

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de emprendimiento
previo a la obtención del Título de
Licenciado de Empresas**

**TEMA: “Creación de un centro deportivo innovador
para uso social y recreativo en la ciudad de Ambato”**

AUTOR: Jorge Ronaldo IpiALES Mackenzie

TUTOR: Ing. Mg. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría, MBA

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría, PhD

CERTIFICA:

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación **“Creación de un centro deportivo innovador para uso social y recreativo en la ciudad de Ambato”** presentado por el señor **Jorge Ronaldo Ipiales Mackenzie** para optar por el título de Licenciado de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Titulación y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presencia pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

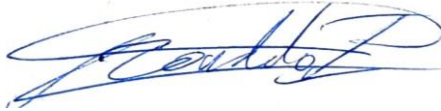
Ambato, 17 de marzo 2023



Ing. Mg. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría, PHD
C.I.: 1802643898

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Jorge Ronaldo Ipiales Mackenzie**, declaro que todos los contenidos documentados y resultados obtenidos en el presente proyecto de emprendimiento, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado de Empresas son completamente originales, auténticos y personales, con la excepción de las citas bibliográficas.




Jorge Ronaldo Ipiales Mackenzie
C.I: 0104867478

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadoros, 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.



Ing. Mg. César Andrés Guerrero Velasteguí
C.I.: 1803101243




Dr. Mg. Jorge Francisco Abril Flores
C.I.: 1803035086

Ambato, 17 de marzo 2023

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 de emprendimiento 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.



Jorge Ronaldo Ipiales Mackenzie
C.I.: 0104867478

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación principalmente a Dios por brindarme la salud y sabiduría para poder Culminar con mis estudios y mis padres quienes me Han apoyado incondicionalmente día con día en mi vida universitaria con su motivación y ejemplo a seguir para ser una persona de bien con aspiraciones hacia el futuro.

Ronaldo Ipiales

AGRADECIMIENTO

Mi principal agradecimiento es a Dios por haberme guiado día tras día en cada uno de mis pasos universitarios, así como también quiero agradecer a mis padres quienes han estado presentes en todo momento brindándome su apoyo para poder realizar mis objetivos académicos.

De igual manera quiero agradecer y reconocer de todo corazón a mi tutor de tesis el Ing. PhD. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría, quien me ha brindado su tiempo y respaldo incondicional para poder hacer realidad objetivo de realizar mi proyecto de titulación.

Finalmente quiero dar un agradecimiento especial a la Universidad Técnica de Ambato y a la Facultad de Ciencias Administrativas conjuntamente con todos sus excelentes profesionales que a lo largo de la carrera universitaria me han aportado con sus conocimientos y enseñanzas tanto académicamente como también para la vida diaria.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	ii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE ECUACIONES	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xviii
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Definición del problema de investigación.....	1
1.2 Árbol de problemas	3
1.2.1 Análisis del árbol de problemas.....	4
CAPÍTULO II	6
DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO	6
2.1 Nombre del emprendimiento.....	6
2.2 Localización geográfica.....	6
2.2.1 Localización geográfica del emprendimiento	6
2.3 Justificación.....	7
2.4 Objetivos	8
2.4.1 Objetivo general	8
2.4.2 Objetivos específicos	8
2.5 Beneficiarios.....	9
2.6 Resultados a alcanzar	11
CAPÍTULO III.....	12

ESTUDIO DE MERCADO	12
3.1 Descripción de producto, características y usos	12
3.2 Comparativa de espacios deportivos	16
3.3 Estudio de la demanda.....	23
3.3.1 Fuentes de información	24
3.3.2 Segmentación de mercado.....	25
3.3.3 Determinación de la muestra.....	26
3.3.3.1 Población	26
3.3.3.2 Muestra	27
3.3.3.3 Técnicas e instrumentos	28
3.3.3.4 Cuestionario.....	28
3.3.4 Análisis e interpretación de resultados.....	32
3.3.5 Demanda en personas.....	50
3.3.2 Demanda en servicios	52
3.4 Estudio de la oferta.....	54
3.4.1 Fuentes de información	55
3.4.2 Oferta en personas.....	57
3.4.3 Oferta en servicios.....	59
3.5 Mercado potencial para el proyecto	62
3.6 Análisis de precios.....	63
3.7 Canales de comercialización	66
3.8 Canales de distribución	69
3.9 Estrategias de comercialización	70
CAPÍTULO IV	74
ESTUDIO TECNICO	74
4.1 Tamaño del emprendimiento.....	74
4.1.1 Factores determinantes del tamaño	74
4.1.2 Tamaño optimo	75
4.2 Localización	75
4.2.1 Macro localización	76
4.2.2 Micro localización.....	77

4.2.3	Matriz de Criterios de Selección de Alternativas.....	78
4.3	Ingeniería del proyecto.....	79
4.3.1	Representación gráfica del proceso.....	79
4.3.2	Balance de materiales.....	82
4.3.3	Periodo operacional estimado del proyecto	84
4.3.4	Capacidad de operación	84
4.3.5	Distribución física de espacios.....	85
CAPÍTULO V.....		87
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....		87
5.1	Organización del proyecto.....	87
5.2	Diseño organizacional	87
5.2.1	Niveles jerárquicos.....	89
5.2.2	Misión	90
5.2.3	Visión	90
5.2.4	Valores empresariales	91
5.3	Estructura organizacional	91
5.4	Estructura funcional	93
5.5	Manual de funciones	93
CAPÍTULO VI.....		100
ESTUDIO FINANCIERO		100
6.1	Ingresos brutos	100
6.2	Inversión inicial	101
6.2.1	Activos fijos o tangibles.....	102
6.2.2	Activos diferidos o intangibles	103
6.2.3	Capital de trabajo	104
6.3	Costos y gastos	105
6.3.1	Costos de operación	105
6.3.2	Costos financieros	106
6.3.3	Costos administrativos	108
6.4	Punto de equilibrio	109
6.5	Estado de resultados	111

6.6	Balance general	112
6.7	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (Tmar).....	114
6.8	Evaluación del proyecto	115
6.8.1	Presente	116
6.8.1.1	Indicadores de liquidez.....	116
6.8.1.2	Indicadores de solvencia	117
6.8.1.3	Indicadores de endeudamiento	118
6.8.1.4	Apalancamiento.....	119
6.8.2	Futuro	120
6.8.2.1	Valor actual neto (VAN).....	120
6.8.2.2	Tasa interna de retorno (TIR).....	123
6.8.2.3	Relación Beneficio – Costo (RB/C).....	124
6.8.2.4	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	125
6.8.3	Análisis de sensibilidad.....	126
CAPÍTULO VII.....		128
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		128
7.1	Conclusiones	128
7.2	Recomendaciones.....	129
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		131
CAPÍTULO VIII.....		¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS		137

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Árbol de problemas	3
Ilustración 2 Localización geográfica	6
Ilustración 3 Edad	32
Ilustración 4 Género	34
Ilustración 5 Uso	35
Ilustración 6 Frecuencia	36
Ilustración 7 Deporte	38
Ilustración 8 Horario	39
Ilustración 9 Compañía	41
Ilustración 10 Lugar	43
Ilustración 11 Precio	44
Ilustración 12 Elección.....	46
Ilustración 13 Servicios.....	47
Ilustración 14 Tipos.....	48
Ilustración 15 Demanda proyectada en personas	51
Ilustración 16 Demanda proyectada en servicios.....	53
Ilustración 17 Oferta proyectada en personas	59
Ilustración 18 Oferta proyectada en servicios.....	61
Ilustración 19 Proyeccion demanda potencial insatisfecha.....	62
Ilustración 20 Proyección de precios	65
Ilustración 21 Canal de distribucion	70
Ilustración 22 Macro Localizacion.....	76
Ilustración 23 Micro Localizacion	77
Ilustración 24 Diagrama de flujo.....	80
Ilustración 25 Distribucion fisica de espacios.....	85
Ilustración 26 Organigrama estructural.....	92
Ilustración 27 Organigrama funcional	93
Ilustración 28 Ingresos brutos	100
Ilustración 29 Simulador de creditos.....	107

Ilustración 30 Cuotas prestamo financiero.....	107
Ilustración 31 Punto de equilibrio.....	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios	9
Tabla 2 Comparación de espacios deportivos	17
Tabla 3 Segmentación de mercado	25
Tabla 4 Datos para cálculo de muestra	27
Tabla 5 Edad	32
Tabla 6 Género	34
Tabla 7 Uso	35
Tabla 8 Frecuencia	36
Tabla 9 Deporte.....	37
Tabla 10 Horario	39
Tabla 11 Compañía	41
Tabla 12 Lugar	42
Tabla 13 Precio	44
Tabla 14 Elección.....	45
Tabla 15 Servicios.....	47
Tabla 16 Tipos.....	48
Tabla 17 Demanda en personas	50
Tabla 18 Demanda proyectada en personas	50
Tabla 19 Demanda en servicios	52
Tabla 20 Demanda proyectada en servicios.....	53
Tabla 21 Centros deportivos de Ambato.....	55
Tabla 22 Ponderación de centros deportivos	56
Tabla 23 Oferta en personas.....	58
Tabla 24 Oferta proyectada en personas	58
Tabla 25 Oferta en servicios	60
Tabla 26 Oferta proyectada en servicios.....	61
Tabla 27 Demanda potencial instarisfecha	62
Tabla 29 Poryeccion de precios	65
Tabla 30 Matriz criterios de seleccion	78
Tabla 31 Simbologia diagrama de flujo.....	79

Tabla 32 Balance de materiales.....	82
Tabla 33 Capacidad de operacion	84
Tabla 34 Simbologia organigrama	92
Tabla 35 Manual de funciones gerente	94
Tabla 36 Manual de funciones contabilidad	95
Tabla 37 Manual de funciones gestion operativa.....	96
Tabla 38 Manual de funciones operarios	98
Tabla 39 Ingresos brutos	100
Tabla 40 Activos fijos	102
Tabla 41 Depreciacion activos fijos	102
Tabla 42 Activos intangibles.....	103
Tabla 43 Amortizaciones	103
Tabla 44 Insumos	106
Tabla 45 Costos administrativos	108
Tabla 46 Punto de equilibrio	110
Tabla 47 Estado de resultados.....	111
Tabla 48 Balance general	112
Tabla 49 Tmar	114
Tabla 50 Tmar 1	114
Tabla 51 Tmar 2	115
Tabla 52 Tabla de transformacion PRI	126
Tabla 53 Analisis de sensibilidad.....	127

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Muestra.....	27
Ecuación 2 Precio.....	64
Ecuación 3 Tasa circulante.....	104
Ecuación 4 Capital trabajo	104
Ecuación 5 Punto de equilibrio	109
Ecuación 6 Periodo promedio de recuperacion.....	113
Ecuación 7 Cuentas por cobrar	114
Ecuación 8 Razon corriente	116
Ecuación 9 Prueba acida	116
Ecuación 10 Solidez.....	117
Ecuación 11 Estabilidad.....	117
Ecuación 12 Endeudamiento propio	118
Ecuación 13 Endeudamiento corto plazo.....	119
Ecuación 14 Apalancamiento operativo.....	119
Ecuación 15 Apalancamiento financiero	120
Ecuación 16 VAN	121
Ecuación 17 Calculo VAN 1.....	121
Ecuación 18 Calculo VAN 2.....	122
Ecuación 19 TIR	123
Ecuación 20 Calculo TIR	123
Ecuación 21 Relacion beneficio / costo	124
Ecuación 22 Calculo relacion beneficio / costo	124
Ecuación 23 Periodo recuperacion inversion.....	125
Ecuación 24 Calculo periodo recuperacion inversion.....	126

RESUMEN EJECUTIVO

La creación de espacios y centros deportivos en las ciudades son una forma de incentivar directamente la práctica de actividades físicas entre las personas de todas las edades puesto que abarcan una gran cantidad de disciplinas que dentro de la población de la ciudad de Ambato específicamente son realizadas con gran frecuencia.

Es por ello que se ha optado por generar un espacio recreativo en el que las personas puedan realizar actividades físicas con mayor libertad a la par de tener una mayor cantidad de servicios que complementaran la experiencia de los usuarios, aspecto que se tomó en cuenta para poder tener una ventaja competitiva en el mercado.

De esta manera generar un impacto positivo dentro de la sociedad al promover un estilo de vida saludable apoyando la presente investigación con una metodología cuantitativa que nos permitirá identificar cual será el nivel de aceptación del proyecto en base a las proyecciones financieras que se realizaran.

Por lo tanto este proyecto tiene como principal objetivo apoyarse en la innovación constante y en la aplicación de buenas prácticas empresariales para poder ser una empresa que pueda ser líder dentro de su ámbito de desempeño, lo que conllevara a un crecimiento económico óptimo del mismo.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO, DEPORTE, INNOVACIÓN, RENTABILIDAD, NEGOCIOS.

ABSTRACT

The creation of spaces and sports centers in the cities are a way to directly encourage the practice of physical activities among people of all ages since they cover a large number of disciplines that within the population of the city of Ambato specifically are performed with great frequency.

That is why we have chosen to create a recreational space where people can perform physical activities with greater freedom while having a greater number of services that complement the user experience, an aspect that was taken into account in order to have a competitive advantage in the market.

In this way, we will generate a positive impact within society by promoting a healthy lifestyle, supporting this research with a quantitative methodology that will allow us to identify the level of acceptance of the project based on the financial projections that will be made.

Therefore, the main objective of this project is to rely on constant innovation and the application of good business practices in order to be a company that can be a leader in its field of performance, which will lead to optimal economic growth.

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP, SPORT, INNOVATION, PROFITABILITY, BUSINESS.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Definición del problema de investigación

En la ciudad de Ambato la cultura del deporte ha tenido gran relevancia desde muchos años atrás, en donde el fútbol ha sido parte esencial para el desarrollo social, económico y productivo de la zona, ya que en esta ciudad se han fundado varios equipos de fútbol profesional que hoy en día son referentes de Tungurahua en todo el país y también a nivel internacional gracias a que los equipos como Macara y Mushuc Runa han debutado en campeonatos Sudamericanos o en la Copa Libertadores.

Deportes como el Ecuavoley también tienen gran acogida dentro de la zona centro del país, y específicamente en la ciudad de Ambato, en donde hay una gran cantidad de personas que lo practican de manera recreativa y también profesional, con rangos de edad que van desde los 12 años en adelante, teniendo en cuenta a personas de 3ra edad.

Estos deportes tienden a ser practicados muchas de las veces en zonas abiertas al público y gratuitas como son por ejemplo las canchas de cemento o tierra que se encuentran en parques públicos y/o también terrenos abandonados que son adaptados para conveniencia de los usuarios que son citados al encuentro deportivo.

También en su contra parte hay zonas en donde se puede realizar dichas actividades deportivas, pero a cambio de una determinada cantidad monetaria ya que cuentan con mayores comodidades y servicios para los usuarios, lo que permite que la calidad de juego sea mejor y favorezca a una adecuada participación de los usuarios y por ende tener una mayor satisfacción por el esfuerzo realizado.

Sin embargo, dentro de estos espacios, ya sea el público o el privado, se encuentran ciertos aspectos que pueden ser mejorados para permitir que el goce de la actividad deportiva sea mayor y haga que el usuario tenga un sentimiento de fidelización con el lugar para que de

esta manera, en el caso privado se establezca una relación comercial efectiva que favorecerá tanto a la empresa como al usuario.

De esta forma se evidencian determinados aspectos que, de ser mejorados, podrían cambiar de manera positiva la percepción que tendrían los usuarios con respecto a las zonas deportivas, lo que también trae consigo un mayor desarrollo para las zonas que se verían directamente influenciadas por los cambios realizados y la afluencia de personas nuevas al sector.

Uno de los principales factores que influye en lo anteriormente enunciado es el material del que está hecho la cancha, ya que en muchos casos al ser de cemento o de tierra es frecuente sufrir lesiones en partes del cuerpo que tienden a rozar con el piso cuando hay caídas como son las rodillas, codos y en ocasiones también la cabeza; es por ello que cuando se va a planificar un tipo de suelo sobre el cual realizar actividades deportivas y de recreación siempre se sugiere el uso de césped sintético, ya que este material cuenta con la ventaja de que no es dañino para los usuarios como sí puede ser la tierra o cemento.

Otro aspecto importante a tomar en cuenta para que la zona deportiva tenga más acogida y sea visitada frecuentemente es una cubierta que proteja a los usuarios de la lluvia y de condiciones climáticas fuertes como el sol intenso o fríos nocturnos, y esta es una de las características que en muchas zonas deportivas de la ciudad de Ambato no se ha considerado como prioridad puesto que muchas de las veces la instalación de este tipo de cubiertas suele ser costoso o bien no es considerado relevante para los administradores o encargados de los proyectos, por lo que suele ser descartada su implementación.

El servicio de alimentación también suele tener un gran nivel de importancia dentro de estas zonas de asistencia masiva, puesto que los usuarios al realizar actividades deportivas invierten muchas energías, la necesidad de comer o hidratarse es primordial, por lo que en varios lugares deportivos en la ciudad de Ambato se instalan de manera improvisada y sin ningún control sanitario puestos de comida que en su mayoría son de comida rápida.

Si bien este tipo de servicio es indispensable, es obligatorio para la realización de estas actividades contar con un sistema de sanidad íntegro para precautelar la salud de los

usuarios de estas zonas deportivas, por lo que, al momento de planificar el presente proyecto se han tomado en cuenta todo este tipo de circunstancias para poder brindar un servicio de calidad en todos los aspectos en los cuales se vaya a actuar, ya que al hacer el respectivo estudio, el propósito principal será mejorar e implementar nuevas estrategias y servicios que hagan del proyecto un lugar ejemplar y de inspiración para emprendimientos venideros.

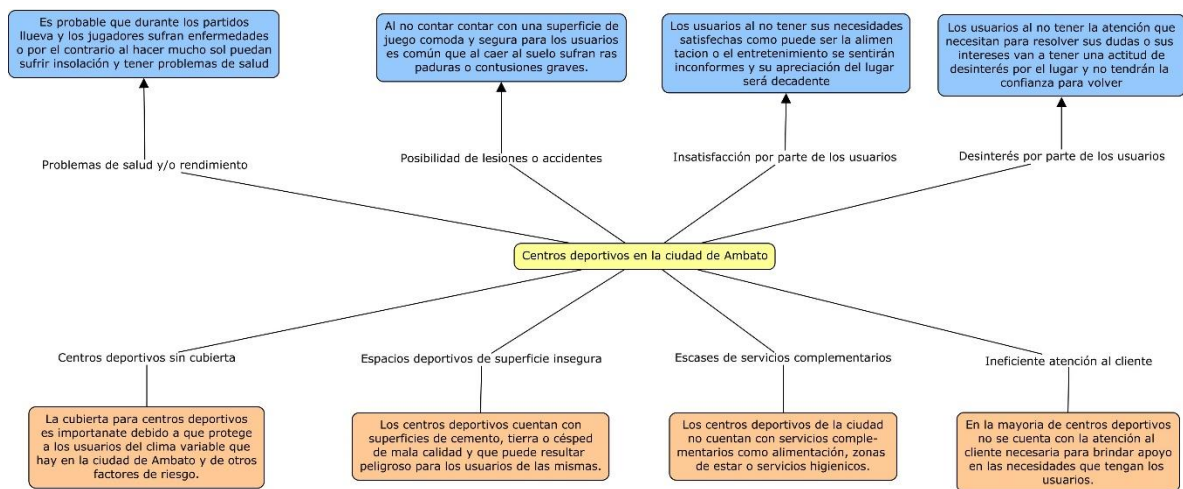
1.2 Árbol de problemas

El árbol de problemas es una herramienta de gran importancia al momento de establecer un contraste entre la influencia que tienen los aspectos negativos dentro de una determinada investigación para de esta manera poder estrategias y alternativas a tomar con el propósito de que estos las consecuencias o efectos sean minimizados y permitan el normal desempeño de las actividades que se vayan a realizar.

Esto lo establecen los autores (Escobar & Escobar, 2018), que en su publicación indican cuales son las características de un árbol de problemas y para que resulta útil dentro del campo científico y de la investigación, ya que determina cuales son las problemáticas de un tema específico y cuáles son los efectos que se ocasionan por dicha razón.

De igual manera según los autores (Huilcapi & Gallegos, 2020), se establece que el árbol de problemas es una de las herramientas que permiten a los administrativos y analistas a tomar decisiones a medida que identifican cuales son los principales problemas que se originan de determinada situación y de esta manera tomar decisiones acertadas que permitan a la organización sobrellevar los contratiempos.

Ilustración 1 Árbol de problemas



Realizado por: Ronaldo Ipiales

Fuente: elaboración propia (2022)

1.2.1 Análisis del árbol de problemas

Según se puede evidenciar en el árbol de problemas, uno de los factores principales que influye en la aceptación y valoración de un centro deportivo es la seguridad que ofrece el espacio para los usuarios que los visitan, puesto que mientras más protegido sea el lugar contra los aspectos climatológicos éste tendrá una mayor aprobación por parte del público que los frecuentan, ya que al momento de realizar actividades físicas siempre resulta problemático el hecho de estar en un espacio abierto con lluvia, o caso contrario con mucho calor debido al sol.

