.



NIVELES	REPRESENTACIÓN	ELABORADOR POR
1 Ejecutivo o superior	Autoridad 	EVELIN LASCANO
2 Administrativo o medio	Responsabilidad 	
3 Operativo o inferior	Asesor 	
	Auxiliar 	FECHA: 08/01/2017

5.1.4. Manual de funciones

A continuación se muestran los cargos, requerimientos necesarios para cada uno y las funciones que debe cumplir.

El manual de funciones es una fuente de información en la que todos los cargos de la empresa encontrarán la descripción clara de las diferentes tareas o actividades que deben desarrollar.

El manual describe la organización formal, mencionado, para cada puesto de trabajo, la misión del mismo, funciones, autoridad y responsabilidades. Los manuales tienen por objeto el decirle a cada jefe o trabajador por escrito lo que se espera de él, en materia de funciones, tareas, responsabilidades, autoridad, comunicaciones, e interrelaciones dentro y fuera de la empresa.

Objetivos

Objetivo general

Aportar una herramienta para facilitar y garantizar la gestión administrativa del talento humano en términos de transparencia, calidad, modernización y autocontrol.

Objetivos específicos

- Hacer explícita la justificación de cada uno de los cargos que forman la estructura de nuestra empresa enrolando cada uno de estos a la misión y gestión de la misma.
- Especificar las funciones y competencias para el desempeño de los cargos que conforman la empresa.
- Elaborar un instrumento base para la gestión de procesos de talento humano como selección, inducción, capacitación y desarrollo, evaluación de desempeño, entre otros.

Manual funcional

Este Manual Funcional constituye un instrumento administrativo que determina la forma como se encuentra estructurada la organización para el cumplimiento de su misión, visión de futuro y objetivos estratégicos.

Responsabilidades comunes en los empleos

Todo el conglomerado de colaboradores de nuestra empresa deberá cumplir con las responsabilidades comunes que a continuación detallaremos:

- Cumplir y hacer cumplir los lineamientos, políticas y procedimientos de organización en el trabajo de acuerdo con las normas establecidas.
- Participar activamente en los procesos relacionados con la gestión del talento humano y el mejoramiento administrativo continuo.
- Responder por los bienes muebles a cargo y garantizar su uso adecuado, según las normas y los procedimientos establecidos por la empresa.
- Presentar los informes técnicos, de actividades, novedades o asuntos pendientes, según la periodicidad establecida o a solicitud de superiores.

Niveles jerárquicos
Nivel Ejecutivo
Código: 1
Gerente
Nivel Administrativo
Código: 2
Jefe de contabilidad
Jefe de servicio al cliente - ventas
Asesor Jurídico
Código: 3
Bodeguero

 <p>Complejo Deportivo Huachi Grande Inclusión y deporte, sociedad sana.</p>	Complejo Deportivo Huachi Grande			Fecha	08/01/2017		
	Manual de Funciones			Página	1	De	5
	Sustituye a						
				Página		De	
				Fecha			

Título del puesto: Gerente

Código: 1

Naturaleza del trabajo

- Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.
- Aprobar los procedimientos y trabajos requeridos para una eficiente gestión administrativa.

Funciones típicas

- Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa
- Analizar los informes remitidos por los departamentos contabilidad y ventas.
- Preparar conjuntamente con el área de contabilidad los presupuestos para el ejercicio de cada período económico.
- Redactar y emitir informes de la gestión realizada para conocimiento de los colaboradores.
- Ejecutar planes de venta del servicio.

Características de clase

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando así como las actividades de la empresa.
- Actuar con dependencia personal usando su criterio para la solución de los problemas inherentes a su cargo.

Requerimientos mínimos:


- Estudiante de una universidad acreditada que curse los últimos semestres de la carrera de administración de empresas o marketing, o profesionales con título en Ingeniería de Administración de Empresas o Comercial.

- 200 horas de capacitación anual.

- Don de mando.


Remuneración: \$ 400

ELABORO Evelin Lascano	REVISADO Ing. MBA.Fernando Miranda	APROBADO
---------------------------	--	----------

 <p>Complejo Deportivo Huachi Grande Inclusión y deporte, sociedad sana.</p>	Complejo Deportivo		Fecha	08/01/2017		
	Huachi Grande		Página	2	De	5
	Manual de Funciones		Sustituye a			
			Página		De	
			Fecha			


<p>Título de puesto: Jefe de contabilidad Código: 2.A Naturaleza del trabajo Procurar la optimización y adecuada administración de los recursos económicos disponibles, mediante la aplicación de políticas, sistemas, métodos y normas en materia financiera, presupuestaria, contable y de control en la Empresa, a fin de realizar los planes y proyectos de inversión y operación aprobadas por la Empresa. Funciones típicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar la gestión económica financiera de la Empresa. • Preparar en coordinación con las diferentes áreas, la proforma presupuestaria anual y sus reformas y realizar la ejecución, el control, liquidación y evaluación presupuestaria. • Proporcionar a la Administración de la Empresa y demás áreas de la Empresa, asesoramiento técnico, información especializada y recomendaciones, que sirvan de soporte para la toma de decisiones económicas y financieras. • Elaborar los presupuestos anuales de Operación, Inversiones y Caja, así como la de controlar la ejecución presupuestaria para evitar que se produzcan desviaciones entre lo presupuestado y lo realmente ejecutado y se conviertan en una herramienta de toma de decisiones oportunas por parte de la Administración y de sus áreas de apoyo. • Llevar y mantener actualizada la Contabilidad General de la Empresa y elaborar los Estados Financieros y Anexos en la forma y plazos previstos por la Ley. • Efectuar los desembolsos que fueren autorizados de acuerdo con los procedimientos y normas de prioridad establecidos y realizar las retenciones legales correspondientes. • Recibir y mantener en custodia los valores, papeles fiduciarios, garantías, pólizas, etc. de propiedad de la Empresa. • Informar oportunamente sobre el vencimiento de los documentos que mantiene en custodia. • Mantener correctamente los recursos financieros de la Empresa. <p>Características de clase Supervisar, coordinar y controlar las actividades contables bajo su mando, actuando con dependencia personal usando su criterio para la solución de los problemas inherentes a su cargo. Requerimientos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiante de una universidad acreditada que curse los últimos semestres de la carrera de contabilidad y auditoría, o profesionales con título de auditores o afines. • 200 horas de capacitación anual.

ELABORO Evelin Lascano	REVISADO Ing. MBA.Fernando Miranda	APROBADO
---------------------------	--	----------

 <p>Complejo Deportivo Huachi Grande Inclusión y deporte, sociedad sana.</p>	Complejo Deportivo		Fecha	08/01/2017		
	Huachi Grande		Página	3	De 5	
	Manual de Funciones		Sustituye a			
			Página		De	
			Fecha			

<p>Título de puesto: Jefe de servicio al cliente - ventas</p> <p>Código: 2.B</p> <p>Naturaleza del trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar actividades que aceleran el movimiento del servicio que la empresa brinda, mediante campañas de publicidad, técnicas de mercado, promociones y desarrollo de ventas. Realizar actividades de control de los procesos de limpieza de la empresa, alcanzando altos estándares de calidad. <p>Funciones Típicas</p> <ul style="list-style-type: none"> Negociar contratos de venta. Establecer planes de pago. Mantener niveles aceptables de venta según lo planificado. Ampliar el mercado de la empresa. Buscar el bienestar del cliente. <p>Característica de clase</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizar todas las actividades relacionadas con la venta del servicio y el desarrollo del mismo que tenga que ver con la empresa. <p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudiante de una universidad acreditada que curse los últimos semestres de la carrera de administración de empresas o marketing, o profesionales con título en Ingeniería de Administración de Empresas o Comercial. 200 horas de capacitación anual.
--

<p>ELABORO</p> <p>Evelin Lascano</p>	<p>REVISADO</p> <p>Ing. MBA.Fernando Miranda</p>	<p>APROBADO</p>
--------------------------------------	--	-----------------

 <p>Complejo Deportivo Huachi Grande Inclusión y deporte, sociedad sana.</p>	Complejo Deportivo		Fecha		08/01/2017	
	Huachi Grande		Página	4	De	5
	Manual de Funciones		Sustituye a			
			Página		De	
			Fecha			

Título de puesto: Asesor Jurídico

Código: 2.C

Naturaleza del trabajo

- Asesoramiento sobre los aspectos legales para el desarrollo de la empresa.

Funciones típicas

- Revisar y analizar actividades relacionadas con los derechos y obligaciones, reglamentación, aplicación del manual de funciones entre otras.
- Realizar cobros judiciales a personas por cuentas pendientes.
- Representar conjuntamente con el gerente extrajudicialmente a la empresa.

Características de clase


- Guiar a la empresa sobre aspectos legales basándose en lo que establece la ley y Superintendencia de Compañías.

Requisitos mínimos:

- Estudiante de una universidad acreditada que curse los últimos semestres de la carrera de jurisprudencia, o profesionales con el Título de doctor en Jurisprudencia o Abogado.
- 200 horas de capacitación anual.

Remuneración: \$ 380

ELABORO Evelin Lascano	REVISADO Ing. MBA.Fernando Miranda	APROBADO
---------------------------	--	----------

 <p>Complejo Deportivo Huachi Grande Inclusión y deporte, sociedad sana.</p>	Complejo Deportivo		Fecha	08/01/2017		
	Huachi Grande		Página	5	De	5
	Manual de Funciones		Sustituye a			
			Página		De	
			Fecha			

<p>Título de puesto: Instructor</p> <p>Código: 3.A</p> <p>Naturaleza del trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar las actividades manuales propias de la venta del servicio. <p>Funciones típica</p> <ul style="list-style-type: none"> Manejar correctamente los insumos. Dar una buena atención al cliente. Informar sobre las actividades y novedades que se presentan. Realizar las actividades deportivas. <p>Características de clase</p> <ul style="list-style-type: none"> Se caracteriza por ser quién realiza las labores y está sujeto al cumplimiento de las disposiciones superiores. <p>Requerimientos mínimos</p> <ul style="list-style-type: none"> Experiencia en labores similares y recomendaciones personales. <p>Remuneración: \$ 390.</p>

<p>ELABORO</p> <p>Evelin Lascano</p>	<p>REVISADO</p> <p>Ing. MBA.Fernando Miranda</p>	<p>APROBADO</p>
--------------------------------------	--	-----------------

CAPITULO 6: FINANCIERO

6. Financiero

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

Un activo fijo es un bien de una empresa, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. (Higuerey, 2005)

Depreciación

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo. Para el cálculo de la depreciación se tomarán en cuenta los años de vida útil, y se aplicara el método de línea recta.

Tabla 23 Insumos

INSUMOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Mesas de trabajo	8	\$ 130,00	\$1.040,00
Estanterías	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Escritorio	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Archivadores	1	\$ 175,00	\$ 175,00
Sillas	24	\$ 7,00	\$ 168,00
Basureros	7	\$ 3,00	\$ 21,00
			\$1.924,00

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

Tabla 24 Terreno

TERRENO		
DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Terreno	\$42 000.00	\$42 000.00

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

Tabla 25 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENCERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computador e impresora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Césped sintético color verde	375	\$ 21,99	\$ 8.246,25
Arcos de indorfútbol (incluido mallas y balón)	2	\$ 380,00	\$ 760,00
Juegos de protecciones para cliente (rodilleras, coderas cascos)	15	\$ 20,00	\$ 300,00
Colchonetas	100	\$ 10,00	\$ 1.000,00
Parlante con micrófono	1	\$ 156,00	\$ 156,00
TOTAL			\$ 11.162,25

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

6.2. Inversiones en activos fijos intangibles

Los activos intangibles son aquellos que no tienen una naturaleza corpórea, es decir, no se pueden ver ni tocar y se caracterizan por ser un activo no monetario.

Amortización

La Amortización se define como el proceso por medio del cual se cancela una deuda junto con sus intereses, mediante una serie de pagos en un tiempo determinado.

Tabla 26 Activos Intangibles

ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES		
Permisos legales	\$ 300.00	26%
Elaboración del proyecto	\$ 352.00	31%
Publicidad y promoción	\$ 500.00	43%
Total activos fijos intangibles	\$1,152.00	100%

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

6.3. Capital de trabajo

Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entendiéndose por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año.