De esta manera, el emprendimiento que se está desarrollando en el presente proyecto tiene como principal objetivo mejorar todos los aspectos que se evidencian a lo largo de los proyectos deportivos dentro de la ciudad de Ambato adaptando nuevos servicios y nuevas reformas que hacen que este centro deportivo sea ejemplo para los emprendimientos venideros.

Así también, uno de los aspectos importantes para que este proyecto tenga acogida dentro de la población objetivo de la ciudad de Ambato es la atención al cliente, ya que según se evidencia en la mayoría de centros deportivos este aspecto pasa por alto, dejando a los

usuarios sin el respaldo necesario para que los mismos puedan solventar sus inquietudes o brindar el soporte adecuado para cualquier eventualidad que se presentase mientras se realiza la actividad deportiva.

CAPÍTULO II

DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Nombre del emprendimiento

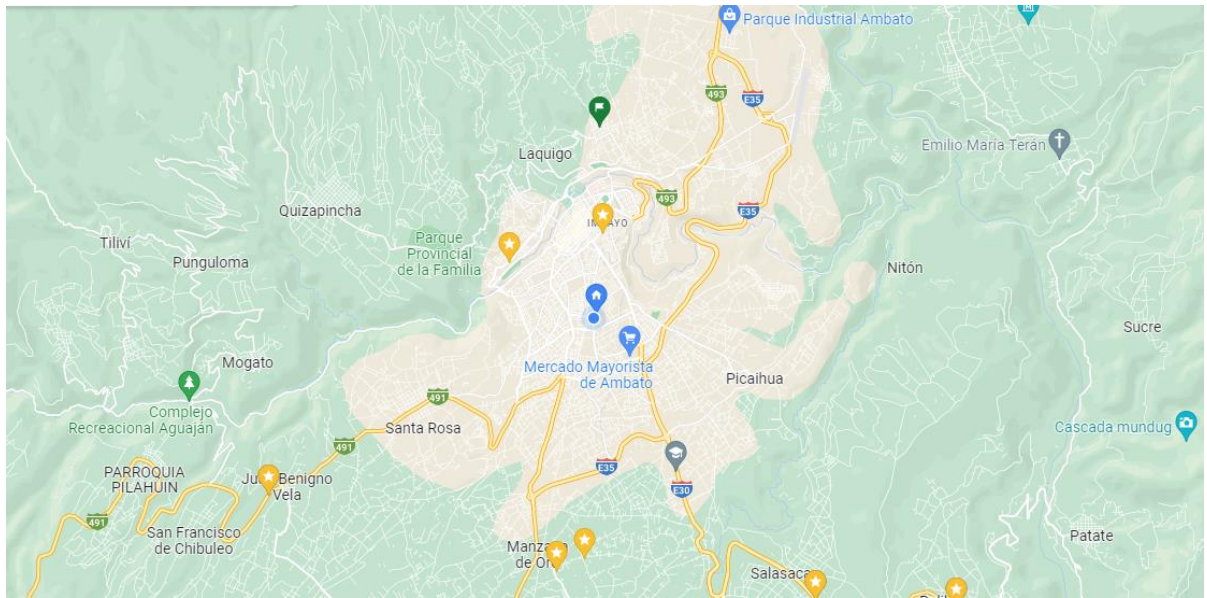
El nombre de la empresa es Cancha Sintética Olimpo, una empresa dedicada al alquiler de canchas deportivas que cuenta con varios servicios de entretenimiento y recreación que permitirán al usuario gozar de momentos amenos con amigos o familia. En el caso del nombre Olimpo, se hace referencia a la ubicación de la ciudad de Olimpia, lugar en donde se realizaron los Juegos Olímpicos por primera vez en la historia, lo que otorga a este nombre un significado relacionado con el deporte, la competición y la gratificación de ser galardonado como el mejor jugador dentro de determinada actividad deportiva.

2.2 Localización geográfica

2.2.1 Localización geográfica del emprendimiento

La ubicación de la empresa está en la ciudad de Ambato, en las calles Selva Alegre y Javier Ascasubi, perteneciente al Barrio La Independencia.

Ilustración 2 Localización geográfica



Fuente: Google Maps (2022)

2.3 Justificación

Según lo que se establece en el Plan de Desarrollo Cantonal de Ambato, una de las prioridades mencionadas para lograr un desarrollo sostenible dentro del cantón es la generación de oportunidades mediante la participación activa de sus integrantes dentro de actividades económicas que generen valor para las zonas en donde estas se desarrollan, como es el caso de emprendimientos y nuevas empresas que al establecerse en lugares prósperos para su crecimiento también favorecen al desarrollo social de la zona brindando empleo, mejoras estructurales y apertura comercial para nuevos integrantes con potencial económico que deseen invertir en estos espacios. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

Por lo que al momento de crear este emprendimiento se prevé que el desarrollo de la zona tenga un impacto positivo debido a que la empresa que se está estableciendo es innovadora y atrae una gran cantidad de personas que pueden observar oportunidades de inversión que favorecerán a los habitantes de alrededor, mejorando su calidad de vida. (Córdova & Guerrero, 2019)

De igual manera, se hace énfasis en el impulso y fomento del deporte en todas sus diversas manifestaciones priorizando una participación activa y conjunta entre todos los miembros de la sociedad para poder generar vínculos de encuentro entre las personas y las empresas con el fin de incentivar a los mismos al desarrollo de actividades deportivas y por consiguiente fortalecer la relación entre empresa pública y privada para generar eventos y espacios de recreación para la sociedad. (Aucanshala, 2020)

De esta manera, la creación de este emprendimiento permitirá a la sociedad contar con un espacio de recreación mucho más especializado y con la capacidad de generar encuentros entre los usuarios y empresas públicas o privadas para impulsar la participación entre ambas partes y así fomentar una sociedad enfocada al deporte como parte principal de su desarrollo tanto desde edades tempranas como también para personas mayores de edad que buscan de espacios en donde poder realizar actividades deportivas y de recreación. (Paredes & Salinas , 2021)

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo general

Crear un centro deportivo rentable e innovador enfocado al alquiler de canchas sintéticas en la ciudad de Ambato para el año 2022.

2.4.2 Objetivos específicos

- Determinar cuantitativamente la viabilidad del emprendimiento en base a un estudio financiero en la ciudad de Ambato.
- Establecer la estructura organizacional y funcional que tendrá el emprendimiento para poder llevar a cabo la actividad económica.

- Identificar los factores que influyen en el crecimiento y rentabilidad del emprendimiento.

2.5 Beneficiarios

Tabla 1 Beneficiarios

Beneficiario	Beneficios
Barrio La Independencia	<ul style="list-style-type: none"> - Cuentan con un espacio idóneo para realizar deportes entre familia y/o amigos - El centro deportivo se encuentra en un punto de fácil acceso para los moradores. - El centro deportivo permite un mayor flujo de personas para negocios aledaños. - El centro deportivo cuenta con la capacidad de contratar personal que tenga las capacidades necesarias para realizar las actividades demandadas.
Deportistas del cantón Ambato	<ul style="list-style-type: none"> - El centro deportivo brinda instalaciones de lujo para realizar deportes. - Se puede realizar una gran variedad de deportes, desde fútbol

	5, Ecuavoley, tenis, vóley de pie, etc.
Personas naturales	<ul style="list-style-type: none"> - El centro deportivo cuenta con la disponibilidad de un bar en donde las personas podrán realizar actividades recreativas como practicar juegos de mesa entre amigos, degustar de alimentos preparados con controles sanitarios, realizar actividades académicas o reuniones empresariales, etc. - Las personas contarán con un espacio para poder realizar actividades físicas que mejorará la salud de las mismas.
Escuelas de futbol y/o Ecuavoley	<ul style="list-style-type: none"> - El centro deportivo cuenta con instalaciones especializadas para entrenar estos deportes. - La seguridad del centro deportivo permite que no haya riesgo para los integrantes de las escuelas.
Talleres recreativos multidisciplinarios	<ul style="list-style-type: none"> - El centro deportivo cuenta con un espacio idóneo para la realización de talleres de música, arte, gimnasia, etc.

Fuente: elaboración propia

2.6 Resultados a alcanzar

Con la creación del presente emprendimiento se prevé alcanzar un desarrollo económico sostenible a largo plazo, que permita a la empresa tener niveles de crecimiento óptimos para poder innovar y agregar valor constantemente a todos los servicios que se vayan a brindar en el establecimiento, y posteriormente estudiar la posibilidad de abrir franquicias dentro y fuera de la ciudad de Ambato apoyados principalmente en la influencia de la marca y su reputación construida minuciosamente día tras día para poder ser líderes y ejemplo a seguir en nuevos y existentes negocios que tengan su actividad económica similar al del centro deportivo en cuestión.

De igual manera se busca un desarrollo local para el barrio sobre el cual se va a establecer el emprendimiento, ya que, al brindar la posibilidad al sector de tener una mayor afluencia de personas, también se da la opción de que varios negocios aledaños puedan percibir un incremento en sus ventas e ingresos debido al constante tráfico que recibirán del centro deportivo, por lo que el impacto que tendrá este emprendimiento será positivo para las familias y empresas del sector.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Para poder obtener información precisa sobre el mercado en el cual se va a establecer este emprendimiento es necesario determinar cuáles son todos los aspectos y factores determinantes para que el proyecto tenga éxito y se posicione correctamente dentro de la mente del consumidor y de igual manera dentro del mercado.

De esta forma según la autora (Malhotra, 2019) se establece que los estudios de mercado hacen énfasis en poder brindar la información necesaria de forma efectiva para que se pueda obtener una visión general y realista del entorno comercial que se está estudiando, de manera imparcial y objetiva para poder tomar decisiones de mercadotecnia.

Igualmente, los autores (Díaz & Ramírez, 2022) determinan que el estudio de mercado es un proceso empresarial mediante el cual se recopilan y analizan datos obtenidos por el entorno con el propósito de determinar cuál es la posición de una empresa con respecto a su competencia y así poder establecer formas de mejorar su rendimiento u posicionamiento.

Por lo que, al momento de generar un estudio de mercado deberemos tener en cuenta todos los factores comerciales, sociales, económicos y culturales para determinar cómo se podrá implementar este emprendimiento dentro del mercado previsto y de igual manera establecer las estrategias adecuadas para que el proyecto a realizarse brinde las garantías de que será rentable a lo largo del tiempo.

3.1 Descripción de producto, características y usos

La práctica de actividades deportivas dentro de la sociedad ecuatoriana según (Ortiz, Bermúdez, & Torres, 2018) tiene un gran impacto positivo en lo que respecta a la salud de las personas, ya que uno de las enfermedades más comunes en la sociedad ecuatoriana

es la obesidad, presentándose con mayor frecuencia en los grupos etarios de mayor edad como son personas mayores de 40 años, y esto es debido a que su estilo de vida cuenta con varias horas de sedentarismo debido a sus jornadas laborales y malos hábitos alimenticios.

Es ahí donde el deporte de ocio como se les denomina a las actividades físicas relacionadas a satisfacer hobbies o gustos personales sin contar con una rigurosidad profesional o de elite como son por ejemplo el salir a caminar, nadar, salir en bicicleta, etc., son las que más beneficios brindan a las personas de todas las edades, pero con mayor énfasis a las personas adultas, ya que al ser actividades de esfuerzo leve pero constante contribuyen a que el estado físico de las personas se mantenga en buenas condiciones sobre todo la salud cardiovascular y la relacionada con el peso corporal.

De esta manera es importante también identificar las actividades físicas que más contribuyen al desarrollo de mejores hábitos de salud para las personas, y aquí se puede destacar a los deportes tradicionales que vienen siendo el futbol, vóley y actividades que fortalecen el sistema cardiovascular como ejercicios de resistencia y crossfit.

Esto a su vez nos permite reconocer los diferentes tipos de terreno sobre los cuales se realiza con mayor frecuencia este tipo de actividades y deportes, que dentro de la provincia de Tungurahua vienen siendo 3: las canchas deportivas con superficie de concreto, las canchas deportivas de superficie de terreno natural que pueden ser de césped o de tierra y las canchas deportivas de césped sintético.

Tipos de canchas deportivas

Dentro de la provincia de Tungurahua se pueden encontrar varios lugares que la población frecuenta para poder realizar actividades deportivas, estas por lo general se dividen en tres tipos de canchas en las que depende principalmente en el poder adquisitivo de las personas que se organizan para hacer uso de las mismas, ya que la gente con un poder adquisitivo

estable y alto prefiere hacer uso de espacios deportivos reservados exclusivamente para el grupo que realiza una previa solicitud de alquiler del lugar.

Esto se debe a que para este grupo de personas es más importante tener privacidad para realizar sus actividades físicas a más de tener mayores beneficios y servicios que en otros lugares no es posible encontrar, como es el caso de las canchas deportivas ubicadas en parques públicos, en donde existe una gran afluencia de personas que constantemente ingresan y hacen uso de los espacios destinados para practicar futbol o cualquier otra actividad interrumpiendo o causando malestar en los usuarios.

a. Canchas deportivas de césped sintético

En Ecuador hay varios lugares en donde se pueden encontrar canchas de césped sintético de alta calidad a la disponibilidad de la población, pero dependiendo de la provincia en donde se busque variará su accesibilidad y disponibilidad ya que por ejemplo en la zona litoral y oriental del país es común encontrar canchas de césped sintético en parques públicos.

La principal ventaja de estas canchas es que su acceso es gratuito y tienen un área estándar apropiada para practicar deportes como el futbol 8, es decir con dimensiones de 60m de largo por 40m de ancho, sin embargo, una desventaja de este tipo de espacios es que se encuentra constantemente ocupada por los jugadores que frecuentan los parques públicos.

De igual manera, tanto en la región costa y oriental como en la región sierra por el contrario podemos encontrar canchas de césped sintético de forma privada, es decir, que pertenecen a una empresa para la cual será necesario realizar una reservación previa para poder hacer uso de las instalaciones.

La principal ventaja de estos espacios privados es que al ser un lugar que está reservado para las personas que demanden de su uso no tendrán inconvenientes con respecto a ser interrumpidos durante la realización de sus actividades respectivas, así como también podrán contar con varios servicios complementarios a la práctica deportiva que mejoran

de gran manera la experiencia de los usuarios y permite que haya una mayor fidelización de los clientes hacia el espacio en cuestión.

Sin embargo, una de las desventajas más notorias con respecto a las canchas privadas de césped sintético es que su reservación tiene un costo económico que varía dependiendo de diversos factores como son la ubicación de la cancha, la calidad de los productos y servicios que se ofrecen en estos lugares y su valor en relación a la apreciación que tengan los usuarios con la misma, lo que hace que en algunos casos para las personas que no disponen de la capacidad adquisitiva necesaria para hacer uso de estos espacios deben optar por alternativas que vayan de acuerdo a su economía.

b. Canchas deportivas de tierra o césped natural

Las canchas deportivas de tierra o césped natural son lugares que se encuentran generalmente en espacios públicos y de libre acceso para la ciudadanía que en muchos de los casos están bajo la responsabilidad de las diferentes parroquias que integran la ciudades del país, como es el caso de la ciudad de Ambato, en donde podemos encontrar numerosas canchas de este estilo en diferentes lugares con un nombre relacionado a la parroquia en donde se la puede ubicar, como es el caso de la Cancha Deportiva de La Joya, la cual se encuentra en la parroquia la Joya.

En la mayoría de estos espacios podemos encontrar terrenos de tierra sobre los cuales se establecen las medidas respectivas con ayuda de materiales como cuerdas, elásticos o pintura para delimitar los límites de las canchas dependiendo del deporte que se vaya a practicar, como es el caso de fútbol 8, en donde las medidas están comprendidas entre los 60m de largo por 45m de ancho, pero con la particularidad de que también se puede practicar fútbol 11 según los equipos o usuarios lo deseen.

Así también es común encontrar en estos espacios zonas delimitadas para la práctica de Ecuavoley, deporte cuyas medidas requieren un área de 18m de largo por 9m de ancho y que generalmente se lo practica en territorios de tierra gracias a sus múltiples ventajas a

la hora de competir con otros equipos, puesto que dicho material tiende a ser apropiado para los jugadores ya que permite obtener un mejor agarre en el suelo durante la práctica del mismo y evitar resbalones y posibles lesiones.

c. Canchas deportivas de concreto

Finalmente, las canchas deportivas cuyo material principal del terreno es el concreto son un tipo de espacios deportivos que se encuentran por lo general en lugares públicos como pueden ser parques barriales en donde el acceso a estos espacios es gratuito y cuenta con una gran afluencia de visitantes que practican actividades deportivas como es el futbol 5, Ecuavoley, baloncesto y otras actividades que pueden ser practicadas al aire libre como son bailo terapias, ejercicios aeróbicos, clubs de patinaje, etc.

Este tipo de espacios recreativos hechos principalmente de concreto a diferencia de los espacios de césped natural suelen ser más comunes debido a que su construcción al estar principalmente dirigida por las administraciones públicas con el objetivo de brindar espacios de recreación física para la sociedad buscan hacerlas con la menor cantidad de recursos económicos y materiales posibles sin descuidar los aspectos de estética y funcionalidad para los usuarios en general, y es por ello que este material a largo plazo es mucho más eficiente y duradero debido a que los mantenimientos son de menor costo como lo son por ejemplo los espacios públicos de césped, en donde su mantenimiento tiene relación directa con el deterioro que estos sufran con el pasar de los años.

3.2 Comparativa de espacios deportivos

Con el propósito de sintetizar las diferencias que existen entre los 3 principales tipos de espacios y centros deportivos que se pueden encontrar en la ciudad de Ambato, se procederá a generar una tabla en la cual se identificaran cuáles son las principales ventajas, desventajas, usos, accesibilidad y precios, para de esta manera poder identificar cuáles son

los aspectos en los que tiene mayor y menor impacto este proyecto de emprendimiento por sobre las otras.

Tabla 2 Comparación de espacios deportivos

Tipos	Cancha de césped sintético	Cancha de césped natural o tierra	Cancha de concreto
Aspectos			
Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia de uso más satisfactoria. 	<ul style="list-style-type: none"> - El área de uso disponible para realizar diversas actividades es extensa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Es posible realizar una mayor variedad de actividades.
Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> - Se requiere de la disponibilidad y dinero para su uso. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se brindan las comodidades y servicios necesarios para disfrutar de su uso. 	<ul style="list-style-type: none"> - En determinadas ocasiones y horarios suele ser muy concurrido el lugar.
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor protección y seguridad para los usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Protección y seguridad regular para los usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> - Ineficiente seguridad y protección para los usuarios
Usos	<ul style="list-style-type: none"> - Futbol 5 - Futbol 8 - Futbol 11 - Tenis 	<ul style="list-style-type: none"> - Futbol 8 - Futbol 11 - Atletismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Futbol sala - Futbol 5 - Ecuavoley - Baloncesto - Patinaje - Ejercicio físico
Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Solo bajo 	<ul style="list-style-type: none"> - Libre acceso al 	<ul style="list-style-type: none"> - Libre acceso al

	reservación previa.	público según su disponibilidad.	público en todo momento.
Precios	- Están alrededor de los \$20 a \$45 por hora de uso.	- No requiere de cantidades monetarias para su uso.	- El acceso para los usuarios es gratuito.

Fuente: elaboración propia

Características del emprendimiento

Para el presente emprendimiento se ha optado por generar innovación en varios aspectos importantes dentro de este mercado que a lo largo de los años se han venido dejando de lado por el hecho de que no se tiene una visión a futuro de los proyectos enfocados a canchas y centros deportivos dentro del país, ya que son negocios cuya capacidad de crecimiento y expansión a otras provincias o regiones se ve limitada por su gran costo económico y porque en muchas ocasiones su administración se basa en un negocio familiar.

Si bien esto es un paradigma que se ha generado en varios negocios dentro del país desde hace varios años con más frecuencia en mercados cuya perspectiva de crecimiento no es la más redituable a comparación de otros sectores, poco a poco se ha tomado la influencia de grandes compañías que funcionan en Ecuador y en muchos países de Latinoamérica de buscar siempre la innovación constante como medio de proteger a los negocios de un estancamiento económico que con el pasar de las generaciones puede hacer que sus empresas se vuelvan socialmente obsoletas debido a que no generan el interés necesario para que las personas quieran volverse sus usuarios y/o clientes.

Es por esa razón que en este emprendimiento se han tomado varias decisiones importantes que tendrán gran relevancia con respecto a la apreciación del público en general para que

este pueda tener mayor competitividad en el mercado con respecto a las empresas del sector que actualmente se encuentran funcionando y captan por su cuenta un porcentaje de mercado lo suficientemente grande como para mantenerse vigentes en sus actividades económicas dentro de la ciudad.

- Servicio de alimentación y bar

Dentro de los emprendimientos relacionados a las actividades físicas y al entretenimiento como son los centros y espacios deportivos un servicio que siempre es demandado por los usuarios es el de alimentación, y en muchos de los casos este aspecto no suele ser considerado por los propietarios debido a que su incorporación y logística llega a ser contraproducente para un manejo óptimo, sin embargo, también hay espacios deportivos en los cuales se brinda este servicio pero de una manera despreocupada y con un escaso cuidado de la salubridad al momento de preparar los alimentos.

De igual manera es muy común encontrar en los establecimientos en donde funcionan comedores y salas de bar para los usuarios un menú con opciones típicas como comida rápida que en ocasiones llega a ser perjudicial para la salud de las personas debido a que la forma en que preparan estos alimentos conlleva por ejemplo el uso de grasas saturadas, es por ello que se priorizara conservar la salud de los usuarios del lugar con un menú enfocado en alimentos más saludables y con menos alimentos procesados con grasas saturadas.

Una de las propuestas principales es el menú del centro deportivo serán los alimentos tradicionales de nuestro país como son las humitas, tamales y quimbolitos, que serán comercializados dentro del espacio deportivo gracias a la asociación con un negocio que se especializa en este tipo de alimentos y que nos ayudara en la distribución a precios factibles para establecer una relación comercial de ganar – ganar, para que el negocio de comida aliado tenga beneficios seguros gracias a nuestro consumo, así como también nosotros al momento de obtener de parte de ellos un precio asequible para poder ofrecer a los consumidores a una tarifa amigable con su bolsillo.

Otra de las propuestas que se implementaran en el servicio de alimentación del espacio deportivo serán los alimentos de comida rápida, pero con la variante de ser más saludables de lo que suelen ser por ejemplo en otros restaurantes y puestos que se encuentran en la calle, ya que uno de los aspectos que involucra una buena condición física en base a la práctica de deportes es una buena dieta, en donde si bien la comida rápida contiene ciertos productos que no benefician del todo a una dieta saludable también contienen alimentos saludables y nutritivos como verduras y proteínas que ayudan a recuperar las energías invertidas en la actividad física.

- **Servicio de cafetería de especialidad**

De esta manera, es importante destacar que en estos espacios deportivos también se recurre generalmente al uso de café como bebida predilecta para los usuarios y consumidores de productos alimenticios que se ofertan en estos lugares, sin embargo, para este tipo de bebida no ha habido la suficiente apertura como para que pueda ser aprovechado de mejor manera en todas las variedades posibles que se pueden ofertar como son el cappuccino, el mocaccino, el frapuccino, entre muchas otras variedades que son bien recibidas por los diferentes públicos objetivo que suelen recurrir a estos centros deportivos.

Si bien esto se debe a que no se ha generado la costumbre en los usuarios de experimentar con las diferentes variedades de café sobre todo en espacios deportivos, en los últimos años se ha visto como la aparición de numerosos locales enfocados al expendio de bebidas a base de café ha incentivado a las personas a probar nuevas formas de consumir este producto, dando pie a que por ejemplo en centros deportivos se pueda incluir este tipo de servicios, ya que poco a poco la gente se va familiarizando con esta nueva tendencia.

Es por esa razón que se implementará en el centro deportivo un servicio de cafetería de especialidad, en donde se brindara al usuario una mayor variedad de bebidas a base de café para que pueda acompañar sus alimentos o un momento social entre amigos con estos productos, ya que si bien en algunos casos se utiliza a la cerveza como bebida social

durante la actividad física, hay personas que no ingieren bebidas alcohólicas y requieren de una alternativa que les permita refrescarse al momento de practicar deportes y acompañar a un grupo de amigos en una conversación por ejemplo.

- Cubierta para el centro deportivo

Uno de los requisitos indispensables al momento de brindar un servicio en un espacio deportivo para la sociedad es la protección que se les pueda ofrecer con respecto a los diversos estados climatológicos que se encuentran en la naturaleza como es el sol y la lluvia, es por ello que se ha implementado en el centro deportivo una cubierta metálica que protege a toda la zona de la cancha sintética contra estos contratiempos que al momento de realizar una actividad deportiva o social resultan molestos e incapacitantes para los usuarios puesto que en el caso de la lluvia si bien las personas no encuentran mayor inconveniente, a la larga resulta una molestia tener indumentaria mojada e incluso cuando el nivel de la lluvia es de mayor intensidad la gente por lo general no suele reunirse a eventos deportivos para evitar malestares o enfermedades como resfriados o gripes estacionarias.

De esta manera con la cubierta tenemos la posibilidad de tener un espacio deportivo disponible en cualquier tipo de tiempo climatológico ya que los jugadores tendrán el espacio completamente libre incluso si hace demasiado sol o si las lluvias son muy fuertes, lo que nos permite tener una ventaja competitiva con el resto de canchas sintéticas y canchas de tierra o césped natural que se encuentran por la ciudad, ya que por lo general el presupuesto que se necesita para tener este tipo de protección para el usuario es costoso y no suele estar en los planes de los administradores de estos espacios deportivos.

- Césped sintético de calidad premium

La calidad del césped sintético que se utilizara en el centro deportivo también es un aspecto diferenciador y que permite tener una gran ventaja competitiva con respecto a

muchas de las canchas que se encuentran por la ciudad de Ambato y del resto del país, puesto que la calidad del césped que se ha instalado en la cancha del presente proyecto es premium, un tipo de césped que se caracteriza por tener dos filamentos en cada una de las tiras que componen la plancha, esto permite que el retroceso de las tiras tras su interacción con el zapato y el peso de los usuarios sea mucho más fuerte y no se dañe tan rápido con el paso de los años y el uso.

De igual manera una de las principales características de este césped es que el largo y grueso de sus tiras son mayores en comparación a las demás versiones que tienen a disposición en Césped Ecuador (que es la empresa que provee la mayoría del césped sintético de alta calidad que se encuentra en el país), esto permite que las tiras de césped sean mucho más fuertes y resistentes al constante contacto que tendrán con los usuarios sin perder la flexibilidad ni la integridad de las mismas.

Finalmente, si bien la cancha sintética permanecerá bajo una cubierta que protegerá al césped de los constantes cambios de clima, este tipo de material cuenta con protección UV e impermeabilidad lo que permite que el césped en condiciones extremas de climatología no resulte siendo un inconveniente para los usuarios puesto que en otros espacios deportivos cuando hay lluvia el césped suele ser muy resbaloso y al momento de filtrarse dentro de los poros de las planchas tiende a debilitarse la compactación del terreno y ocasionar desniveles en la cancha, y por ende la experiencia para el usuario va a ser negativa, sin contar que en muchos de los casos este tipo de inconvenientes suele necesitar mantenimientos más costosos por el hecho de tener que retirar el césped de la zona afectada para poder volver a nivelar el terreno afectado por ejemplo.

- Instalaciones modernas

Como centro deportivo enfocado a un mercado objetivo con un rango de edades entre los 18 a 40 años de edad tenemos como enfoque principal el aspecto visual con el que contara

el espacio para que los usuarios se sientan en un lugar moderno y amigable con las redes sociales, lo que permite a las personas que visiten el lugar sentir una mayor conexión con la sociedad debido a que en todo momento se estará interactuando con gente que les brinde mayores relaciones entre grupos de personas, favoreciendo el hecho de tener un espacio de recreación y encuentro entre las personas que arriben al centro deportivo.

Esta es una de las características que en los últimos años ha venido tomando mayor relevancia sobre los emprendimientos y negocios de todo el mundo puesto que el impacto que genera sobre los usuarios un lugar con cuidado al detalle visual tiende a ser mucho mejor percibido por las personas que desean probar la experiencia de visitar nuevos lugares sociales y/o deportivos como cafeterías, restaurantes, bares y canchas sintéticas, sin embargo, en el último ejemplo no se ha visto un mayor esfuerzo por parte de los emprendimientos dedicados a este negocio dar el paso hacia una mejor apariencia visual, lo que disminuye en gran medida el crecimiento y atracción para los usuarios.

Para que detalles como este tenga el efecto deseado dentro de los emprendimientos es necesario contar con una identidad empresarial planificada y adecuada a las necesidades de los usuarios por generar empatía y conexión con la marca, así como también al momento de diseñar y planificar la distribución de los espacios destinados al negocio es necesario determinar cuáles serán las características principales para el mobiliario, la atención al cliente y el branding con el que se prevé generar una mayor presencia sobre el usuario que visite las instalaciones, y es por ello que esa ha sido una de las partes principales sobre las cuales se ha trabajado en el centro deportivo para poder cumplir con este requisito tan solicitado en la actualidad.

3.3 Estudio de la demanda

Según los autores (Jimenez, Carvajal, & Vite, 2020) en su artículo enfocado en la demanda del camarón ecuatoriano para el mercado internacional nos indica que el estudio de la demanda sirve para poder determinar la cantidad de consumidores que hay para un

determinado producto o servicio y evidenciar si la capacidad de producción de una empresa puede satisfacer dicha necesidad.

Por su parte los autores (Flores & Chang, 2020) en su estudio sobre la demanda del transporte y su impacto en el crecimiento económico establecen que el estudio de la demanda es un proceso de análisis sobre un determinado grupo objetivo con el propósito de identificar cuáles son los principales motivos y factores por el cual las personas adquieren ciertos bienes o servicios en específico, para que las empresas puedan adaptarse adecuadamente a las necesidades del consumidor.

De esta manera se comprende que el análisis de la demanda es una herramienta de estudio que permite a las empresas identificar las principales características de un determinado mercado objetivo que influyen en la adquisición de bienes o servicios teniendo en cuenta los diferentes factores que motivan a los usuarios a realizar dichas transacciones como son el precio, marca, calidad o apreciación personal y que a su vez permiten que las empresas puedan ajustarse para satisfacer las necesidades de los consumidores.

3.3.1 Fuentes de información

Como fuente principal de información para obtener los datos necesarios sobre la demanda del presente proyecto de emprendimiento se utilizarán encuestas, puesto que de esta manera podremos conseguir la mayor cantidad de información por parte del público objetivo ya que aquí se establecerán preguntas con respecto a las edades de las personas, genero, gustos, preferencias, disponibilidad económica y frecuencia de uso de los espacios deportivos, etc., información que serán de gran utilidad para poder identificar cuáles serán las mejores formas de llegar a los consumidores y cómo hacer que el servicio que se ofrezca dentro del espacio deportivo sea el ideal para satisfacer las necesidades de los mismos.

3.3.2 Segmentación de mercado

Según (Bracamonte, 2021) la segmentación de mercado es un proceso mediante el cual se determina en base a la delimitación de la población de estudio un grupo específico que tiene como principal característica una necesidad en común que busca ser satisfecha por una empresa o persona natural al momento de brindar un producto y/o servicio.

De igual manera los autores (Correa & Raraz, 2019) en su investigación establecen que la segmentación de mercado corresponde a la necesidad que tienen las empresas de establecer grupos objetivo en base a sus necesidades, preferencias, hábitos de consumo y costumbres con el propósito de buscar la manera más eficiente de generar soluciones a las necesidades y problemáticas de dichos grupos.

Así pues, la segmentación de mercado para el presente proyecto nos permitirá identificar el grupo objetivo específico de estudio sobre el cual partir con el análisis de la demanda para poder determinar cuáles son las necesidades que deben ser satisfechas, los hábitos de consumo, capacidad adquisitiva, rango de edades, etc., ya que esta información con la ayuda de una tabla en la que se identifican las variables geográficas y demográficas son las que nos ayudaran a tener una mejor toma de decisiones dentro de la organización.

Tabla 3 Segmentación de mercado

Variable de segmentación	Variable	Datos	Fuente	Año
Geográfica	Zona 3	1.677.761	INEC	2010
Geográfica	Provincia de Tungurahua	590.600	INEC	2010
Demográfica	Población de Ambato	387.309	INEC	2010
Demográfica	Población Económicamente	244.893	INEC	2010

	Activa			
Demográfica	Edad entre 18-60 años	118.465	INEC	2010
Psicográficas	Personas activas físicamente	20.831	INEC	2010

Fuente: elaboración propia

En base a los datos obtenidos mediante el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se ha podido determinar que el centro deportivo de césped sintético del presente proyecto de emprendimiento tiene como mercado objetivo a las personas económicamente activas de entre 18 a 60 años de edad que realizan actividad física de manera frecuente pertenecientes al cantón Ambato cuya población se establece en 20.831 personas.

3.3.3 Determinación de la muestra

3.3.3.1 Población

Según los autores (Mucha, Chamorro, Oseda, & Alania, 2020) la población dentro de un estudio de mercado comprende a todas las personas que están incluidas como público objetivo dentro de una determinada zona geográfica que tienen en común una necesidad que busca ser satisfecha por una entidad económica.

Para el presente caso se ha determinado que la población que se va a estudiar es finita puesto que los datos obtenidos mediante las fuentes oficiales de estadística del país brindan información cada 10 años como parte de proceso de censos que se realiza en ese lapso de tiempo, de esta manera el número de la población es de 20.831.

3.3.3.2 Muestra

De igual manera los autores (Mucha, Chamorro, Oseda, & Alania, 2020) se establece que la muestra de un proyecto de investigación de mercado corresponde al estudio de una pequeña cantidad de la población total obtenida previamente mediante un cálculo estadístico que permite determinar un número de personas cuyos datos serán usados como estándar para obtener la información que se desea obtener.

De esta manera se procede a realizar el cálculo para identificar la muestra de estudio con los siguientes datos:

Tabla 4 Datos para cálculo de muestra

Descripción	Simbología	Valores
Tamaño de la muestra	N	?
Nivel de confianza	Z	1,96
Probabilidad a Favor	P	0,50
Probabilidad en contra	Q	0,50
Población	N	20.831
Nivel de Error	E	0,05

Fuente: elaboración propia

La fórmula para obtener la muestra es la siguiente:

Ecuación 1 Muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 20.831}{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 + (20.831)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{20.006,09}{53,04}$$

$$n = 377$$

Fuente: elaboración propia

De esta forma, una vez calculada la muestra que se debe encuestar para poder obtener la información necesaria para estudiar la demanda se evidencia que la cantidad de personas a encuestar es de 377.

3.3.3.3 Técnicas e instrumentos

Para el presente proyecto de emprendimiento se procede a utilizar como técnica de investigación a la encuesta, siendo esta aplicada en la muestra identificada previamente, y como instrumento de recopilación de datos se procede a utilizar un cuestionario en el cual se establecerán las preguntas que nos permitirán obtener los aspectos importantes a considerar sobre los factores que influyen en los consumidores al momento de requerir determinados bienes o servicios, que en este caso se enfoca en el servicio de reservaciones de centros deportivos de canchas sintéticas dentro del cantón Ambato.

3.3.3.4 Cuestionario

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

Objetivo: Conocer la aceptación que tendrá la creación de un centro deportivo innovador de uso recreativo y social dentro del mercado de la ciudad de Ambato.

Instrucciones:

- Lea detenidamente la respuesta.
- Señale la respuesta acorde a su percepción con una X.
- Determine opciones en cada respuesta que lo requiera
- No se acepta manchones.

Preguntas:

1. Edad

- Mayor de 50 años
- 39 a 46 años
- 32 a 38 años
- 25 a 31 años
- 18 a 24 años

2. Genero

- Masculino
- Femenino

3. ¿Usted utilizaría los servicios de un nuevo centro deportivo innovador para uso social y recreativo en la ciudad de Ambato?

- Sí
- No

4. ¿Con que frecuencia usted practica deporte a la semana?

- Más de 6 veces a la semana
- 4 a 5 veces a la semana
- 2 a 3 veces a la semana
- 0 a 1 vez a la semana

5. ¿Qué actividad deportiva realiza usted con mayor frecuencia?

- Futbol
- Vóley – Ecuavoley
- Básquet
- Atletismo
- Ejercicios de fuerza y condición física

6. ¿En qué momento del día realiza usted generalmente sus actividades deportivas?

- En las mañanas
- En las tardes
- En las noches
- En tiempos libres
- Según la disponibilidad de tiempo

7. ¿Usted al momento de realizar sus actividades deportivas lo hace individualmente o con su grupo de conocidos?

- Individualmente
- Grupo de conocidos

8. ¿Usted en qué tipo de lugar realiza sus actividades deportivas?

- Parques públicos
- Canchas públicas de tierra/césped natural
- Centros de entrenamiento especializado
- Canchas sintéticas privadas

9. ¿Cuál es el rango de precios que usted considera conveniente al momento de utilizar los espacios y centros deportivos?

- De \$30 a \$35
- De \$25 a \$30
- De \$20 a \$25
- De \$15 a \$20
- De \$10 a \$15

10. ¿Qué aspectos considera usted importante al momento de elegir un lugar para practicar deporte?

- Precio
- Servicios

- Tamaño
- Ubicación
- Disponibilidad

11. ¿Considera usted importante que los espacios deportivos que usted frecuenta tengan servicios complementarios?

- Si
- No

12. ¿Qué tipo de servicios complementarios considera usted necesarios en un centro deportivo?

- Alimentación
- Servicios de entretenimiento
- Bar y cafetería
- Atención física

¡Gracias por su colaboración!

3.3.4 Análisis e interpretación de resultados

Una vez obtenidos todos los datos de estudio mediante la aplicación de las encuestas se procede a realizar el análisis de todos los resultados para poder obtener información acerca de la aceptación que puede tener la creación de un centro deportivo innovador para uso social y recreativo en la ciudad de Ambato en el mercado objetivo que se prevé desarrollar el proyecto de emprendimiento.

De esta manera los resultados son los siguientes:

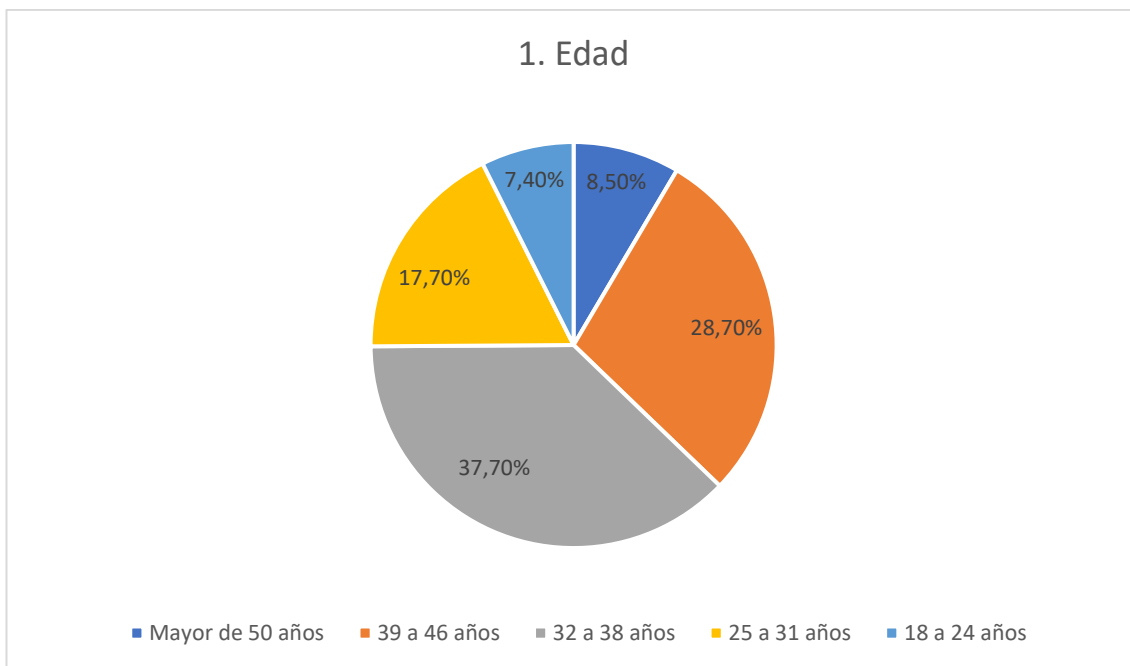
1. Edad

Tabla 5 Edad

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Mayor de 50 años	32	1.771	8,5%
39 a 46 años	108	5.978	28,7%
32 a 38 años	142	7.853	37,7%
25 a 31 años	67	3.687	17,7%
18 a 24 años	28	1.541	7,4%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 3 Edad



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos por las encuestas aplicadas a la muestra de estudio se evidencia que el grupo de personas que más predomina dentro del mercado objetivo que se dedica a la práctica deportiva dentro del cantón Ambato son las personas de entre 32 a 38 años de edad con un 37,7%, lo que representa un total de 7.853 ciudadanos, esto debido a que este grupo de gente por lo general prioriza su condición física en mayor medida ya que al tener seguridad económica en la mayoría de los casos su objetivo es cuidar de su salud mediante el deporte y buenos hábitos de vida, el siguiente grupo que mantiene un porcentaje alto es el de 39 a 46 años con un 28,7% siendo un total de 5.978 personas, el grupo de 25 a 31 años de edad tiene un porcentaje del 17,7%, el equivalente a 3.687 personas, el grupo de personas que tiene una edad superior a los 50 años tiene un porcentaje del 8,5%, lo que equivale a 1.771 personas y finalmente el grupo de edades de entre 18 a 24 años de edad, que tiene un porcentaje del 7,4% con un equivalente de 1.541 personas.