Tabla 27 Servicios Básicos Promedio

Competencia	Valor
Cody Blue	\$60
Gimnasio el Rey	\$50
Extreme centro deportivo	\$100
Promedio	\$70

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

Tabla 28 Capital De Trabajo

DESCRIPCION	VALOR	VALOR 3 MESES
Sueldos y Salarios	\$2,756	\$ 8,268.75
Servicios Básicos	\$70	\$ 210.00
TOTAL	\$2,826	\$ 8,478.75
Total Inversión inicial	\$37,094.50	\$ 37,094.50
Capital de Trabajo	\$2,756	\$2,756

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

6.4. Resumen de las inversiones

Tabla 29 Resumen de la Inversión

Resumen de las Inversiones	
Descripción	Valor Total
Muebles y Enceres	\$ 11.162,25
Terreno	\$ 42.000,00
Construcción	\$ 37.000,00
Insumos	\$ 1.924,00
Permisos legales	\$ 300,00
Elaboración del proyecto	\$ 352,00
Publicidad y promoción	\$ 500,00
Sueldos y salarios	\$2.756
Total	\$ 95.994,50

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

6.5. Financiamiento

Los recursos económicos que se emplearan para llevar a cabo el proyecto, procederá de dos fuentes principales que son, recursos propios y la realización de un préstamo.

Dentro de los recursos propios se cuenta con 50000 y el resto se realizara un préstamo en el BNF a una tasa de interés del 15%.

6.6. Plan de Inversiones.

Tabla 30 Plan de Inversiones.

Pan de Inversion	
Descripción	Valor Total
Muebles y Enceres	\$ 11.162,25
Terreno	\$ 42.000,00
Construccion	\$ 37.000,00
Insumos	\$ 1.924,00
Permisos legales	\$ 300,00
Elaboración del proyecto	\$ 352,00
Publicidad y promoción	\$ 500,00
Sueldos y salarios	\$2.756
Total	\$ 95.994,50

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

6.7. Presupuesto De Gastos e Ingresos

Tabla 31 Ingresos Brutos

AÑOS	PRECIO	DPI REAL 50%	Ingresos
2016	\$2.50	54006	\$135,016.00
2017	\$2.53	54849	\$138,658.02
2018	\$2.56	55705	\$142,398.28
2019	\$2.58	56574	\$146,239.43
2020	\$2.61	57456	\$150,184.20
2021	\$2.64	58352	\$154,235.38

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

Tabla 32 Presupuesto de Ingresos y Gastos

Presupuestos de Gastos e Ingresos		
Descripción	Valor	Total
Ingresos	\$135.016,00	\$135.016,00
Egresos		\$95.994,50
Insumos	\$ 1.924,00	
Terreno	\$ 42.000,00	
Construccion	\$ 37.000,00	
Muebles y Enseres	\$ 11.162,25	
Permisos legales	\$ 300,00	
Elaboración del proyecto	\$ 352,00	
Publicidad y promoción	\$ 500,00	
Sueldos y salarios	\$ 2.756	
TOTAL		\$39.021,50

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

6.7.1 Situación financiera actual

Tabla 33 Estado de Situación Inicial

ACTIVOS	AÑO 1
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 16.924,00
Caja	\$ 5.000,00
Bancos	\$ 10.000,00
Inventarios Insumos	\$ 1.924,00
ACTIVOS FIJOS	\$ 93.128,48
Muebles y enseres	\$ 10.306,25
Dep. Muebles y enceres	\$ 1.030,63
Maquinaria y Equipo	\$ 856,00
Dep. Maqunaria y Equipo	\$ 85,60
Edificio	\$ 37.000,00
Dep. Edificio	\$ 1.850,00
Terreno	\$ 42.000,00
DIFERIDOS	\$ 1.324,80
Permisos legales	\$ 300,00
amort. Permisos legales	\$ 45,00
Elaboración del proyecto	\$ 352,00
Amort. Elaboracion del proyecto	\$ 52,80
Publicidad y promoción	\$ 500,00
Amort. Publicidad y promocion	\$ 75,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 111.377,28

PASIVOS	\$ 23.000,00
Préstamos por pagar	\$ 23.000,00
TOTAL PASIVOS	\$ 23.000,00
PATRIMONIO	\$ 88.377,28
Aporte de Capital	\$ 88.377,28
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 111.377,28

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

6.7.2 Presupuesto de ingresos

Tabla 34 Presupuesto de Ingresos

	AÑO 1
INGRESOS	\$135.016,00
(-) Costos Operativos	\$ 1.831,88
.=Utilidad bruta	\$133.184,13
(-) Costos Administrativos	\$ 1.751,08
(-) Costos de Ventas	\$ 1.051,92
(-) Costos Financieros	\$ 9.198,90
(-) Cargos Dep. y Amort	\$ 3.139,03
.= Utilidad antes de RUT	\$ 118.043,20
(-) 15% RUT	\$ 17.706,48
.= Utilidad después RUT	\$100.336,72
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 25.084,18
.=Utilidad Neta	\$ 75.252,54
(+) Cargos Dep. y Amort.	\$ 3.139,03
.= Flujos Netos de Efectivo	\$ 78.391,57

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

6.7.1 Estado de resultados proyectados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 135.016,00	\$ 138.658,02	\$ 142.398,28	\$ 146.239,43	\$ 150.184,20
(-) Costos Operativos	\$ 1.831,88	\$ 1.852,39	\$ 1.873,14	\$ 1.894,12	\$ 1.915,33
.=Utilidad bruta	\$ 133.184,13	\$ 136.805,63	\$ 140.525,14	\$ 144.345,32	\$ 148.268,87
(-) Costos Administrativos	\$ 1.751,08	\$ 1.770,70	\$ 1.790,53	\$ 1.810,58	\$ 1.830,86
(-) Costos de Ventas	\$ 1.051,92	\$ 1.063,70	\$ 1.075,61	\$ 1.087,66	\$ 1.099,84
(-) Costos Financieros	\$ 9.198,90	\$ 9.198,90	\$ 9.198,90	\$ 9.198,90	\$ 9.198,90
(-) Cargos Dep. y Amort	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03
.= Utilidad antes de RUT	\$ 118.043,20	\$ 121.633,31	\$ 125.321,08	\$ 129.109,15	\$ 133.000,24
(-) 15% RUT	\$ 17.706,48	\$ 18.245,00	\$ 18.798,16	\$ 19.366,37	\$ 19.950,04
.= Utilidad después RUT	\$ 100.336,72	\$ 103.388,31	\$ 106.522,92	\$ 109.742,78	\$ 113.050,21
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 25.084,18	\$ 25.847,08	\$ 26.630,73	\$ 27.435,69	\$ 28.262,55
.=Utilidad Neta	\$ 75.252,54	\$ 77.541,23	\$ 79.892,19	\$ 82.307,08	\$ 84.787,66
(+) Cargos Dep. y Amort.	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03
.= Flujos Netos de Efectivo	\$ 78.391,57	\$ 80.680,26	\$ 83.031,21	\$ 85.446,11	\$ 87.926,68