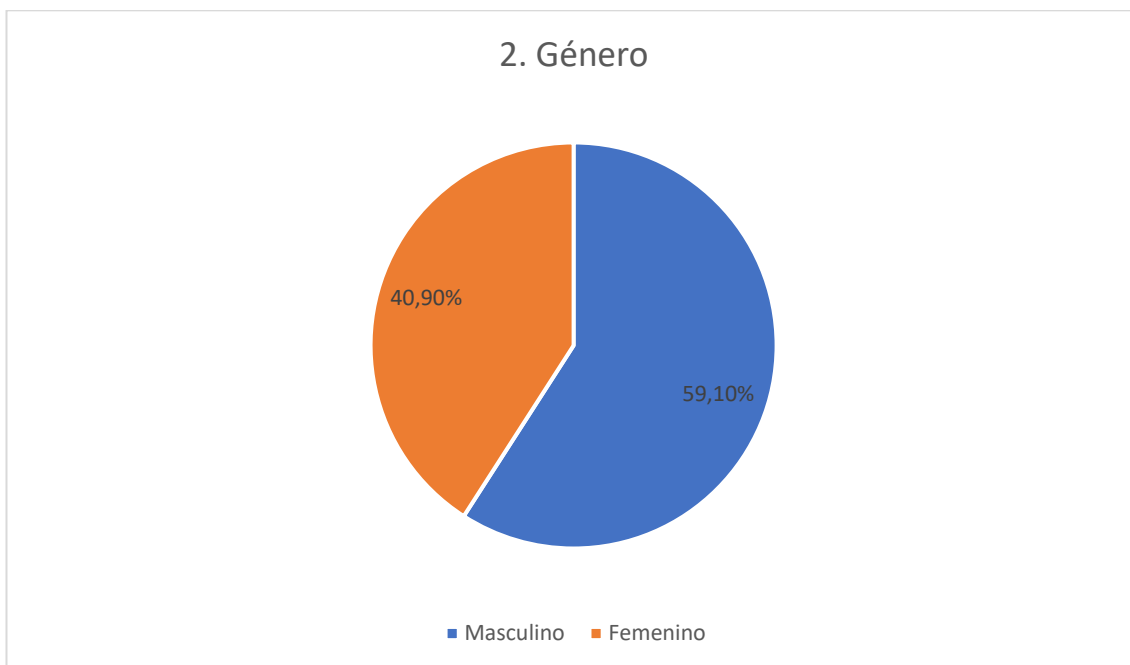
2. Género

Tabla 6 Género

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Masculino	223	12.311	59,1%
Femenino	154	8.520	40,9%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 4 Género



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

En base a los resultados obtenidos por las encuestas realizadas a la muestra de estudio del proyecto de emprendimiento se evidencia que el grupo que mayor presencia tiene dentro de los centros deportivos de la ciudad de Ambato son los hombres con un porcentaje del 59,1% lo que equivale a 12.311 personas del total de la población de estudio, mientras que las mujeres representan un 40,9% del total de personas que frecuentan los espacios deportivos, lo que nos permite determinar que realmente no se

evidencia una gran diferencia de personas de los diferentes géneros al momento de realizar actividades deportivas en centros y espacios deportivos, por lo que ambos grupos llegan a ser clientes potenciales para poder desarrollar estrategias de mercadeo.

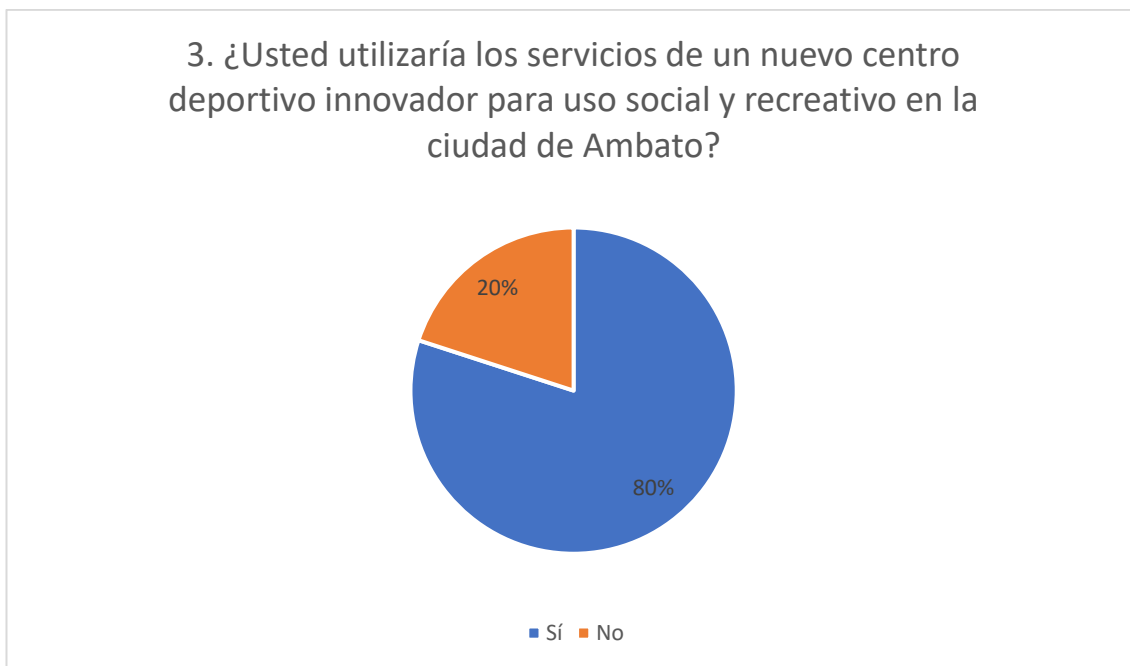
3. ¿Usted utilizaría los servicios de un nuevo centro deportivo innovador para uso social y recreativo en la ciudad de Ambato?

Tabla 7 Uso

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Sí	302	16.665	80%
No	75	4.166	20%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 5 Uso



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

En base a los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a la muestra de estudio se ha determinado que la cantidad de personas que si accederían a hacer uso de los servicios de un nuevo centro deportivo innovador en la ciudad de Ambato son la mayoría de la población de mercado objetivo, con un porcentaje del 80% que representa un total de 16.665 personas a comparación del 20% que no estarían dispuestos a utilizar los espacios del nuevo centro deportivo que en total representa a 4.166 personas, lo que nos indica que la mayoría de la gente que pertenece a la población de estudio sí serian potenciales usuarios del presente proyecto de emprendimiento.

4. ¿Con qué frecuencia usted practica deporte al mes?

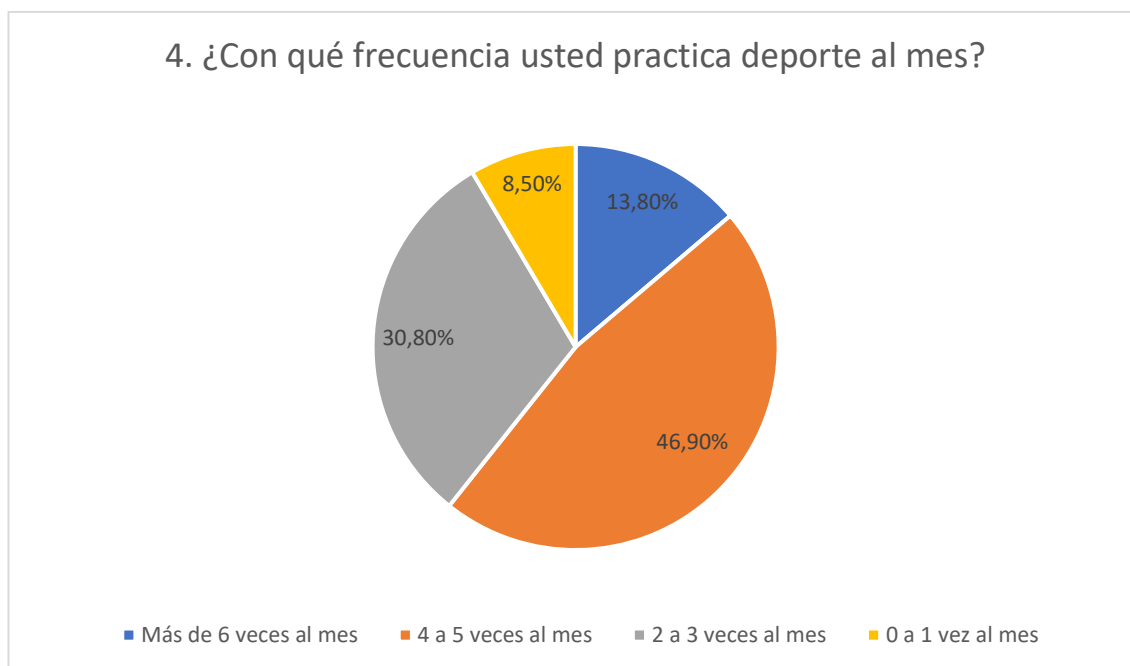
Tabla 8 Frecuencia

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Más de 6 veces al mes	52	2.875	13,8%
4 a 5 veces al mes	177	9.770	46,9%
2 a 3 veces al mes	116	6.416	30,8%
0 a 1 vez al mes	32	1.771	8,5%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 6 Frecuencia

4. ¿Con qué frecuencia usted practica deporte al mes?



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a la muestra de estudio para el proyecto de emprendimiento se ha evidenciado que la cantidad de veces que las personas realizan actividad física durante el mes es variada, dando como indicadores que el grupo de personas que realiza actividad física más de 6 veces al mes es del 13,8%, siendo un total de 2.875 personas, el 46,9% de la población equivalente a 9.770 practica actividad física durante 4 a 5 veces por mes, mientras que la cantidad de personas que realizan actividad física de 0 a 1 vez por mes no supera el 10% de la población, dando como resultado el 8,5% que en personas es un total de 1.771, lo que nos permite comprender que la gente que frecuenta los espacios deportivos en mayor cantidad de gente es de 4 a 5 veces por mes.

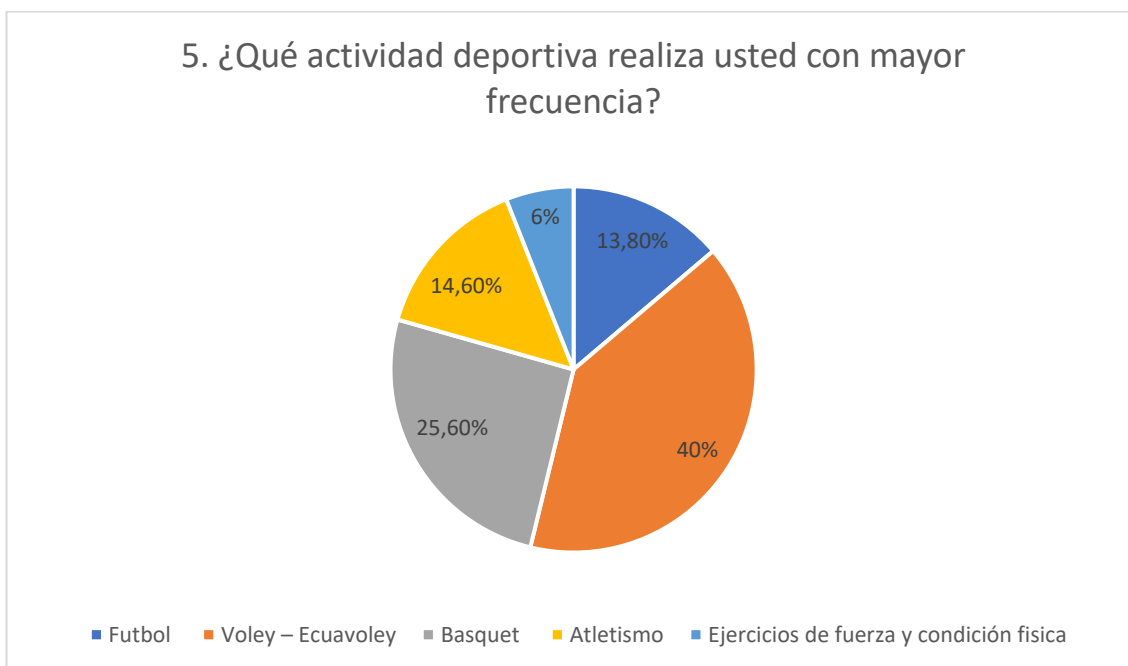
5. ¿Qué actividad deportiva realiza usted con mayor frecuencia?

Tabla 9 Deporte

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Futbol	52	2.875	13,8%
Vóley – Ecuavoley	151	8.332	40%
Básquet	97	5.333	25,6%
Atletismo	55	3.041	14,6%
Ejercicios de fuerza y condición física	23	1.250	6%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 7 Deporte



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

Mediante los resultados obtenidos por las encuestas aplicadas a la muestra de estudio se pudo determinar que el deporte que más se practica dentro de la gente que frecuenta los espacios y centros deportivos es el vóley y Ecuavoley con un 40% de la población

total, lo que representa a 8.332 personas, seguido por el básquet con un porcentaje del 25,6%, el equivalente a 5.333 personas, a continuación sigue atletismo con un 14,6% con un total de 3.041 personas, el deporte que lo sigue es el fútbol con 13,8% con un total 2.875 personas y finalmente las personas que practican actividad de fuerza y condición física representa un 6% con un total de 1.250, lo que nos da a comprender que el deporte más practicado dentro de la población es el vóley – Ecuavoley, ya que dentro del grupo de personas del cantón Ambato es común encontrar grupos de personas que por las facilidades que permite este deporte lo practican más que el fútbol o básquet.

6. ¿En qué momento del día realiza usted generalmente sus actividades deportivas?

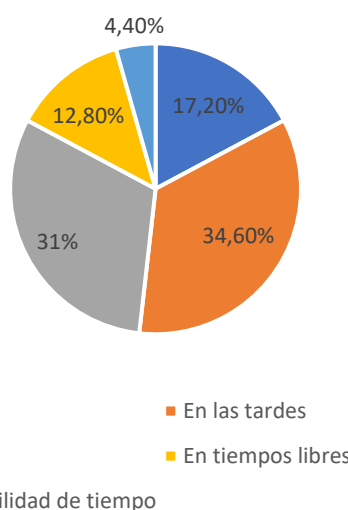
Tabla 10 Horario

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
En las mañanas	65	3.583	17,2%
En las tardes	130	7.208	34,6%
En las noches	117	6.458	31%
En tiempos libres	48	2.666	12,8%
Según la disponibilidad de tiempo	17	917	4,4%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 8 Horario

6. ¿En qué momento del día realiza usted generalmente sus actividades deportivas?



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

En base a los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a la muestra de estudio de la población objetivo para el presente proyecto de emprendimiento se ha determinado que la parte del día en la que la gente que suele realizar actividades físicas y/o deportes dentro de la ciudad de Ambato es en su mayoría en las tardes con un 34,6%, el equivalente a 7.208 personas, seguido del horario nocturno con un porcentaje del 31% que en cantidad de personas representa un total de 6.458, a partir de aquí se evidencia que los horarios menos frecuentados por las personas para realizar deportes o actividad física son los horarios de las mañanas con un porcentaje del 12,8% que equivale a un total de 2.666 personas, lo que nos da a conocer que por lo general las personas destinan los horarios de la tarde para realizar deportes, lo que se puede deber a que estos horarios por lo general suelen ser momentos en los que la gente al salir de sus jornadas de trabajo se dirigen directamente a un encuentro con amigos o de manera personal a practicar deportes con el propósito de salir de la rutina y despejar la mente a comparación de las mañanas que es un horario en donde el tiempo realmente no permite a la gente destinar un horario a realizar deportes extenuantes o de gran

demanda energética ya que su rendimiento en el trabajo o actividades personales disminuiría.

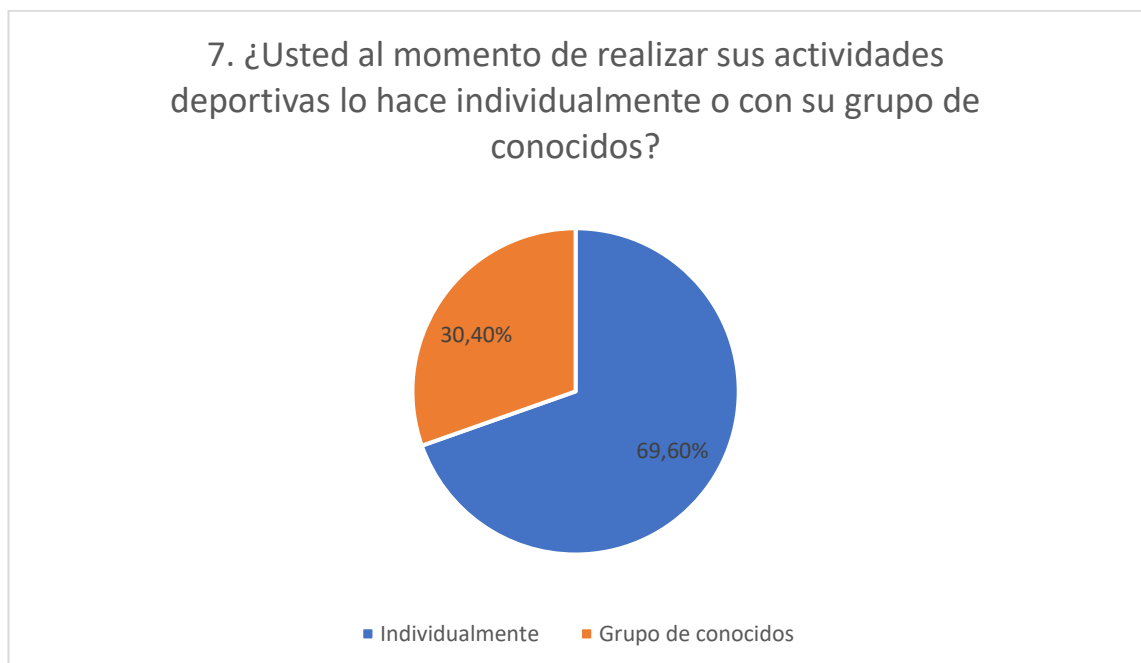
7. ¿Usted al momento de realizar sus actividades deportivas lo hace individualmente o con su grupo de conocidos?

Tabla 11 Compañía

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Individualmente	262	14.498	69,6%
Grupo de conocidos	115	6.333	30,4%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 9 Compañía



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

Mediante los resultados obtenidos al momento de aplicar las encuestas a la muestra de estudio del presente proyecto de emprendimiento se pudo evidenciar que en su mayoría la gente que destina su tiempo a realizar actividades deportivas lo realiza de manera individual con un porcentaje del 69,6%, lo que representa un total de 14.498 personas, mientras que la cantidad de personas que realiza actividades físicas de manera grupal es un porcentaje menor con un total del 30,4% el equivalente a 6.333 personas, lo que nos da a entender que al momento de pensar en la disponibilidad de los centros deportivos en su mayoría las estrategias de mercadotecnia se deberían dirigir al tipo de personas que realizan actividades físicas de manera personal, lo que no necesariamente significa que al momento de practicar los deportes lo hagan solos, sino que simplemente acuden a los centros deportivos o canchas deportivas de manera individual y buscan integrar nuevos grupo de compañeros para realizar actividad física, algo que es común en el Ecuavoley y en el fútbol que por lo general la persona se dirige individualmente a las canchas y centros deportivos y al momento de entablar comunicación con las personas se integra efectivamente al grupo social.

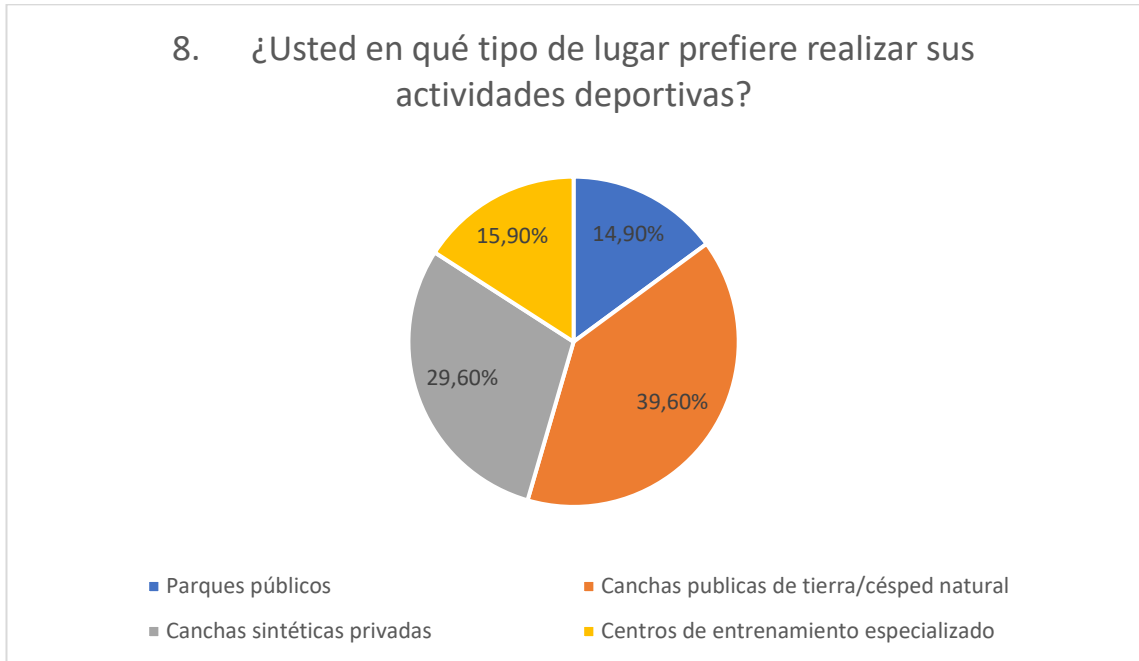
8. ¿Usted en qué tipo de lugar prefiere realizar sus actividades deportivas?

Tabla 12 Lugar

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Parques públicos	56	3.104	14,9%
Canchas públicas de tierra/césped natural	149	8.249	39,6%
Canchas sintéticas privadas	112	6.166	29,6%
Centros de entrenamiento especializado	60	3.312	15,9%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 10 Lugar



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

En base a los resultados obtenidos por las encuestas realizadas a la muestra de la población objetivo para el estudio de mercado del presente proyecto de emprendimiento se ha evidenciado que para las personas que realizan actividad física y varios deportes los lugares que más frecuentan para poder practicar los mismos son las canchas públicas que se encuentran en las parroquias como los estadios barriales, lugares en donde el acceso es gratuito en su mayoría y la disponibilidad de su uso es completamente abierto dependiendo de los días y horas de uso, razón por la cual este tipo de espacios cuenta con una elección correspondiente al 39,6%, lo que representa un total de 8.249 personas, seguido de las canchas sintéticas cuyo porcentaje representa un 29,6% del total de la población lo que equivale a un total de 6.166 personas que por lo general demandan de estos espacios deportivos para poder realizar sus actividades físicas, y esto se debe a que generalmente la población de estudio que realiza actividad física con frecuencia al ser personas que tienen una economía estable ellos prefieren

hacer uso de estos lugares que les brinda mayores comodidades y servicios para que la experiencia que vayan a tener sea satisfactoria.

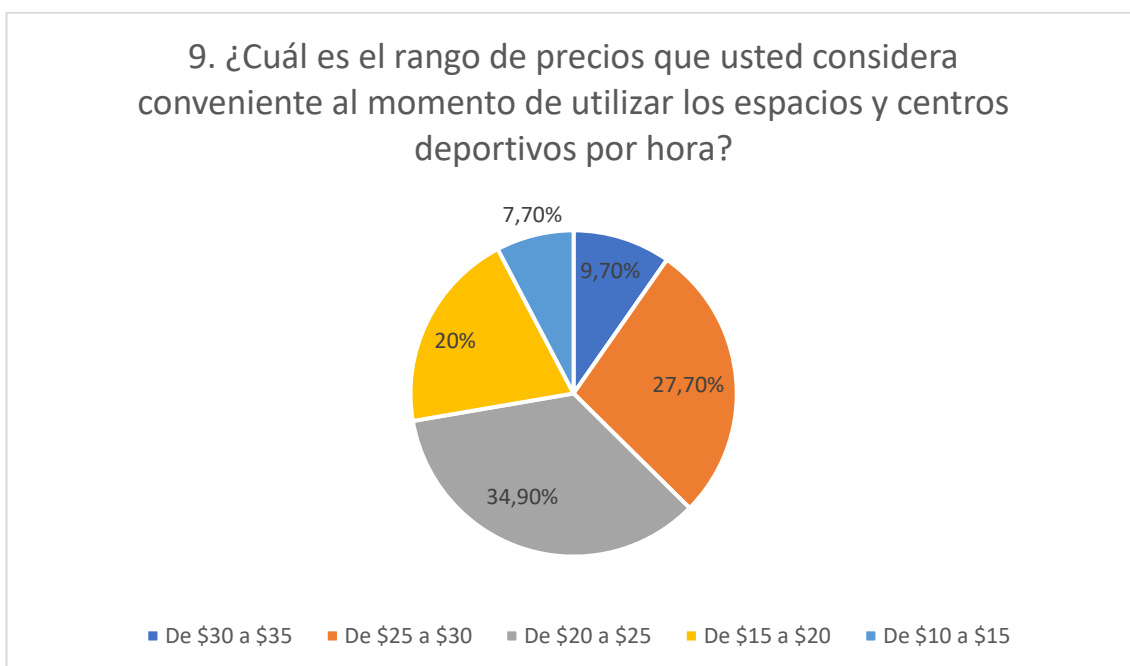
9. ¿Cuál es el rango de precios que usted considera conveniente al momento de utilizar los espacios y centros deportivos por hora?

Tabla 13 Precio

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
De \$30 a \$35	37	2.021	9,7%
De \$25 a \$30	104	5.770	27,7%
De \$20 a \$25	132	7.270	34,9%
De \$15 a \$20	75	4.166	20%
De \$10 a \$15	29	1.604	7,7%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 11 Precio



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a la muestra de la población de estudio para el presente proyecto de emprendimiento de un centro deportivo innovador en la ciudad de Ambato se ha determinado que el rango de precios que la gente considera conveniente al momento de utilizar los espacios deportivos por el rango de tiempo de una hora es de \$20 a \$25 con un porcentaje del 34,9% que equivale a 7.270 personas, y esto se debe principalmente a que en la oferta que existe dentro de la ciudad de Ambato se pueden encontrar precios que rondan esa cantidad monetaria, e incluso a veces llega a ser de valores más elevados que bordean los \$40 a \$50 dependiendo del lugar que se pretenda visitar, de esta forma la tendencia el siguiente rango de precios que se encuentra en la tabulación de resultados fue de \$25 a \$30 con un porcentaje del 27,7%, lo que representa un total de 5.770 personas, lo que nos permite conocer que mientras los precios estén a la par de lo que se establece en la oferta los usuarios se fijaran en otras características importantes que los harán inclinarse por una opción u otra, dejando de lado el aspecto económico.

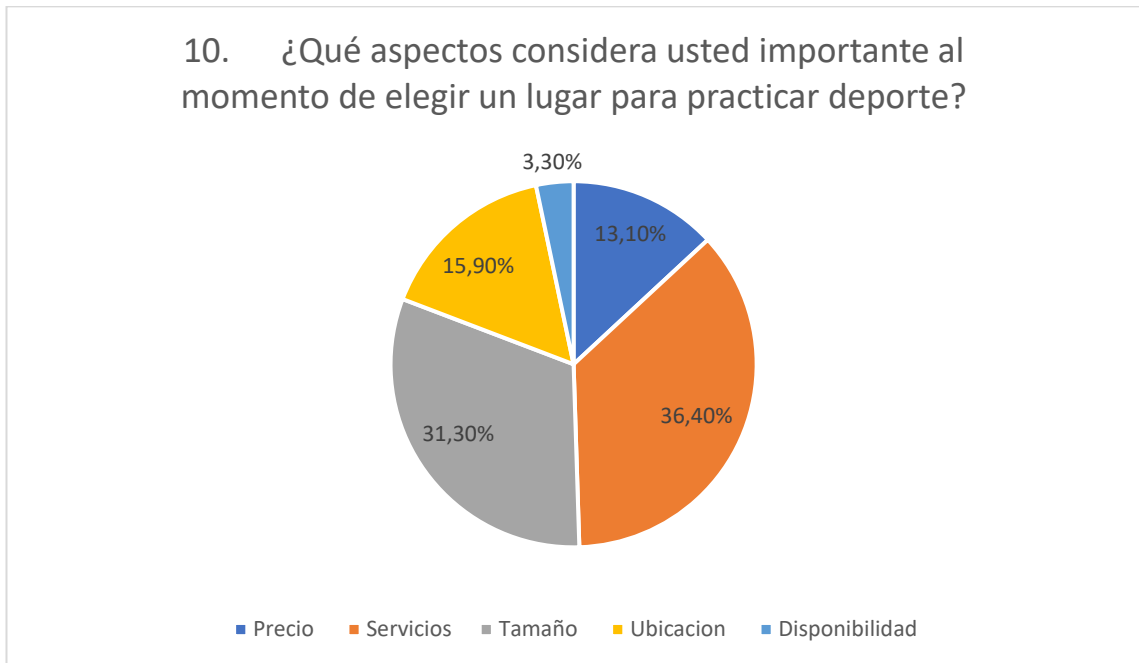
10. ¿Qué aspectos considera usted importante al momento de elegir un lugar para practicar deporte?

Tabla 14 Elección

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Precio	49	2.729	13,1%
Servicios	137	7.582	36,4%
Tamaño	118	6.520	31,3%
Ubicación	60	3.312	15,9%
Disponibilidad	12	687	3,3%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 12 Elección



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

Mediante los resultados obtenidos una vez aplicadas las encuestas a la muestra de la población objetivo se ha podido determinar que uno de los aspectos que más influye al momento de requerir de un espacio o centro deportivo para poder realizar actividades físicas son los servicios que se pueden encontrar dentro de estos lugares, y eso se debe a que por lo general las personas que practican deportes buscan de tener una experiencia más completa en donde sus necesidades puedan ser cubiertas en mayor medida y es por ello que el 36,4% de la muestra con un equivalente a 7.582 lo demuestran en el presente análisis, de igual manera otro aspecto que toma relevancia es el tamaño del espacio deportivo, ya que si bien han manifestado necesitan un espacio grande para realizar deportes también han considerado que en muchos casos prefieren también que sean espacios especializados para determinados deportes en donde los tamaños requieren una menor dimensión en comparación a centros

deportivos en donde sus espacios son mucho más grandes, este porcentaje tiene un total de 31,3% con 6.520 personas.

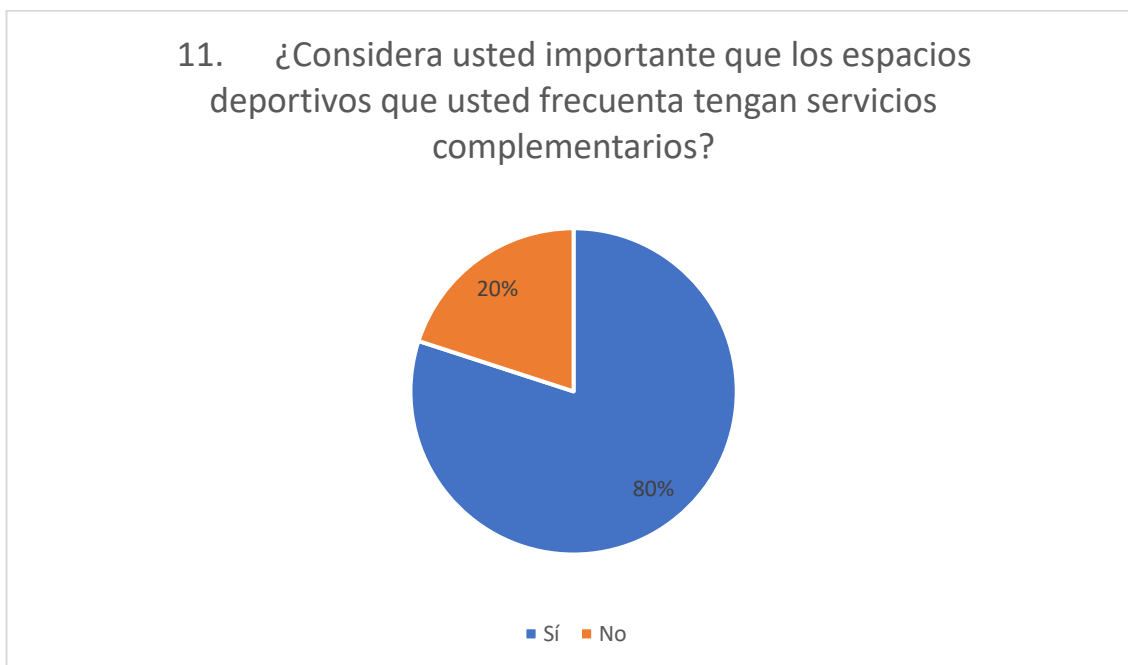
11. ¿Considera usted importante que los espacios deportivos que usted frecuenta tengan servicios complementarios?

Tabla 15 Servicios

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Sí	302	16.665	80%
No	75	4.166	20%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 13 Servicios



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

En base a los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a la muestra de la población objetivo del presente proyecto de emprendimiento se ha podido evidenciar que la cantidad de personas que consideran importante tener servicios complementarios dentro de los centros deportivos es en su mayoría una postura que si lo consideran con un total del 80%, el equivalente a 16.665 personas, mientras que las personas que no consideran necesario tener servicios complementarios dentro del centro deportivo es del 20% con un total de 4.166, lo que nos indica que si es necesario tener una mayor cantidad de servicios para las personas que gustan y frecuentan los centros deportivos para poder brindar una experiencia más completa y satisfactoria para los mismos.

12. ¿Qué tipo de servicios complementarios considera usted necesarios en un centro deportivo?

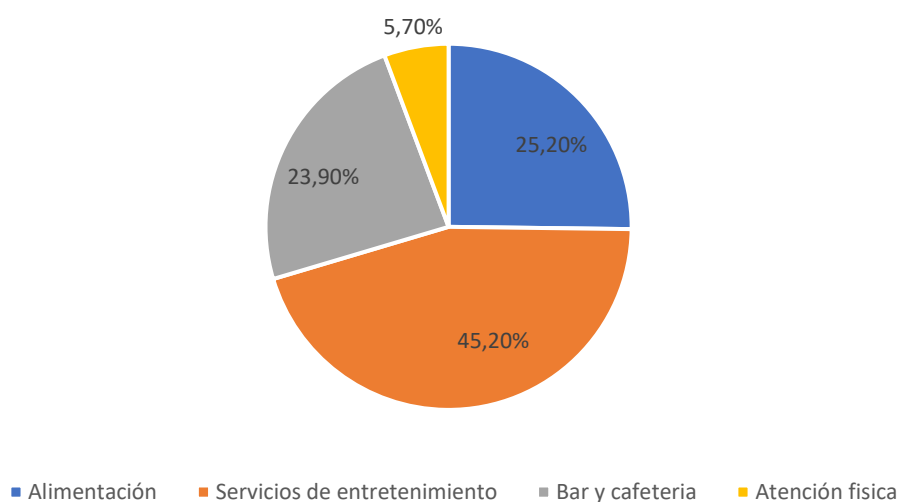
Tabla 16 Tipos

Respuesta	Frecuencia Muestra	Frecuencia Población	Porcentaje
Alimentación	95	5.249	25,2%
Servicios de entretenimiento	170	9.416	45,2%
Bar y cafetería	90	4.979	23,9%
Atención física	21	1.187	5,7%
Total	377	20.831	100%

Fuente: elaboración propia

Ilustración 14 Tipos

12. ¿Qué tipo de servicios complementarios considera usted necesarios en un centro deportivo?



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación:

Mediante la aplicación de las encuestas a la muestra de la población objetivo de estudio se ha podido determinar que los servicios que tienen mayor acogida o la gente considera tener dentro de los centros deportivos son los servicios de entretenimiento, con un porcentaje del 45,2% lo que equivale a 9.416 personas, esto nos indica que en su mayoría lo que los usuarios desean es tener más opciones de entretenimiento que bien puedes ser juegos de mesa, juegos como billares y futbolines, juegos de consola, etc., que al momento de tener un tiempo libre o de descanso para hacer nuevas relaciones sociales son apreciados por los usuarios, el servicio que le sigue en porcentaje es el servicio de alimentación que representa un 25,2% con un total de 5.249 personas que consideran que un servicio de alimentación también es importante dentro de los centros deportivos ya que la práctica de deporte también genera un desgaste energético que con alimentación llega a ser satisfecho nuevamente, brindando una mejor experiencia a los usuarios.

3.3.5 Demanda en personas

Para determinar cuál será la demanda en personas para el presente proyecto de emprendimiento se tomaran como base las respuestas de la pregunta número 3 del cuestionario anteriormente aplicado a la muestra de estudio en la que tenemos como objetivo principal determinar si las personas utilizarían los servicios de un nuevo centro deportivo innovador en la ciudad de Ambato en donde el resultado obtenido nos permite identificar que las personas si acudirían a este nuevo espacio con un total del 80% a favor, lo que equivale a 16.665 personas del total de la población.

Tabla 17 Demanda en personas

Año	Población	Porcentaje de aceptación	Demanda en personas
2022	20.831	80%	16.665

Fuente: elaboración propia

Demanda proyectada en personas

De esta manera con la cantidad de personas que se tiene como posibles usuarios se establece el cálculo de proyección para 5 años con un porcentaje de crecimiento del 0,90% en base a la tasa de crecimiento de la población económicamente activa en Ambato, en donde podremos verificar el crecimiento que tendrá la demanda y por consiguiente el incremento de usuarios para los centros deportivos.

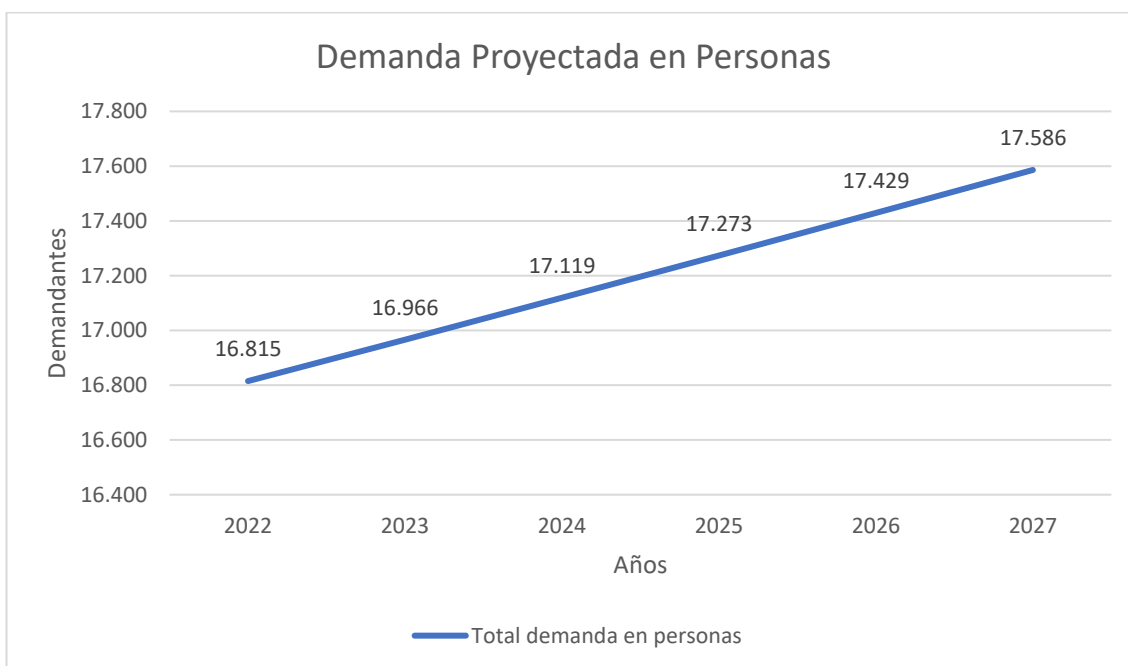
Tabla 18 Demanda proyectada en personas

Año	Porcentaje de crecimiento poblacional anual	Demanda en personas	Incremento	Demanda total
2022	0,9%	16.665	150	16.815
2023	0,9%	16.815	151	16.966

2024	0,9%	16.966	153	17.119
2025	0,9%	17.119	154	17.273
2026	0,9%	17.273	156	17.429
2027	0,9%	17.429	157	17.586

Fuente: elaboración propia

Ilustración 15 Demanda proyectada en personas



Fuente: elaboración propia

De esta manera se pudo evidenciar que la demanda de espacios y centros deportivos de césped sintético dentro de la ciudad de Ambato para dentro de 5 años va a ser positiva y va a seguir siendo requerida por las personas que practican con determinada frecuencia actividades deportivas, dando un total para el año 2027 de 17.586 personas. Aunque si bien en su mayoría la gente tiene una mayor preferencia por espacios públicos y gratuitos para realizar deportes es importante tener en cuenta que también hay grupos de personas que también demandan de espacios privados y con mayor prestación de servicios y comodidades que permiten a los usuarios sentirse más cómodos y satisfechos con el lugar.

3.3.2 Demanda en servicios

Para determinar la demanda en servicios que hay para los centros deportivos de la ciudad de Ambato se toma como fuente de información a la pregunta número 5 de la encuesta aplicada a la muestra de estudio en la que se analiza la cantidad de veces que la gente que destina su tiempo a realizar actividades deportivas frecuenta estos espacios al mes, en donde el resultado que más porcentaje obtuvo fue el de 4 a 5 veces por mes, con un total del 46,9%, valor que será utilizado para poder obtener el valor máximo de demanda en servicios que se prevé determinar a lo largo de un periodo económico anual.