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

6.7.2 Flujo de caja.

Tabla 35 Flujo de Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$135.016,00	\$138.658,02	\$142.398,28	\$146.239,43	\$150.184,20
(-) Costos Operativos		\$ 1.831,88	\$ 1.852,39	\$ 1.873,14	\$ 1.894,12	\$ 1.915,33
.=Utilidad bruta		\$133.184,13	\$136.805,63	\$140.525,14	\$144.345,32	\$148.268,87
(-) Costos Administrativos		\$ 1.751,08	\$ 1.770,70	\$ 1.790,53	\$ 1.810,58	\$ 1.830,86
(-) Costos de Ventas		\$ 1.051,92	\$ 1.063,70	\$ 1.075,61	\$ 1.087,66	\$ 1.099,84
(-) Costos Financieros		\$ 9.198,90	\$ 9.198,90	\$ 9.198,90	\$ 9.198,90	\$ 9.198,90
(-) Cargos Dep. y Amort		\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03
.= Utilidad antes de RUT		\$118.043,20	\$121.633,31	\$125.321,08	\$129.109,15	\$133.000,24
(-) 15% RUT		\$ 17.706,48	\$ 18.245,00	\$ 18.798,16	\$ 19.366,37	\$ 19.950,04
.= Utilidad después RUT		\$100.336,72	\$103.388,31	\$106.522,92	\$109.742,78	\$113.050,21
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$ 25.084,18	\$ 25.847,08	\$ 26.630,73	\$ 27.435,69	\$ 28.262,55
.=Utilidad Neta		\$ 75.252,54	\$ 77.541,23	\$ 79.892,19	\$ 82.307,08	\$ 84.787,66
(+) Cargos Dep. y Amort.		\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03	\$ 3.139,03
Inversion Inicial	\$ 95.994,50					
Insumos	\$ 1.924,00					
Terreno	\$ 42.000,00					
Edificio	\$ 37.000,00					
Muebles y Enseres	\$ 11.162,25					
Permisos legales	\$ 300,00					
Elaboración del proyecto	\$ 352,00					
Publicidad y promoción	\$ 500,00					
Sueldos y salarios	\$ 2.756,25					
.= Flujos Netos de Efectivo	\$(95.994,50)	\$ 78.391,57	\$ 80.680,26	\$ 83.031,21	\$ 85.446,11	\$ 87.926,68
Elaborado por: Evelin Lascano						
Fuente: Investigación de campo		\$ (17.602,94)	\$ 63.077,32	\$ 146.108,54	\$ 231.554,64	\$ 319.481,33

6.8. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio determina el volumen de ventas con el cual el ingreso total de nuestra empresa es igual a los costos y gastos totales, que son la suma de los costos fijos más los variables, es decir en este punto la librería no percibe utilidades ni tampoco opera con pérdidas.

COSTOS FIJOS	\$	58.817,40
PVP	\$	2,50
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	0,11
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$	24.621,11

$$PE = \frac{CF}{PVP - CVU}$$

$$PE = \frac{\$ 58.817,40}{(2,5 - 0,11)}$$

$$PE = 24621$$

Tabla 36 Costo fijo y Costo variable

COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	
\$ 4.901,45	\$ 500	MENSUAL
\$ 58.817,40	\$ 6.000,00	ANUAL
\$ 1,09	\$ 0,11	UNITARIO

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo



Gráfico 16 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Evelin Lascano

6.9. Tasa mínima de aceptación de rendimiento

Todo inversionista, ya sea persona física, empresa, gobierno o cualquier otro, tiene en mente antes de invertir es beneficiarse por el desembolso que va a hacer. Considérese que aunque el gobierno de un país sea el que invierta, éste debe esperar, si no lucrar, al menos salir a mano en sus beneficios respecto de sus inversiones, para que no haya un subsidio en el consumo de bienes o servicios y no aumente el déficit del propio gobierno.

Por tanto, se debe partir del hecho de que todo inversionista deberá tener una tasa de referencia sobre la cual basarse para hacer sus inversiones. Una tasa de referencia es la base de comparación de cálculo en las evaluaciones económicas que haga. Si no se obtiene cuando menos esa tasa de rendimiento, se rechazará la inversión.

Para establecer esa tasa debe considerarse que todo inversionista espera que su dinero crezca en términos reales. Como en todos los países hay inflación, aunque su valor sea pequeño, crecer en términos reales significa ganar un rendimiento superior a la

inflación, ya que si se gana un rendimiento igual a la inflación el dinero no crece, sino mantiene su poder adquisitivo. Es esta la razón por la cual no debe tomarse como referencia a la tasa de rendimiento que ofrecen los bancos, pues es bien sabido que la tasa bancaria de rendimiento es siempre menor a la inflación.

Los valores de la inflación y del riesgo país son obtenidos del INEC “Instituto Nacional de Estadísticas y Censos”

TMAR sin financiamiento

$$i = 0,0617$$

$$f = 0,0112 \quad 2$$

$$Tmar1 = i + f$$

$$Tmar1 = 0,0617 + 0,0122$$

$$Tmar1 = 0,0729$$

$$Tmar2 = 0,0617 + 0,0122(2)$$

$$Tmar2 = 0,0841$$

TMAR con financiamiento

Fuentes de financiamiento

	%		Tmar1	Tmar1
Capital propio	0,52	\$ 50.000,00	0,0729	0,0379709
Instituciones financieras	0,48	\$ 45.994,50	0,15	0,0718705
	100%			
Inversión inicial		\$ 95.994,50		10,98%

Fuentes de financiamiento

	%		Tmar2	Tmar2
Capital propio	0,52	\$ 50.000,00	0,0841	0,0438046
Instituciones financieras	0,48	\$ 45.994,50	0,15	0,0718705
	100%			
Inversión inicial		\$ 95.994,50		11,57%

6.10. Valor actual neto

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados.

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} = & - \text{Inv inicial} + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)_1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)_2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)_3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)_4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)_5} \\
 \$ & (95.994,50) + \frac{78.391,57}{(1+0,1098)_1} + \frac{80.680,26}{(1+0,1098)_2} + \frac{83.031,21}{(1+0,1098)_3} + \frac{85.446,11}{(1+0,1098)_4} + \frac{87.926,68}{(1+0,1098)_5}
 \end{aligned}$$

\$6.155.372.188,66

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} = & - \text{Inv inicial} + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)_1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)_2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)_3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)_4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)_5} \\
 \text{VAN} = & -37094.50 + \frac{78.391,57}{(1+0,1157)_1} + \frac{80.680,26}{(1+0,1157)_2} + \frac{83.031,21}{(1+0,1157)_3} + \frac{85.446,11}{(1+0,1157)_4} + \frac{87.926,68}{(1+0,1157)_5}
 \end{aligned}$$

\$4.782.305.922,43

6.11. Índices financieros

- ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO

Refleja el porcentaje de fondos totales que se obtuvieron de los acreedores; también significa que porción del activo ha sido financiada con fondos ajenos.

$$\textit{Endeudamiento del activo} = \frac{\textit{Pasivo Total}}{\textit{Activo Total}}$$
$$\textit{Endeudamiento del activo} = 0.21$$

Interpretación

La participación de los acreedores en el activo corresponde a 0,21 para el primer año.

- ENDEUDAMIENTO DEL PATRIMONIO

Sirve para medir la solvencia de la empresa. Demuestra la relación entre el patrimonio de la empresa y el total de obligaciones por pagar.

$$\textit{Endeudamiento del patrimonio} = \frac{\textit{Pasivo Total}}{\textit{Patrimonio}}$$
$$\textit{Endeudamiento del patrimonio} = 0.26$$

Interpretación

Indica que la solvencia de la empresa para el primer año es de 0.26 veces lo que indica que la empresa cuenta con la suficiente solvencia para cumplir con sus obligaciones.

6.12. Relación costo-beneficio

La relación de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Este método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas.

$$R\ c/b = \frac{\text{Ingreso Bruto}}{CT}$$

$$R\ c/b = \frac{135016 + 138658.02 + 142398.28 + 146239.43 + 150184.20}{64817,4}$$

$$R\ c/b = \frac{\$ 712.495,93}{\$ 64.817,40}$$

$$R\ c/b = 10,99$$

La relación costo – beneficio es de 10,99 para el proyecto en estudio.

6.13. Periodo de recuperación de la inversión

$$PRI = \frac{I_o}{\frac{\Sigma FNE}{\#AÑOS}}$$

I_o	\$ 95.994,50
FNE	\$ 415.475,83
# AÑOS	5
PRI	1,16
	AÑOS

			1
	MESES		
0,16		12	2
	DÍAS		
0,9		30	27
	HORAS		
0		24	0

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 1 Año, 2 Meses 27 días.

6.14. Tasa interna de retorno

La TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuese produciendo.

$$\begin{aligned}
 \text{TIR} &= \frac{\text{Tmar1}}{\text{Tmar2} + \text{Tmar1}} + \frac{\text{VAN1}}{\text{VAN1} - \text{VAN2}} \\
 \text{TIR} &= \frac{0,1098}{0,1157 + 0,1098} + \frac{6155372188,66}{6361329807,48 - 4942354545,56} \\
 \text{TIR} &= 0,1098 + 0,2255 \quad (4,4829) \\
 \text{TIR} &= 1,1208
 \end{aligned}$$

La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, es decir para el proyecto la tasa óptima es de 1.12

6.15. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite determinar las variaciones que tendría el resultado del proyecto, ante cambios en las variables que han sido utilizadas para llevar a cabo la evaluación del mismo.

Tabla 37 Analisis de sensibilidad

		INGRESOS				
COSTO VARIABLE	\$	70.198,60	\$ 10.000,00	\$ 50.000,00	\$ 100.000,00	\$ 150.000,00
	\$	6.000,00	\$ (54.817,40)	\$ (14.817,40)	\$ 35.182,60	\$ 85.182,60
	\$	12.000,00	\$ (60.817,40)	\$ (20.817,40)	\$ 29.182,60	\$ 79.182,60
	\$	24.000,00	\$ (72.817,40)	\$ (32.817,40)	\$ 17.182,60	\$ 67.182,60
	\$	48.000,00	\$ (96.817,40)	\$ (56.817,40)	\$ (6.817,40)	\$ 43.182,60
	\$	96.000,00	\$ (144.817,40)	\$ (104.817,40)	\$ (54.817,40)	\$ (4.817,40)

Elaborado por: Evelin Lascano

Fuente: Investigación de campo

Nuestro análisis de sensibilidad en base a las variables de ingresos y costos nos hace referencia que el proyecto es factible hasta cuando los costos lleguen a \$24000 y los ingresos sean de \$100000 de lo contrario si los costos suben y los ingresos se mantienen el emprendimiento ya no es factible ya que tendría perdidas.

7. CAPITULO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

Luego de realizar el estudio para la instalación del complejo deportivo se concluye los siguientes puntos que justifican la inversión y el financiamiento para su ejecución.

- La investigación de mercados demostró el interés de las personas por adquirir nuestros servicios en la parroquia de Huachi Grande Centro los cuales no serán solo para personas discapacitadas sino también para toda la comunidad.

- El estudio técnico además de determinar el tamaño óptimo y la capacidad máxima del proyecto, permitió realizar una distribución física adecuada para el usuario para que no tener accidentes dentro del establecimiento.

- De acuerdo al estudio organizacional permitió determinar el manual de funciones en base a los procesos y actividades que realiza el sistema de prestación de servicios y los procesos administrativos requeridos y el salario de cada uno de los puestos; que se lo pondrá en práctica en la nueva empresa.