Tabla 19 Demanda en servicios

N.º De Demandantes	Frecuencia De Consumo	De %	N.º De Consumidores	Promedio De Frecuencia	Frecuencia En El Año	Demanda En Servicios
16.665	0 a 1 vez al mes	8,5	1.417	1	12	16.998
	2 a 3 vez al mes	30,8	5.133	3	12	184.782
	4 a 5 vez al mes	46,9	7.816	5	12	468.953
	Más de 6 veces al mes	13,8	2.300	6	12	165.583
Total, de Demanda En Servicios						836.316

Fuente: elaboración propia

De esta manera en base a los cálculos realizados anteriormente se ha podido determinar la demanda en servicios que existe en el mercado de la ciudad de Ambato con respecto a los espacios deportivos de césped sintético, en donde la demanda de estos lugares se establece en un total de 836.316 veces al año.

Demanda proyectada en servicios

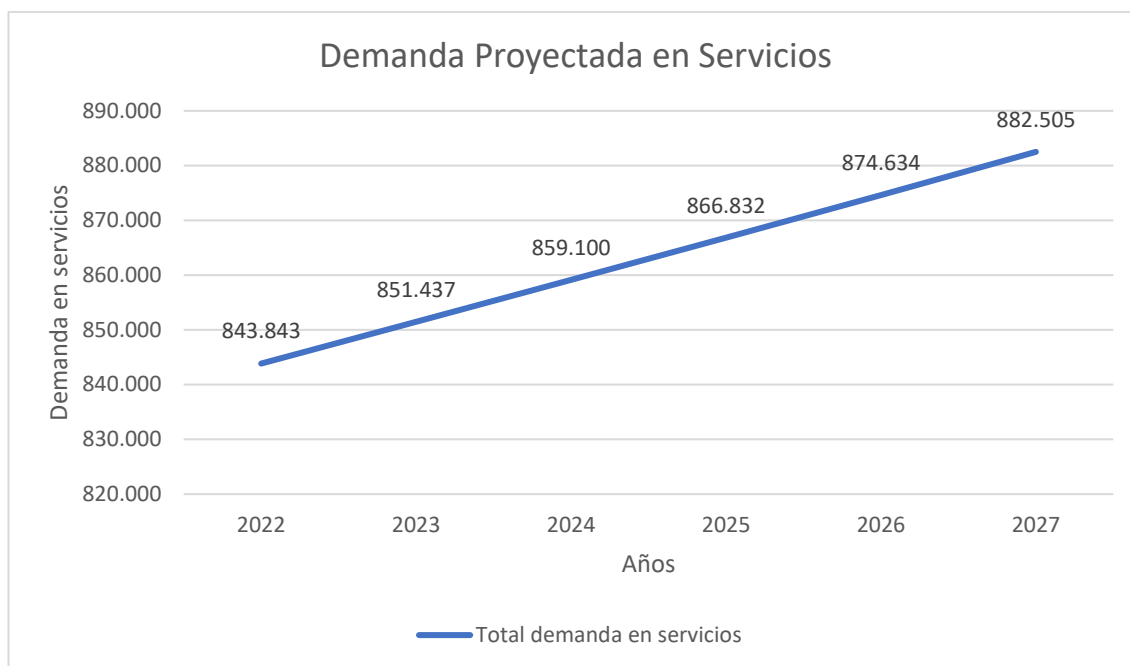
Para poder determinar cuál será la demanda proyectada de los servicios que brindan los centros deportivos de la ciudad de Ambato se procede a realizar un cálculo con el valor anual obtenido en la tabla anterior multiplicado por la tasa de crecimiento poblacional equivalente al 0.9% anual, lo que nos permitirá identificar cual será el crecimiento de demandantes a lo largo de los años y de esa manera calcular el comportamiento de la demanda en servicios que existirá dentro del mercado de centros deportivos de la ciudad Ambato.

Tabla 20 Demanda proyectada en servicios

Año	Porcentaje	Demanda en servicios	Incremento	Total, demanda en servicios
2022	0.9%	836.316	7.527	843.843
2023	0.9%	843.843	7.595	851.437
2024	0.9%	851.437	7.663	859.100
2025	0.9%	859.100	7.732	866.832
2026	0.9%	866.832	7.801	874.634
2027	0.9%	874.634	7.872	882.505

Fuente: elaboración propia

Ilustración 16 Demanda proyectada en servicios



Fuente: elaboración propia

Una vez obtenidos los resultados de la proyección a los 5 años de la demanda en servicios que se prevé tener para los centros deportivos dedicados al alquiler de canchas sintéticas para la práctica de deportes y actividad física dentro de la población de Ambato se ha podido determinar que la demanda que habrá para este lapso de tiempo tendrá un crecimiento constante, llegando a un total de demanda por servicios para el año 2027 de 882.505 veces anuales.

3.4 Estudio de la oferta

Según (Pelegrín, 2022) se establece que la oferta es la cantidad de bienes y servicios que una entidad económica pone a disposición de la sociedad para que estos puedan ser adquiridos por las personas que necesitan de los mismos a través de un intercambio monetario o por un bien/servicio del mismo valor percibido.

3.4.1 Fuentes de información

Para determinar la oferta que existe en la ciudad de Ambato de canchas sintéticas que brindan el servicio de alquiler para uso deportivo se ha consultado la cantidad de empresas que se dedican a esa actividad económica usando como fuente principal la superintendencia de compañías de Ecuador, en donde el resultado obtenido es de 13 establecimientos activos al pedido fiscal 2022.

Tabla 21 Centros deportivos de Ambato

Nombre	Sector
Fútbol City Ambato	La Presidencial
Cancha Sintética Gol Park Jerusalén	Pichincha alta
Cancha sintética Golazo	La Joya
Cancha sintética Santa Cruz Sports	Picaihua
Cancha sintética Codyball	Huachi Chico
Cancha sintética y natural Joya Gol	La Joya
Cancha sintética Progreso Sport	Aníbal Granja
Cancha El Cuencano	Letamendi
El Fortín Sport Club	Víctor Hugo
Skandinari Sport	Pishilata
Cancha sintética Tiro Libre	Víctor Hugo
Cancha Deportiva Julin	Ecu 911
FUTGOL	Ficoa

Fuente: Superintendencia de Compañías (2022)

Dentro de la ciudad de Ambato existen varios centros deportivos que se dedican a la actividad de alquiler de espacios para la práctica deportiva de varios grupos de personas, dentro de los cuales se han identificado 3 establecimientos que por su trayectoria y popularidad son los lugares principales que más frecuentan las personas

que destinan su tiempo a realizar deportes, estos son Futbol City Ambato, Cancha sintética y natural La Joya y Skandinar Sport.

Estos 3 establecimientos deportivos han sido los espacios que han sabido mantener los estándares de calidad y de atención a los usuarios a lo largo de su trayectoria, lo que les ha permitido establecerse dentro de la ciudad de Ambato como los centros deportivos que más son frecuentados a comparación de las demás competidoras del mercado ya que han sabido dinamizar sus actividades para ser parte de varios torneos y competencias deportivas en el cantón, sin embargo, también existen dentro de estos espacios ciertos factores que hacen que su ventaja competitiva con respecto a nuevos competidores vaya siendo menor.

Razón por la cual se ha generado una tabla de comparación de perfil competitivo en la que destacaremos los aspectos positivos y negativos de estas 3 empresas anteriormente con el propósito de identificar cuáles son los puntos que más influyen en los usuarios al momento de escoger un centro deportivo y acceder a utilizar sus servicios en donde 4 es una calificación muy buena, 3 es una calificación buena, 2 es una calificación regular y 1 es una calificación mala.

Tabla 22 Ponderación de centros deportivos

Detalle	Peso ponderado	Futbol City	Total	Cancha sintética y natural La Joya	Total	Skandinar Sport	Total
Políticas de atención al cliente	0,18	2	0,36	2	0,36	3	0,54
Artes graficas	0,08	3	0,24	2	0,16	1	0,08
Creatividad	0,10	1	0,10	1	0,10	2	0,20
Imagen	0,09	2	0,18	1	0,09	1	0,09

corporativa							
Impacto publicitario	0,08	2	0,16	1	0,08	2	0,16
Publicidad en medios digitales	0,07	3	0,21	2	0,14	1	0,07
Experiencia	0,07	3	0,21	3	0,21	3	0,21
Demanda en servicios	0,08	2	0,16	2	0,16	2	0,16
Ubicación	0,15	4	0,60	3	0,45	2	0,30
Tarifas	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30
Total	1		2,42		2,05		2,11

Fuente: elaboración propia

Una vez obtenidos los resultados de la matriz de perfil competitivo se ha podido determinar que la empresa dedicada al alquiler de centros deportivos y canchas sintéticas en Ambato que tiene mayor puntuación y acogida entre los usuarios es Futbol City Ambato, ubicada en la calle Los Chasquis en el sector de la presidencial, lugar que será tomado como referencia posteriormente para poder determinar las principales semejanzas y diferencias en los servicios que tendrá el presente proyecto de emprendimiento en comparación con la empresa previamente citada puesto que es el lugar que tiene mayor presencia en la mente de las personas dentro del mercado en el que se pretende ingresar.

3.4.2 Oferta en personas

Para determinar la oferta en personas se procede a tomar como datos el resultado negativo de la pregunta número 3 del cuestionario aplicado a la muestra de la población de estudio en donde el total es del 20%, lo que equivale a un total de 4.166 personas que no adquirirían los servicios de alquiler de un nuevo centro deportivo innovador en

la ciudad de Ambato, lo que nos da a entender que este grupo de personas actualmente ya utiliza los servicios de otros espacios deportivos dentro de la ciudad, por lo que se procede a calcular en base a este resultado el valor de la oferta en personas.

Tabla 23 Oferta en personas

Año	Población	Porcentaje de aceptación	Oferta en personas
2022	20.831	20%	4.166

Fuente: elaboración propia

Proyección de la oferta en personas

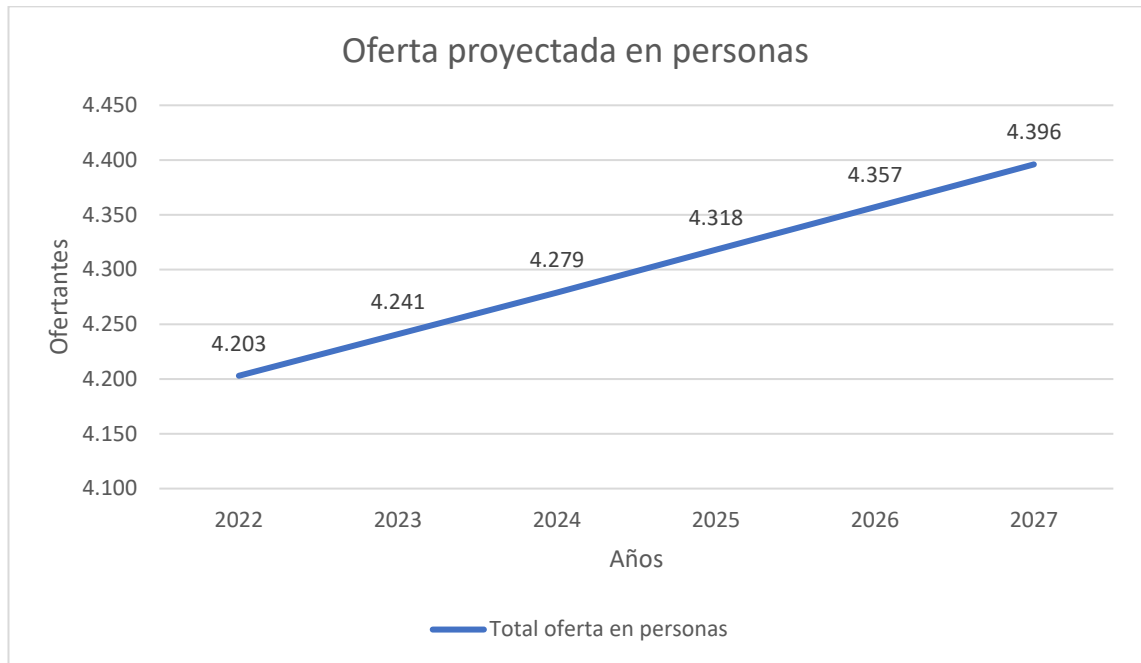
De esta manera, una vez obtenida la cantidad de personas que ya cuentan con espacios deportivos en donde realizar sus actividades físicas se procede a realizar el cálculo de proyección para 5 años en donde podremos evidenciar si la oferta de estos servicios presenta un incremento o por el contrario registra decrecimientos a lo largo de los años establecidos en el cálculo, considerando que el porcentaje de crecimiento poblacional es del 0,9%.

Tabla 24 Oferta proyectada en personas

Año	Porcentaje	Oferta en personas	Incremento	Total, oferta en personas
2022	0,9%	4.166	37	4.203
2023	0,9%	4.203	38	4.241
2024	0,9%	4.241	38	4.279
2025	0,9%	4.279	39	4.318
2026	0,9%	4.318	39	4.357
2027	0,9%	4.357	39	4.396

Fuente: elaboración propia

Ilustración 17 Oferta proyectada en personas



Fuente: elaboración propia

En base a los resultados de la tabla anterior en donde se calcula la oferta en personas que existe de centros deportivos en la ciudad de Ambato se puede determinar que para el año 2027 la oferta de estos servicios mantendrá un crecimiento constante llegando a un total de 4.396 personas ofertando centros deportivos adecuados para las personas que gustan de realizar actividades físicas en estos lugares.

3.4.3 Oferta en servicios

Para poder determinar la oferta en servicios que hay en la ciudad de Ambato con respecto a los espacios y centros deportivos que brindan los servicios de alquiler para realizar actividades deportivas se procede a tomar como referencia los resultados de la pregunta número 4 del cuestionario aplicado a la muestra de estudio en donde se consulta cual es la frecuencia con la que las personas practican deporte al mes, en

donde el resultado con mayor porcentaje fue de 4 a 5 veces al mes con un total del 46,9%, lo que representa un total de 1.954 personas partiendo únicamente de la población que respondió negativamente en la pregunta número 3 del mismo cuestionario.

Tabla 25 Oferta en servicios

N.º De Ofertantes	Frecuencia De Consumo	De %	N.º De Consumidores	Promedio De Frecuencia	Frecuencia En El Año	Oferta En Servicios
4.166	0 a 1 vez al mes	8,5	354	1	12	4.248
	2 a 3 vez al mes	30,8	1.283	3	12	46.188
	4 a 5 vez al mes	46,9	1.954	5	12	117.240
	Más de 6 veces al mes	13,8	575	6	12	41.400
Total, de Oferta En Servicios						209.076

Fuente: elaboración propia

De esta manera se evidencia que la cantidad de oferta en servicios obtenida mediante la tabla anterior da como resultado un total de 209.076 servicios disponibles de centros deportivos en el total de un año en la ciudad de Ambato, lo que se puede comprender de modo que al haber un total de aproximadamente 13 centros deportivos con horarios de atención accesibles para todo tipo de personas el número de oferta en servicios tiene el valor previamente obtenido.

Proyección de oferta en servicios

Así también es importante realizar el cálculo de la proyección para los 5 años que tendrá vigencia la investigación del presente proyecto de emprendimiento, con el propósito de determinar cuál será el comportamiento de la oferta en servicios que

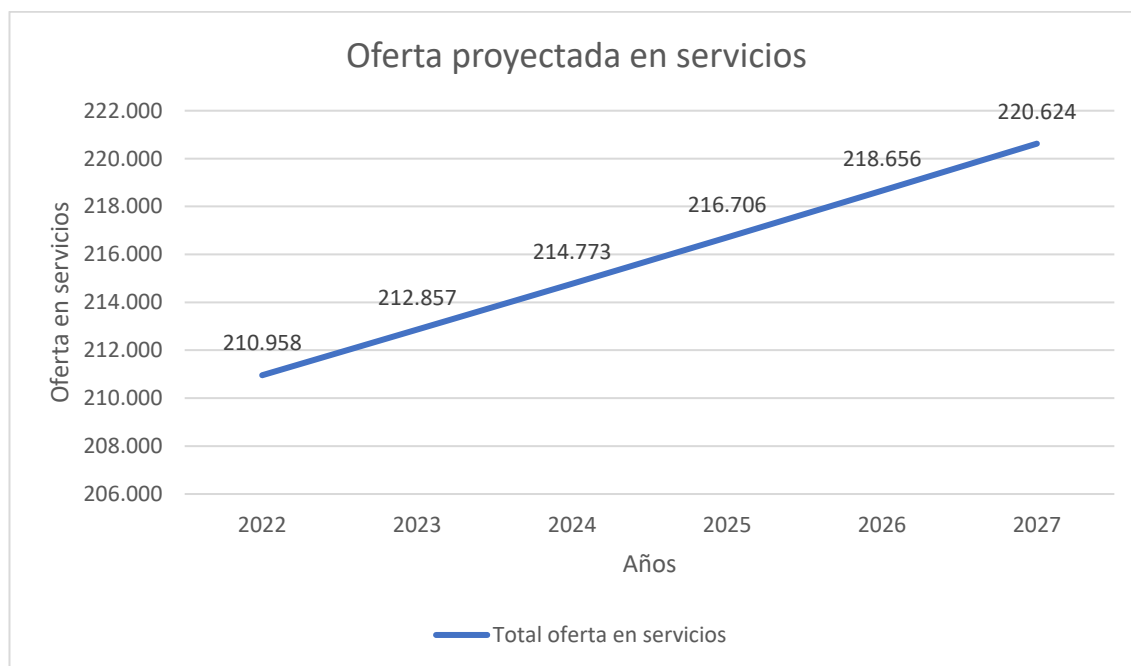
tendrán los centros deportivos a lo largo de este plazo de tiempo considerando que el porcentaje de crecimiento poblacional se establece en un 0,9%.

Tabla 26 Oferta proyectada en servicios

Año	Porcentaje	Oferta en servicios	Incremento	Total, oferta en servicios
2022	0,9%	209.076	1.882	210.958
2023	0,9%	210.958	1.899	212.857
2024	0,9%	212.857	1.916	214.773
2025	0,9%	214.773	1.933	216.706
2026	0,9%	216.706	1.950	218.656
2027	0,9%	218.656	1.968	220.624

Fuente: elaboración propia

Ilustración 18 Oferta proyectada en servicios



Fuente: elaboración propia

De esta manera se evidencia mediante el resultado de la proyección de la oferta en servicios que existe en la ciudad de Ambato para el mercado de centros deportivos en

el año 2027 tiene un total de 220.624 horarios para ser ofertados al público que destina su tiempo a realizar actividades físicas a lo largo de todo el año, lo que nos permite comprender que la oferta mantienen una relación directa entre la constante demanda que también seguirá creciendo a lo largo de los años en este sector económico.

3.5 Mercado potencial para el proyecto

Para determinar cuál es el mercado potencial del proyecto se procede a realizar el cálculo de la demanda potencialmente insatisfecha mediante la resta de la demanda en servicios menos la oferta en servicios, lo que da como resultado la cantidad de usuarios que tienen la necesidad de realizar actividades físicas en lugares y centros deportivos de calidad en la ciudad de Ambato pero que aún no disponen de un espacio en donde poder practicarlos de forma que se sientan satisfechos con la actividad realizada.

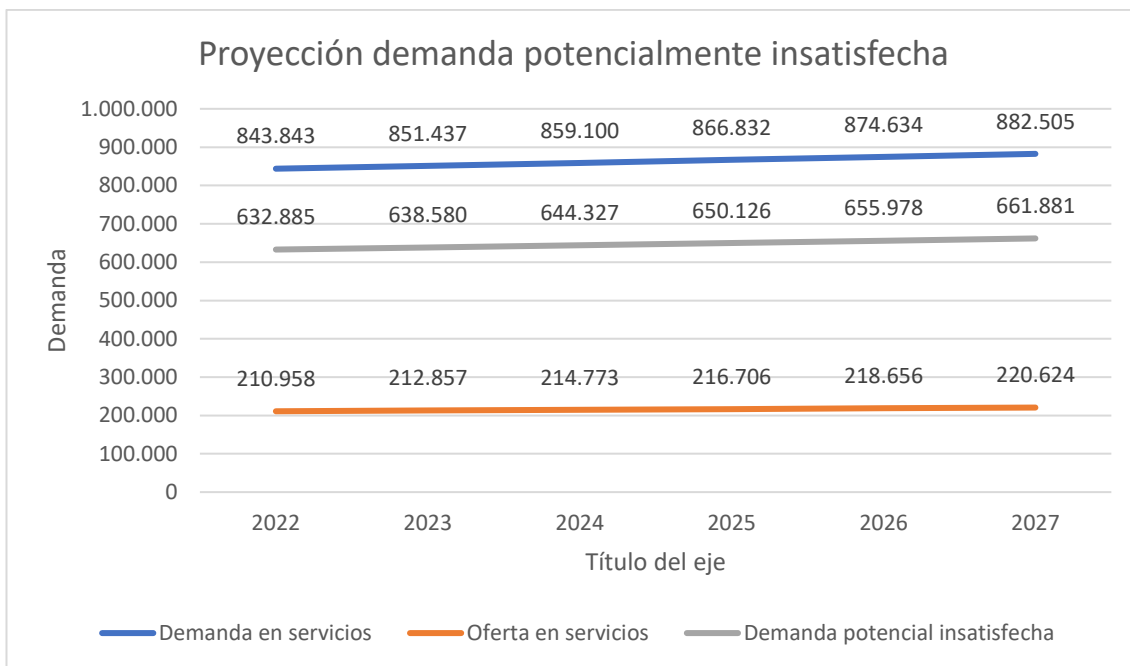
De esta forma el cálculo se realiza para los 5 años proyectados de la siguiente manera:

Tabla 27 Demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda En Servicios	Oferta En Servicios	Demanda Potencial Insatisfecha
2022	843.843	210.958	632.885
2023	851.437	212.857	638.580
2024	859.100	214.773	644.327
2025	866.832	216.706	650.126
2026	874.634	218.656	655.978
2027	882.505	220.624	661.881

Fuente: elaboración propia

Ilustración 19 Proyección demanda potencial insatisfecha



Fuente: elaboración propia

Análisis e interpretación

Mediante la tabla anteriormente realizada en donde se obtiene el mercado potencialmente insatisfecho se ha podido determinar que la cantidad de demanda que existe dentro de la ciudad de Ambato asciende al número de 632.885 veces al año, esto se debe a que dentro de los grupos de personas que realizan actividades deportivas al ser un número mayor a la oferta ellos tienden a requerir de los servicios de alquiler de los centros deportivos que cuentan con horarios establecidos de atención que de igual manera suelen ser reservados con anterioridad, lo que deja un gran número de demandantes que buscan de un espacio para poder reunirse y practicar los deportes que la gente demanda.

3.6 Análisis de precios

Según el autor (Guamán, 2021) se establece que el análisis de precios corresponde a una estrategia mediante la cual se busca poner un precio a los bienes y/o servicios que se comercialicen bajo una entidad económica con el objetivo de obtener la utilidad

necesaria para poder mantener el flujo de actividades de la misma sin afectar negativamente a la economía de los consumidores.

De igual manera el autor (Campoverde, 2018) afirma que la estrategia de precios es el medio por el cual una empresa u organización deciden dar valor a una determinada mercadería o prestación de servicios que será comercializada bajo la libre aceptación de los consumidores por una cantidad pactada por ambas partes.

De esta forma para determinar el precio que se debe establecer en el presente proyecto de emprendimiento debemos tomar como referencia la respuesta de la pregunta número 9 del cuestionario aplicado a la muestra de estudio, en la que se evidencia que el precio que los usuarios están dispuestos a intercambiar por el uso de los servicios de los centros deportivos es de \$20 a \$25 por hora, para lo cual se realizara el promedio de estos 2 valores para obtener el valor que tendrá la reservación de estos espacios.

Así el valor se obtiene de la siguiente manera:

Ecuación 2 Precio

$$Precio = \$20 + \$25$$

$$Precio = \$22,50$$

Fuente: elaboración propia

El resultado obtenido mediante el cálculo del promedio de los precios establecidos en las respuestas de las encuestas es de \$22,50 por hora.

Proyección de precios

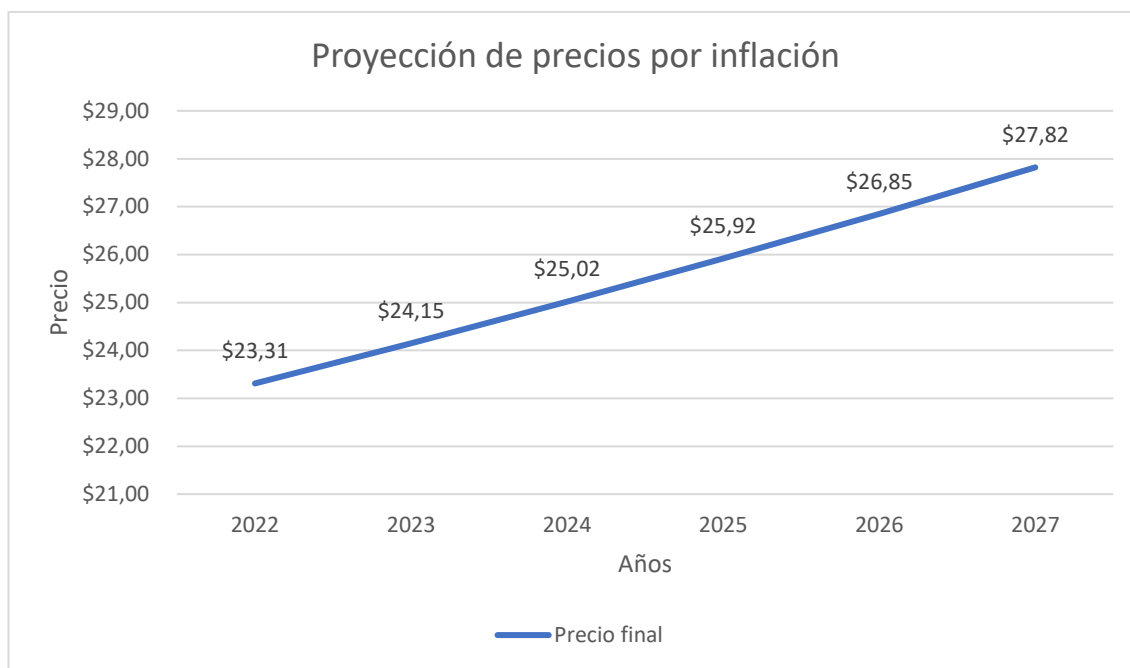
Una vez obtenido el precio que tendrá el uso del centro deportivo del presente proyecto de emprendimiento se procede a realizar el cálculo respectivo para 5 años con el propósito de determinar la proyección de precios en función de la tasa de inflación anual que se registra en el país, que para el año 2022 es del 3,6%.

Tabla 28 Proyección de precios

Año	Precio	Incremento de inflación anual (3,6%)	Precio Final
2022	\$22,50	\$0,81	\$23,31
2023	\$23,31	\$0,84	\$24,15
2024	\$24,15	\$0,87	\$25,02
2025	\$25,02	\$0,90	\$25,92
2026	\$25,92	\$0,93	\$26,85
2027	\$26,85	\$0,97	\$27,82

Fuente: elaboración propia

Ilustración 20 Proyección de precios



Fuente: elaboracion propia

Analisis e intepretacion

De esta manera se determina mediante los calculos realizados para obtener los precios proyectados a 5 años con la inflacion anual del 3,6% que el incremento de precios con respecto al año 2022 tienen un crecimiento anual de entre 0,80ctvs a \$1 para el año 2027, lo que no genera un impacto negativo para la economia de los consumidores puesto que el incremento previsto es casi imperceptible y no requiere de un gran desembolso monetario para poder seguir accediendo a los servicios de los centros deportivos.

3.7 Canales de comercialización

Según los autores (Vélez & Álava, 2021) se establece que los canales de comercialización son el medio por el cual las organizaciones mantienen los vínculos de comunicación con los demandantes de bienes o servicios que se ponen a disposición en el mercado para que estos puedan ser intercambiados y así satisfacer las necesidades mutuas entre las empresas y las personas.

Por su parte los autores (Cárdenas, y otros, 2021) indican que los canales de comercialización hacen parte del proceso de transacción de bienes o servicios que tiene como fin transportar los mismos hacia los consumidores o usuarios desde su punto de creación u origen de la manera más optimizada posible.

De esta manera comprendemos que los canales de comercialización son una herramienta que permite a los usuarios disponer de bienes o servicios de los fabricantes mediante una forma de envío que puede ser directa o indirecta, física o virtual y corta o larga con la finalidad de mejorar la distribución de los mismos y a su vez obtener mayor cantidad de ventas.

Canales de comercialización físicos y digitales

Para el presente proyecto se ha optado por hacer uso de los canales de comercialización físicos y digitales, ya que actualmente la mayoría de empresas que se dedican a cualquier actividad económica priorizan su presencia en redes virtuales para así llegar a más gente de lo que se puede hacer de manera física y presencial, sin embargo, la comercialización física de productos o servicios como es el caso del presente proyecto de emprendimiento también tiene varias ventajas en comparación con la comercialización digital.

Ventajas de los canales de comercialización física

- La interacción con los usuarios y potenciales clientes es directa y más receptiva.
- Se abarca directamente al mercado objetivo en cuestión.
- El vínculo directo entre vendedor y el usuario genera más empatía
- Los costos de publicidad son relativamente menores en comparación a los canales digitales.

- El rango de comercialización es más amplio y específico debido al traslado personal del vendedor.

Desventajas de los canales de comercialización física

- Los usuarios desarrollan una mayor inclinación por la comercialización digital.
- La distribución depende directamente de la ubicación del vendedor.
- En algunos casos los usuarios evaden a los vendedores en espacios públicos.
- Es necesario determinar los horarios y localizaciones precisas para establecer las ventas.
- En ocasiones los costes de transporte y logística son representativos.

Ventajas de los canales de comercialización digital

- Tiende a ser más precisa por la segmentación de mercado que ofrecen las plataformas.
- Los costos de venta y publicidad son asequibles para muchas de las empresas y organizaciones.
- Permite a los vendedores obtener estadísticas en tiempo real de las ventas y otros datos de gran valor.
- No requiere de traslado físico de la persona vendedora.
- Ha demostrado ser más eficiente en los últimos años que la comercialización física.

Desventajas de los canales de comercialización digital

- Los resultados que se obtienen no siempre van a ser auténticos debido a “usuarios falsos”.
- Para determinadas empresas el costo que representa la comercialización digital es significativo.
- Requiere de un tiempo considerable para que los resultados sean favorables y percibidos.
- Requiere de constante innovación y actividad para evitar caer en “Shadow banning” (proceso mediante el cual los perfiles van perdiendo sistemáticamente su alcance debido a la falta de innovación y calidad en sus publicaciones).
- La competencia en canales de comercialización digitales es mayor y más difícil de ingresar a un mercado objetivo.

De esta forma, una vez analizadas las ventajas y desventajas de cada canal de comercialización se ha determinado que estas 2 son la mejor forma de introducir un nuevo centro deportivo innovador al mercado de la ciudad de Ambato puesto que al sacar provecho de ambas formas de generar ventas para el presente emprendimiento es posible entrar de forma adecuada al sector económico del alquiler de espacios para realizar actividades físicas y generar un impacto positivo en el mismo.

3.8 Canales de distribución

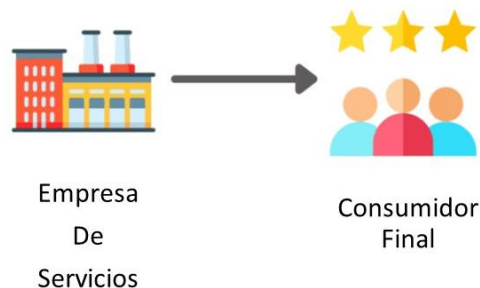
Según los autores (González, Hernández, & Rodríguez, 2021), los canales de distribución en contraparte con los canales de comercialización son la forma en la que los bienes y/o servicios que se generen en una determinada organización van a llegar a los usuarios finales, considerando la ruta más corta y la menor cantidad de intermediarios posible.

Así también, los autores (Sumba, Vinueza, & Pibaque, 2021) especifican que los canales de distribución se clasifican en 3 tipos de canales que son el directo cuya característica es que no involucra intermediarios, el indirecto corto que contiene dentro de su cadena de distribución por lo menos un intermediario y el indirecto largo que tienen de 2 a más intermediarios en su cadena de distribución.

De esta forma se establece para el presente proyecto de emprendimiento un canal de distribución directo, puesto que no requiere de intermediarios que cumplan el rol de distribuidores ya que las distancias que hay entre el centro deportivo en cuestión con los posibles usuarios de la ciudad de Ambato se encuentran en un rango menor a los 15km a la redonda.

Ilustración 21 Canal de distribución

Distribución Directa



Fuente: elaboración propia

3.9 Estrategias de comercialización

Según los autores (Garay & Torres, 2020), las estrategias de comercialización son el conjunto de tácticas que se utilizan dentro de un proyecto comercial con el propósito de generar un mayor volumen de ventas y generar a su vez una ventaja competitiva

por sobre el resto de empresas competidoras en el mercado que se pretende participar optimizando los recursos que se encuentren a la disposición.

De esta forma, para poder generar un mejor posicionamiento del presente proyecto de emprendimiento en el mercado de la ciudad de Ambato es necesario generar estrategias que permitan tener ventajas competitivas con respecto a las demás empresas enfocadas en el alquiler de espacios y centros deportivos del mismo sector, razón por la cual se aplicara el concepto del marketing mix o las 4p de la mercadotecnia, en donde se dividen en 4 aspectos principales las estrategias que se utilizaran para poder destacar por sobre las otras empresas con mejores propuestas y formas de atraer a nuevos usuarios.

Estrategia de Marketing Mix

Dentro del marketing mix encontramos 4 aspectos fundamentales sobre los cuales se parte con estrategias que permitirán al proyecto de emprendimiento generar nuevas propuestas de valor y así obtener una mejor posición competitiva en el mercado que se pretende ingresar, estas son precio, plaza, producto y promoción.

Precio

Para generar estrategias de precio sobre el presente proyecto enfocado en la creación de un centro deportivo innovador es necesario determinar cuál será la fuente principal de ingresos del mismo, que en este caso será el alquiler de las instalaciones a cambio de una cantidad monetaria que según el estudio y análisis de precios dio como resultado un total de \$22,5 por hora de uso.

De esta manera la estrategia que se utilizara con respecto al presente aspecto es mantener los precios acordes a lo que se puede encontrar en la oferta que existe actualmente dentro de la ciudad, ya que se conoce que si los precios del nuevo centro deportivo que se está por crear supera a los de la competencia quedará descartado para

el grupo de personas que consideran que el precio es un aspecto importante al momento de acceder a estos lugares.

Si bien es posible disminuir el precio de alquiler por hora, se puede tomar una medida que no involucre necesariamente una rebaja de precios para el proyecto de emprendimiento, y esto se puede realizar mediante un incremento de tiempo para uso del espacio deportivo que para este caso puede ser un aumento de 30 minutos más al tiempo establecido de una hora, lo que permitirá que los usuarios sientan que tienen una mayor recompensa por la misma cantidad monetaria que están invirtiendo en la práctica de sus actividades físicas.

Plaza

En el aspecto de plaza podemos determinar como estrategia principal la forma en la que el centro deportivo puede ser llevado a la mente del consumidor, y esto puede ser mediante publicidad en espacios digitales como redes sociales que es donde actualmente los emprendimientos hacen presencia debido a las múltiples ventajas y beneficios que esto brinda a los nuevos y existentes proyectos, así como también es posible realizar actos de presencia de manera física en espacios deportivos en donde la imagen corporativa del emprendimiento pueda estar presente, que al ser un proyecto enfocado a la actividad física y deportes se puede participar como sponsor de determinados eventos, equipos o torneos deportivos que se realicen en la ciudad de Ambato.

Producto

En cuanto a las estrategias que se pueden aplicar al producto del presente proyecto de emprendimiento tenemos como principal enfoque generar constantes mejoras al centro deportivo, ya que si cada cierto tiempo brindamos a los usuarios nuevos servicios, comodidades y detalles apreciables dentro de las instalaciones el lugar tendrá más

valor para los mismos, y esto generara a su vez una mayor fidelización con el centro deportivo puesto que todos los nuevos detalles que se vayan agregando son pensados exclusivamente para que la experiencia que vayan a tener sea cada vez mejor.

Promoción

en cuanto a promoción podemos destacar varias estrategias que tienen como principal objetivo hacer que los usuarios tengan una mejor sensación de calidad y provecho al momento de adquirir nuestros servicios, como es el caso de establecer días especiales en donde podrán disfrutar de nuestras instalaciones a un precio especial, degustar de alimentos únicos en fechas especiales, obtener combos de reservación que incluyan bebidas y snacks para que el servicio sea más completo, etc., debido a que estas estrategias son aplicadas mundialmente en varias empresas alrededor del mundo y han demostrado ser efectivas a la hora de generar un mayor flujo de ingresos.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TECNICO

4.1 Tamaño del emprendimiento

Para establecer el tamaño que tendrá el emprendimiento es necesario determinar varios aspectos importantes que servirán de indicativo al momento de delimitar el alcance óptimo del mismo y de igual manera su composición organizacional y estructural, puesto que todo esto influirá de gran manera en cómo el emprendimiento llevará a cabo sus funciones y obligaciones.

4.1.1 Factores determinantes del tamaño

- **Poder adquisitivo:** se establece a la capacidad adquisitiva como principal factor determinante del tamaño del emprendimiento debido a que es una de las razones por las que los clientes podrán acceder a los beneficios de los espacios deportivos privados.

- **Oferta real:** se comprende como oferta real a la capacidad que tendrá el emprendimiento para poder satisfacer las necesidades de los usuarios, esto se basa principalmente para este caso en los horarios que estén disponibles para la reservación del lugar, a diferencia de empresas en donde la principal oferta es la fabricación de productos o de servicios como productos a la disposición de los consumidores.

- **Ubicación geográfica:** para poder determinar el tamaño del emprendimiento se considera igualmente la ubicación geográfica, ya que dentro de la zona en la que se prevé generar el emprendimiento es un lugar en donde no se encuentran centros deportivos de similares características y también hay una

gran afluencia de deportistas interesados en recurrir a lugares privados donde las instalaciones y atención sean de primera.

4.1.2 Tamaño óptimo

Según el autor (Yáñez, 2021) se establece que el tamaño óptimo es el número de bienes o servicios que una empresa puede ofrecer al mercado para satisfacer la demanda que existe de los mismos considerando que los recursos utilizados deben ser optimizados con el objetivo de generar la mayor cantidad de utilidades con la menor cantidad de recursos utilizados en el proceso.

Igualmente, los autores (Ramos & Torres, 2021) afirman que el tamaño óptimo de una empresa u organización es la capacidad que tiene la planta o la entidad económica de generar bienes o servicios a lo largo de un año con el propósito principal de generar el máximo de ganancias con el menor desperdicio de recursos posibles.

De esta forma, el presente proyecto de emprendimiento al enfocarse en una actividad económica de prestación de servicios se ha de determinar que el tamaño óptimo del mismo es la capacidad que tiene de brindar atención a los usuarios a lo largo de un año con la mayor optimización de recursos posibles considerando que en este aspecto el mayor rendimiento de este emprendimiento tiene que ver con la cantidad de horas al día que puede pasar reservado el lugar.

4.2 Localización

Según el autor (Martínez Z. , 2020) la localización de un proyecto tiene como propósito determinar el lugar idóneo dentro de varias opciones para poder obtener la mayor cantidad de beneficios para el desempeño económico de un emprendimiento o empresa para la parte privada o a su vez en el caso de proyectos sociales o públicos obtener la menor cantidad de costos.

4.2.1 Macro localización

Para determinar la macro localización de este proyecto de emprendimiento se ha seleccionado a la provincia de Tungurahua por varias razones, la principal es por ser la provincia en la cual se encuentra el terreno y las instalaciones necesarias para poder iniciar con el emprendimiento.

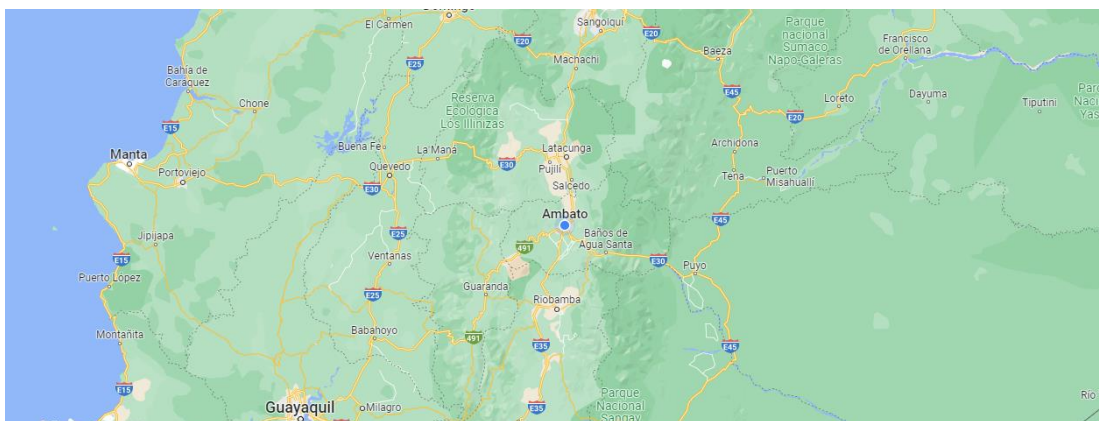
De igual manera se eligió a la provincia de Tungurahua por ser un lugar céntrico dentro del país, al cual muchas personas recorren como tránsito para dirigirse a destinos como Quito, la amazonia, Guayaquil, Riobamba y Cuenca, por ejemplo, aspecto que permite al emprendimiento que está en desarrollo tener la posibilidad de aprovechar el flujo de visitantes para poder atraer nuevos potenciales clientes.