- La inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto es de \$95.994,50 dólares financiados por el Banco Nacional del Fomento y capital propio.

1.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda fortalecer la estrategia de diferenciación de precios por medio de los servicios prestados para atraer mayor volumen de clientes.
- Es aconsejable que se tome en cuenta la optimización de tiempos para prestar mayor número de servicios.
- La implementación del proyecto debe realizarse en los plazos establecidos para garantizar el TIR y el VAN propuestos.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



La presente encuesta es de carácter académico por este motivo aspiramos se responda con absoluta franqueza.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada una de las preguntas.

Marque únicamente sólo una respuesta.

No existe respuesta buena ni mala pero se sugiere que responda con total sinceridad.

Edad: años.

1. ¿Practica actividad física durante sus tiempos libres?

Si

No

(Si su respuesta es no, agradecemos su colaboración)

2. ¿Con que frecuencia practica actividades deportivas?

Todos los días

Un día por semana

Más de un día por semana

Los fines de semana

Una vez al mes

3. ¿En qué lugares practica actividades físicas?

Calle

Parques

Canchas

Complejo deportivo

4. ¿Qué otro tipo de servicio le gustaría que le brinden?

Restaurant

Cafetería

Gimnasio

Minimarket

5. ¿Con que frecuencia asistiría a practicar actividades deportivas en dicho lugar?

Todos los días

Un día por semana

Más de un día por semana

Los fines de semana

Una vez al mes

6. ¿Durante que horario realizaría actividades físicas en este complejo deportivo?

9:00 13:00

14:00 18:00

19:00 22:00

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el arriendo de este servicio? (Por hora)

\$1 - 2

\$3 - 4

Agradecemos su Tiempo.

Predio y verificación del terreno

Número de Certificado: 11816 Fecha de Emisión: 22/07/2010
Número de Comprobante: 12450C Fecha de Ingreso: 19/07/2010 Factura: 259682
El Registrador de la Propiedad del Cantón Ambato Certifica que revisados los índices de gravámenes a partir de la fecha de su inscripción se encontró:

GRAVAMENES:

- Que no soporta: HIPOTECA, PROHIBICIÓN, DEMANDA, EMBARGO, USUFRUCTO, PATRIMONIO FAMILIAR.

DESCRIPCION DEL TERRENO/INMUEBLE:

Las acciones y derechos equivalentes al 50% en un lote de terreno de la superficie de 1.200 m², barrio Los Laureles de la parroquia Huachi Grande, el mismo que se halla comprendido dentro de estos linderos: Norte, 76.40m predio de Elvia Mayorga: Sur, con 67.64m predio de Norma Escobar: Este, 21.46m camino publico: Oeste, en parte 6.75m y en otra parte 60ctm camino publico.

COMPRADOR(ES):

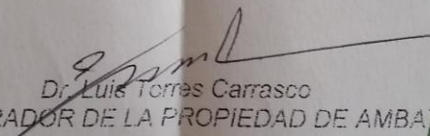
LASCANO COBO EVELIN CATHERINE soltera

VENDEDOR(ES):

SALAZAR VILLACIS GERARDO ELIECER Y SRA.

OBSERVACIONES:

Que lo adquirió, representada por la Sra. Silvia Rocío Cobo Escobar, según escritura de compra otorgada en la notaría 7ma Dr. Rodrigo Naranjo el 19 de julio del 2010, e inscrita en el Registro de Propiedades el 22 de julio del 2010, bajo la partida No. 4702.


Dr. Luis Torres Carrasco
REGISTRADOR DE LA PROPIEDAD DE AMBATO



RESPONSABLES:

Revisión : CP
Elaboración : JR

ILUSTRE MUNICIPIO DE AMBATO
TESORERIA MUNICIPAL

TITULO DE PAGO DE IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES

ALCABALAS

Matriz: Bolivar 523 y Castillo * Ambato
R.J.C. 1860000210001
Contribuyente Especial Res. N° 04519 del 23/09/1996
Autorización Nro. 1108297495
Válido para su emisión hasta 31/05/2011

REGISTRO 59153	N° PAGO: 1100517	N° EMISION: 3547707	DIVIDENDO:
CIU: 400595	CEDULA / RUC: 1805175369	FECHA EMISION: 01 July 2010	
CONTRIBUYENTE: LASCANO COBO EVELIN KATHERINE		RAZON SOCIAL:	
DOMICILIO CONTRIBUYENTE: LOS LAURELES HUACHI GRANDE		PARROQUIA:	TELEFONO:
DETALLE DE LA EMISION: Direccion TRASPASO DOMINIO 59153 NORMAL CLAVE: 1801550402012200000 DIRECCION: LOS LAURELES VIA A LA LIBERTAD AREA TERR: 1156.46 AREA CONS: 0 AVALUO: 5040.04 OTORGADOR POR: SALAZAR VILLACIS GERARDO ELIECER A FAVOR DE LASCANO COBO EVELIN KATHERINE F REGISTRO: 15-JUL-10 Clave Catastral/Codigo: 1801550402012200000			
CLAVE CATASTRAL: 180155040201220000	TERRENO AREA: .00 AVAL: .00	CONSTRUCCION AREA: .00 AVAL: .00	AVALUO TOTAL .00 BASE IMPONIBLE: .00
IMPUESTO MUNICIPAL DE ALCABALAS		50.40	
CONSEJOS PROVINCIALES		0.50	
ESPECIES VALORADAS		0.20	



PAGADO: USD 51.10


 DIRECTOR FINANCIERO


 JEFE DE RENTAS


 TESORERO

FECHA PAGO: 15/07/2010
 CAJERO: RMGN2006

ADQUIRENTE

C.I.
NOMBRE:

CONFORME

[Handwritten Signature]



CERTIFICADO DE GRAVAMIENTOS
COMPRA VENTA
CERTIFICADO DE GRAVAMIENTOS
COMPRA VENTA

CONCEPTO

R.U.C. 1800019821001

Oficina 308 • Teléfono: 03 5853366 • AMBATO
Centro - Montalvo 02-31 y Sucre (Edificio El Heraldo)

AMBATO

REGISTRO DE LA PROPIEDAD

Torres Carrasco Luis Eduardo

TOTAL \$.

68 08 USD

1	1	1.94
1	1	26.30
1	1	1.84
1	1	38.00

Cant.

Lote

VALOR

OBSERVACIONES

EVENITACION

Transido:

C.I. o R.U.C.

Cliente:

Ambato:

Autonización S.R.L. No. 1108183853

CONSULTADOR FINAL

18012010 # CONTROL: 520085

NOTA DE VENTA No 001-001- **112302**

Logotipo, Slogan e Indumentaria



Complejo Deportivo Huachi Grande
Inclusion y deporte, sociedad sana.



Cotización

CESPED ECUADOR .COM

Deportivo Fecha: 07 02 17
DD MM AA

Asesor: Leda Cristina Sánchez Teléfono: 0983125694

Cliente

Nombre: Sr. Evelyn Lascano Teléfono: 0999848236

RUC / C.I.: 1 Ciudad: Ambato

Proyecto: Cancha Cantidad a cotizar: 1 m²

Quito
 Av. 10 de Agosto N° 4837 y Mañosa
 (Parada Trole Estadio)
 Teléfono: 0958 98 29 80 / (02) 381 4940

Quito
 Centro de distribución
 Av. Panamericana Norte y García Moreno esp.
 Ingreso a Llano Grande (frente a Harina W).

Cuzco
 Mal del Sol (Por el Ingreso a PYCCA) Torre B,
 Piso 4, Riquis - Oficina 421.
 Teléfono: 0958 98 29 80

www.cespedecuador.com
 info@cespedecuador.com

1700 CESPED 237733
 0958 98 29 80

Monofilamento recovery PROFESIONAL

Columna Central 50mm

1/2

Vista Frontal Vista Superior Backing

Colores disponibles:

Lime Green

PRECIO M2 Metros Subtotal

\$ 21.92 1 \$ 21.92

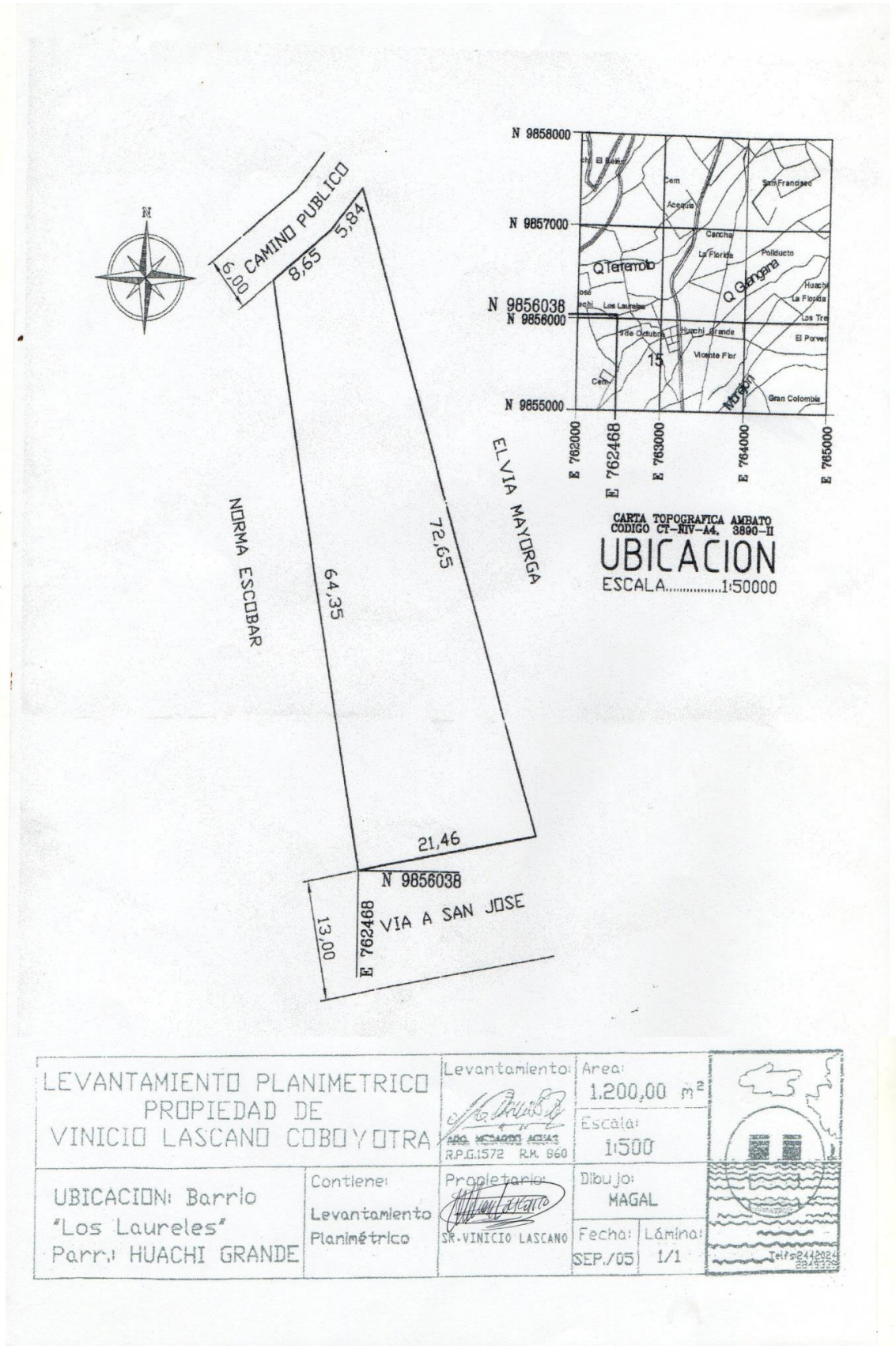
TOTAL \$ 24.99

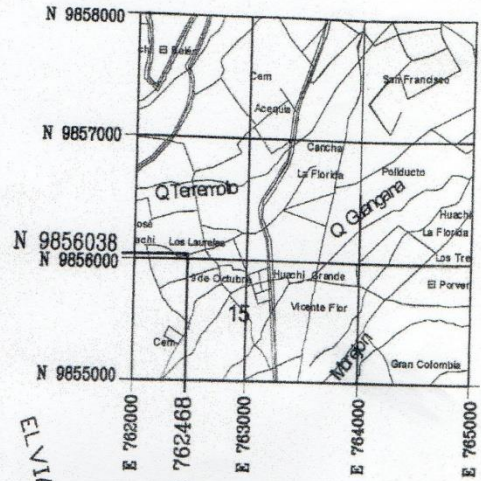
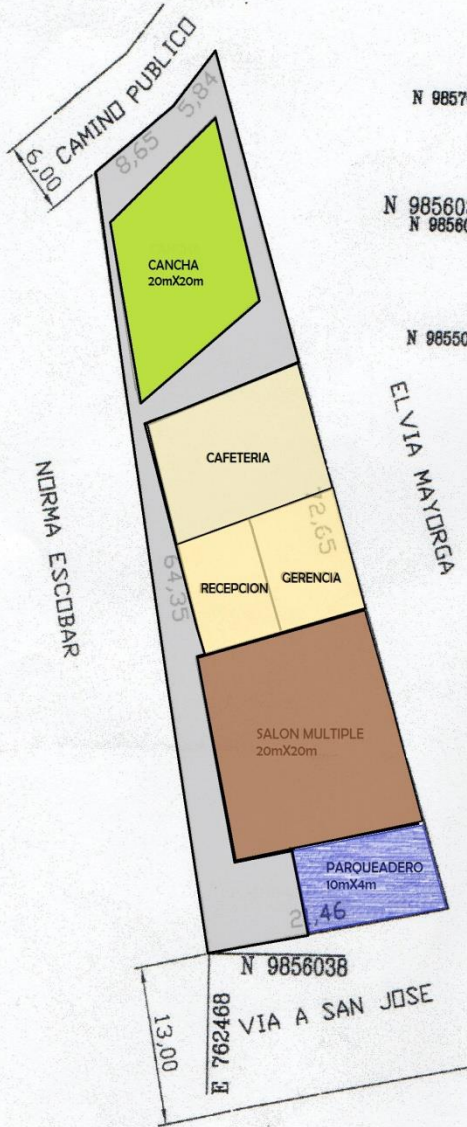
PRECIO INCLUDE: Instalación / Mano de Oros Deportivas / Transporte. Obstrucciones

12 Meses sin intereses y hasta 12 con interés.

VISA MasterCard AMERICAN EXPRESS

Plano





CARTA TOPOGRAFICA AMBATO
 CODIGO CT-NIV-A4, 3890-II
UBICACION
 ESCALA.....1:50000

LEVANTAMIENTO PLANIMETRICO PROPIEDAD DE VINICIO LASCANO COBOYOTRA		Levantamiento: <i>[Signature]</i> R.P.G.1572 R.M. 860	Area: 1.200,00 m ²	
UBICACION: Barrio "Los Laureles" Parro: HUACHI GRANDE		Propietario: <i>[Signature]</i> SR. VINICIO LASCANO	Escala: 1:500	
Contiene: Levantamiento Planimétrico		Dibujo: MAGAL	Fecha: SEP./16	Lámina: 1/1

REFERENCIAS

- Chaparro, N. (01 de julio de 2013). PROYECTO SOCIO COMUNITARIO Y SOCIO PRODUCTIVO . Recuperado el martes 7 de abril de 2015, de <http://es.slideshare.net/grupoprojectosecc132/socio-comunitario-y-socioproductivo>
- Comite Paraolimpico Ecuatoriano. (21 de Mayo de 2015). Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramerica . Obtenido de [http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-invierte-cerca-500000-dolares-
implementos-deportivos-personas-discapacidad.html](http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-invierte-cerca-500000-dolares-implementos-deportivos-personas-discapacidad.html)
- Deporte Adaptado – Ministerio del Deporte. (s. f.). Recuperado a partir de <http://www.deporte.gob.ec/deporte-adaptado/>
- Ecuador, B. C. (2015). Saldos Positivos .
- GUIDO, CLEMENTS. (2012). Administración exitosa de proyectos (QUINTA EDICION). MEXICO: Cengage Learning Editores
- Herrera, Medina, Naranjo. (2010). Tutoría de la Investigación Científica (Cuarta Edición). Ambato: Graficas Corona Quito
- Higuerey, A. (2005). Finanzas. Obtenido de [http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/Lectura5%20EjercsAdmon
CT.pdf](http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/Lectura5%20EjercsAdmonCT.pdf)
- Keat, P. G., & Young, P. K. Y. (2004). Economía de empresa. Pearson Educación.
- KOTLER, P. (1995). Fundamentos de Mercadotecnia.
- KOTLER, P. (2000). Dirección de Marketing. España: Prentice Hall.
- León Edelmar, O. (martes 19 de marzo de 2013). PROYECTO SOCIO PRODUCTIVOS. Recuperado el martes 7 de abril de 2015, de <http://proyectosocioproductivo1401.blogspot.com/>
- LLama, C. (2009). Marketing Y Gestión de la Calidad Turística. Madrid: Liber Factory.
- MIES. (2016). Servicios MIES para personas con Discapacidad | Ministerio de Inclusión Económica y Social. Recuperado a partir de <http://www.inclusion.gob.ec/servicios-mies-para-personas-con-discapacidad/>

PRIDE, W. (12 de 2 de 2012). Marketing. Recuperado el 8 de 06 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/distrielsy.htm>.

Quevedo, C. (NOVIEMBRE de 2013). Proyecto socio productivo. Recuperado el 6 de abril de 2015, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Proyecto-Socio-Productivo/43877320.html>

SEMPLADES. (2013). Plan del buen vivir. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-2.-auspiciar-la-igualdad-la-cohesion-la-inclusion-y-la-equidad-social-y-territorial-en-la-diversidad>

STANTON, W. (s.f.). Fundamentos de Marketing.

Sunkel Guillermo, T. D. (s.f.). Las tecnologías digitales frente a los desafíos de una educación inclusiva en América Latina. Recuperado el Martes 4 de Noviembre de 2014, de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/48484/LasTecnologiasDigitales.pdf>

TORRES, V. (12 de 02 de 2007). Glosario de MKT. Recuperado el 8 de 06 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/distrielsy.htm>.