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Tungurahua

Ilustración 22 Macro Localización



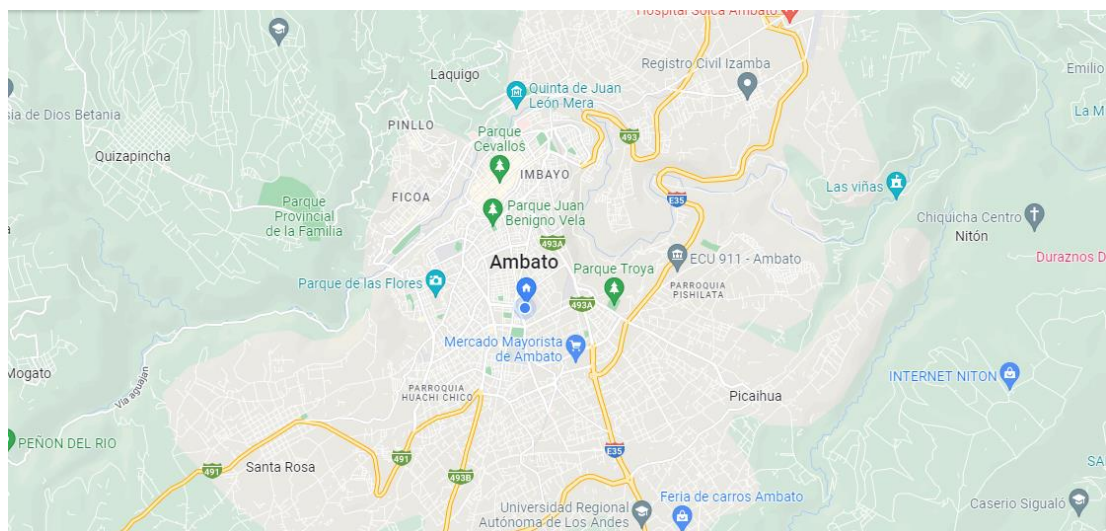
Fuente: Google Maps

4.2.2 Micro localización

En la micro localización del emprendimiento se ha establecido al cantón de Ambato como el lugar en donde se creará el proyecto de la cancha sintética debido a que en este cantón aparte de ser la capital de la provincia de Tungurahua, las posibilidades y oportunidades que ofrece este lugar con respecto a los demás cantones de la provincia son numerosos, principalmente por tener una mayor cantidad de habitantes cuyos ingresos se consideran dentro del rango de clase media y superior que adicionalmente llevan una vida dedicada a la actividad física individualmente o en grupos sociales.

De esta forma hemos determinado 3 sectores clave dentro de la ciudad de Ambato con la ayuda de la matriz de Criterios de Selección de Alternativas para la micro localización final del emprendimiento que son el sector norte, el sector centro y el sector sur, debido a que entre estos tres cada uno de ellos tiene diferentes cualidades y aspectos que los hacen idóneos uno por encima de otros y que es de suma importancia para poder elegir la opción que nos permita optimizar las ganancias y minimizar los costos y pérdidas.

Ilustración 23 Micro Localización



Fuente: Google Maps

4.2.3 Matriz de Criterios de Selección de Alternativas

En esta matriz podremos determinar en base a una lista de factores y sus respectivos puntajes con respecto a lo que se considera como adecuado y correcto dentro de los sectores elegidos previamente para la micro localización del proyecto al sector ideal para poder establecer el lugar de creación del emprendimiento, y entre estos factores encontramos aspectos como seguridad, tráfico, competencia, desarrollo y accesibilidad en donde los valores de evaluación son del 1 al 4, considerando que 1 es malo y 4 es muy bueno.

Tabla 29 Matriz criterios de selección

Factor clave de selección	Ponderación	Sector Norte	Subtotal	Sector Centro	Subtotal	Sector Sur	Subtotal
1. Seguridad	0,35	3	1,05	3	1,05	2	0,7
2. Tráfico	0,10	3	0,3	4	0,4	3	0,3
3. Competencia	0,25	2	0,5	3	0,75	1	0,25
4. Desarrollo	0,12	3	0,36	3	0,36	2	0,24
5. Accesibilidad	0,18	3	0,54	3	0,54	3	0,54
Total	1	14	2,75	16	3,1	11	2,03

Fuente: elaboración propia

De esta manera se puede determinar que la localización óptima para el emprendimiento del centro deportivo innovador dentro de la ciudad de Ambato es la zona centro de la ciudad, puesto que este lugar brinda una mayor ventaja competitiva con respecto a las otras dos zonas analizadas en la tabla anterior, y esto se debe a que la zona centro de la ciudad ha estado en constante crecimiento y desarrollo económico, lo que ha permitido que varias empresas y personas se establezcan en este lugar, aspecto que tiene concordancia con el tráfico y la accesibilidad para los usuarios que demandan de espacios para realizar actividades físicas.

4.3 Ingeniería del proyecto


Según los autores (Díaz & Guaján, 2022) se determina que la ingeniería del proyecto es el momento del estudio en el que se define el funcionamiento de la empresa desde la parte logística de administración, aprovisionamiento, compra de insumos, etc., incluyendo la parte productiva en donde se detallan los procesos de creación de los productos o servicios finalizando en las etapas de distribución y retroalimentación para detectar posibles falencias y mejorar las partes del proceso que pueden ser optimizadas.



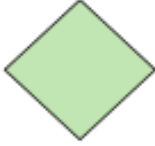


4.3.1 Representación gráfica del proceso

Para establecer cual el proceso que debe cumplirse para que el servicio que los usuarios vayan a recibir sea el correcto es necesario realizar un diagrama de flujo que permitirá a la organización identificar la secuencia de pasos correcta con el propósito de que los clientes potenciales del emprendimiento puedan obtener una experiencia gratificante y placentera al momento de requerir de los servicios que se brinda en el centro deportivo del presente proyecto.

De esta manera, al utilizar un diagrama de flujo es posible identificar cuáles son las partes críticas en donde se pueden generar inconvenientes y contratiempos al momento de brindar los servicios, ya que en determinadas ocasiones existirán desafíos para la organización que deben tener una guía de cómo ser afrontados para evitar que haya malestar dentro de los usuarios y que esto consecuentemente afecte de manera negativa a la imagen del emprendimiento.

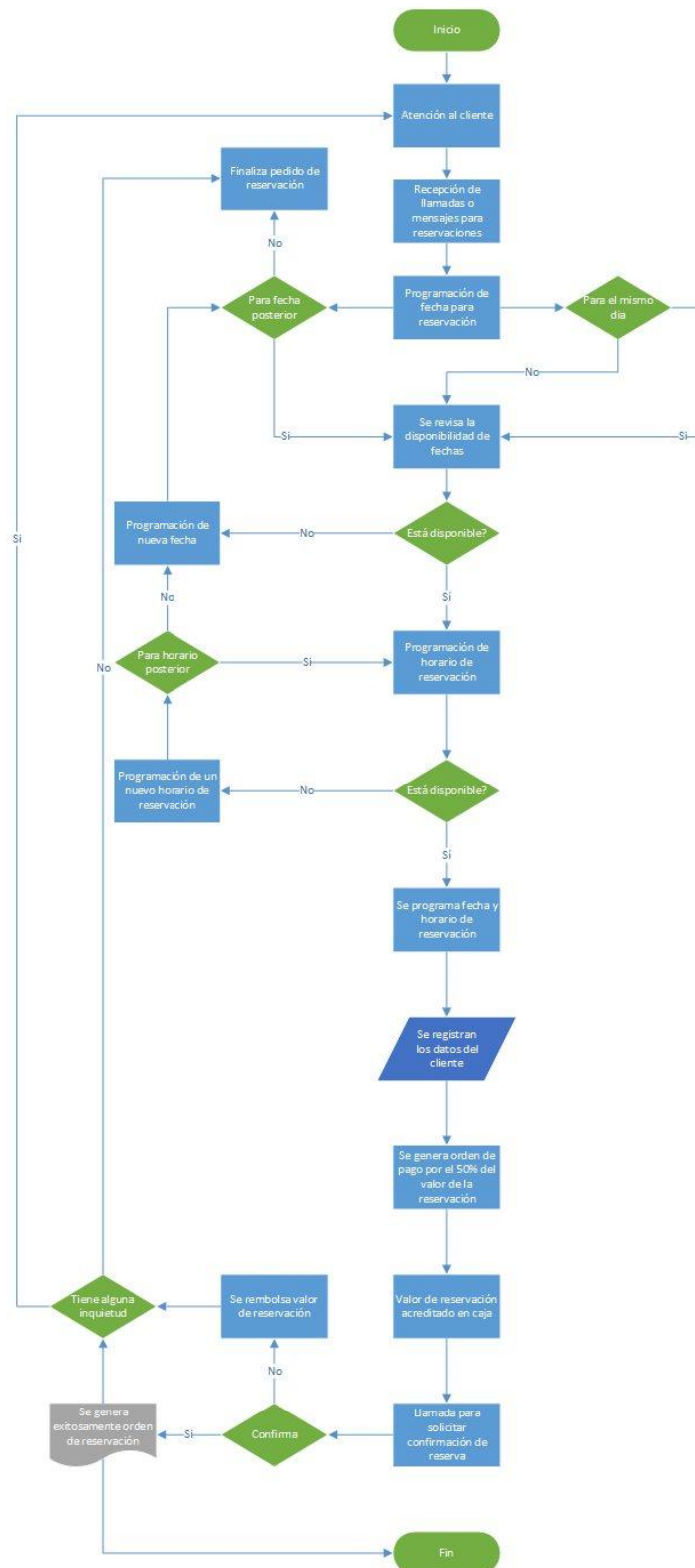
Tabla 30 Simbología diagrama de flujo

Símbolo	Nombre	Descripción
	Inicio o fin	Este símbolo representa de igual manera el inicio

		y fin de los procesos en un diagrama de flujo
	Actividad o proceso	Este símbolo sirve para identificar un elemento o actividad que es parte del proceso
	Datos	Este símbolo se utiliza para identificar una parte del proceso que involucre recopilación o generación de datos
	Decisión	Este símbolo sirve para identificar puntos de toma de decisiones en base a su alternativa
	Documento	Este símbolo sirve para identificar en el proceso el momento en el que se genera, emite o recibe un documento
	Conector de pagina	Este símbolo sirve para vincular los procesos que se encuentran divididos en diferentes paginas debido a su extensión

Fuente: elaboración propia

Ilustración 24 Diagrama de flujo



Fuente: elaboración propia

4.3.2 Balance de materiales

Para determinar el balance de los materiales que serán utilizados al momento de brindar el servicio de alquiler del centro deportivo en la ciudad de Ambato se establece en primer lugar una lista de todos aquellos implementos que forman parte de las instalaciones del espacio, y se procede a obtener un resultado del consumo anual de estos elementos representan para el emprendimiento.

Tabla 31 Balance de materiales

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Servicios de luz	1200	Kilovatios por hora
Servicios de agua	2500	Litros
Servicios de internet	600	Megas
Servicio de mantenimiento de césped sintético	3	Mantenimientos
Indumentaria deportiva	36	Unidades
Balones de futbol	4	Unidades

Fuente: elaboración propia

De esta manera se procede a realizar la descripción de cada uno de los materiales que se involucran directamente al momento de los usuarios hacer uso de los servicios del centro deportivo:

Servicios de luz

El consumo anual de luz se establece en un aproximado de 1200 Kwh debido a la cantidad de luminarias que serán necesarias para alumbrar correctamente el centro deportivo, especialmente en horarios nocturnos y tardes nubladas.

Servicios de agua

El consumo anual que se prevé tener en el centro deportivo es de 2500 litros, ya que los servicios higiénicos y el agua necesaria para realizar actividades de limpieza del lugar deben ser frecuentes para evitar posibles molestias a largo plazo.

Servicios de internet

El consumo anual de internet que se prevé tener en el centro deportivo es de 600 megas, establecido en 35 megas por mes por los 12 meses del año, ya que para los usuarios es necesario brindar el servicio de internet que les permitirá comunicarse constantemente con sus amigos y familiares y generar de igual manera movimiento a través de redes sociales para establecimiento deportivo.

Servicio de mantenimiento de césped sintético

La cantidad de mantenimientos que deben realizarse sobre el césped sintético del centro deportivo es cuatrimestral, es decir, 3 veces al año, esto con el propósito de alargar la vida útil del césped y evitar que el desgaste del mismo sea irreversible.

Indumentaria deportiva

La cantidad de indumentaria deportiva que se necesitara en el centro deportivo a lo largo de un año corresponde a los chalecos y demás distintivos que son utilizados por los usuarios para diferenciarse de los competidores al momento de realizar actividades físicas, comprendidos en un total de 12 chalecos cada 4 meses para mantener su vida útil y evitar que obtengan mal olor por el sudor de la práctica deportiva.

Balones de futbol

La cantidad de balones de futbol que son necesarios de manera anual para el centro deportivo es de 2 balones N° 3 para actividades deportivas de futbol sala y futbol de 5 vs 5, en donde su tamaño debe ser proporcional a la cantidad de usuarios y la zona

destinada a realizar el deporte y 2 balones N°5 para la práctica de Ecuavoley en donde la medida previamente citada es el estándar para este deporte.

4.3.3 Periodo operacional estimado del proyecto

El periodo operacional del presente proyecto de emprendimiento está establecido para una duración de 5 años que es el tiempo previsto para obtener los resultados de las proyecciones económicas y financieras que se realizaran posteriormente en este estudio, así como también analizar el comportamiento que tendrá el emprendimiento a lo largo de este periodo de tiempo y determinar cuáles han sido sus mayores fortalezas y debilidades, considerando que el tiempo de vida útil que tiene el césped sintético utilizado como superficie del proyecto se encuentra establecido entre 5 a 8 años de rendimiento.

4.3.4 Capacidad de operación

La capacidad de operación de una empresa es la cantidad de productos o servicios que se pueden producir u ofertar de forma anual en una organización para satisfacer la necesidad de un grupo de personas previamente analizada mediante el estudio de la demanda potencialmente insatisfecha.

Por lo que para el presente proyecto de emprendimiento se considera como capacidad de operación a la disponibilidad de horarios que tiene el centro deportivo para brindar sus servicios a los usuarios a lo largo de un año, misma que se obtiene mediante el cálculo de las 8 horas diarias de uso para 12 personas por 6 días de la semana a lo largo de un año, lo que da como resultado un total de 27.648 horas disponibles de uso para el público.

Tabla 32 Capacidad de operación

Servicio	Servicio	Servicio	Demanda potencial	% de demanda
-----------------	-----------------	-----------------	--------------------------	---------------------

diario	mensual	anual	insatisfecha	potencial insatisfecha
96	2.304	27.648	632.885	4,37%

Fuente: elaboración propia

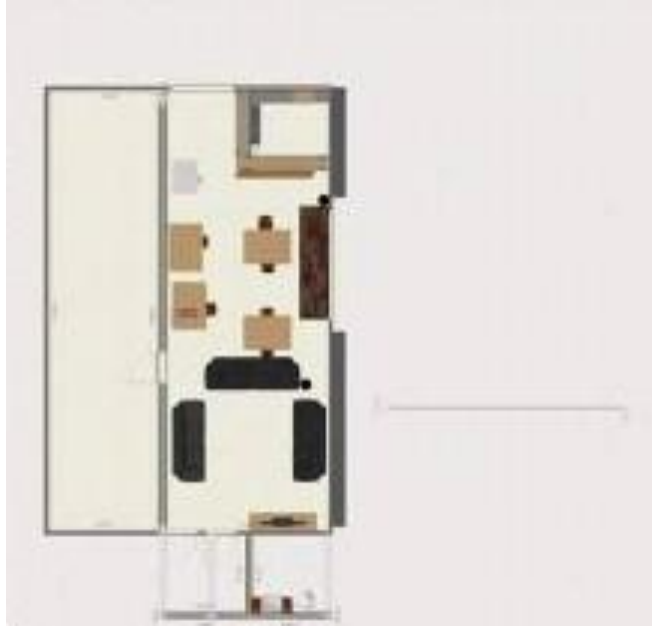
De esta manera se evidencia que la capacidad de operación del presente proyecto de emprendimiento permite brindar los servicios del centro deportivo a 27.648 personas, lo que representa un total del 4,37% del total de la demanda potencialmente insatisfecha de la ciudad de Ambato.

4.3.5 Distribución física de espacios

Según (Catagña, 2021) la distribución de espacios es la forma de organizar de manera eficiente dentro de un espacio físico la maquinaria, equipos y departamentos que forman parte del conjunto productivo de una empresa con el propósito de optimizar los recursos y maximizar las utilidades, debido a que el costo de mantener un terreno que no es aprovechado en su máximo potencial representa un monto importante para la organización.

Para establecer la distribución de espacios en el presente proyecto de emprendimiento se toma como referencia el lugar destinado a ser el espacio deportivo de césped sintético como área principal y de complemento para el lugar se emplea un espacio interno que funcionara como área de estar para los usuarios que deseen realizar otro tipo de actividades.

Ilustración 25 Distribución física de espacios



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 Organización del proyecto

Según el autor (Ocampo, Huilcapi, & Cifuentes, 2019) se establece que la organización de proyectos es un proceso mediante el cual se establece un diseño de estructuración de la empresa entre sus participantes y su funciones con el propósito de que la entidad económica funcione de manera eficiente teniendo en cuenta siempre el orden de jerarquías que van representadas desde la parte superior con los cargos administrativos hasta la parte inferior con los cargos operativos.

De igual manera el autor (Nazareno, 2020) afirma en su estudio que la gestión organizacional es el proceso que permite a las empresas distribuir eficientemente las tareas y actividades necesarias entre sus colaboradores para que la actividad económica se genere adecuadamente considerando las metas y objetivos que tiene la organización.

Esto nos permite comprender la importancia de establecer un correcto diseño de la estructura organizacional en el presente proyecto de emprendimiento, pues es la forma en la que obtendremos una correcta distribución de tareas entre los miembros del centro deportivo para poder optimizar los recursos que se tienen a disposición y mejorar el rendimiento económico que se prevé obtener como empresa.

5.2 Diseño organizacional

Para establecer el diseño de la estructura organizacional que tendrá un mejor desempeño en el proyecto de emprendimiento del centro deportivo en primer lugar se procede a identificar los tipos de enfoque estructural que han sido implementados generalmente en las organizaciones durante los últimos años, que son la estructura burocrática y la estructura continente.

De esta manera se establece según (Blanco, Vásquez, Jiménez, & Melamed, 2020) que el enfoque organizacional burocrático tiene como característica principal una jerarquía en la que se encuentra en la parte superior los cargos de gerencia, quienes se encargan de las tareas de administración y crecimiento de la organización, seguido de los cargos de nivel medio, encargados de los diferentes departamentos principales de la organización como son la contabilidad, marketing, talento humano, etc., y finalmente los cargos de orden productivo en los que se encuentran los operarios de la empresa.

Así pues, en este tipo de diseño organizacional se tiene como principal autoridad al funcionario que se encuentra en un nivel superior, puesto que así se establece una correcta asignación de tareas y su respectiva supervisión para llevar a cabo las actividades de forma que se cumplan los objetivos y metas de la organización.

Mientras que por otra parte se tiene al enfoque continente que según los autores (Blanco, Vásquez, Jiménez, & Melamed, 2020) es un tipo de estructura organizacional en él se prioriza un diseño más flexible con respecto al constante cambio al que se ve involucrado el entorno en el que se desenvuelven las empresas, ya que de esta manera se tiene una mayor capacidad de reacción ante las variables del medio económico, social y político al que muchas veces se ve influenciada una organización.

Si bien este tipo de enfoque puede resultar conveniente para determinadas empresas, también requiere de un correcto estudio y análisis para determinar que este tipo de diseño es el que las organizaciones requieren para lograr obtener resultados positivos con respecto a los objetivos que se tengan establecidos, ya que al ser dependientes de la variabilidad del entorno deberán tener un conjunto de departamentos en la empresa que deberán trabajar con mayor exigencia con respecto a otras debido a que necesitarán tener una mayor coordinación con las demás áreas de la organización, generando a la larga un gran impacto sobre los colaboradores.

Por lo que para el presente proyecto se ha optado por implementar el enfoque burocrático, ya que se pretende tener una cadena de mando en la que se delegaran actividades a los grupos de nivel operativo con el propósito de optimizar el tiempo de realización en determinados procesos.

5.2.1 Niveles jerárquicos

De esta forma se identifican dentro de la organización 3 niveles jerárquicos que son los siguientes:

- **Nivel ejecutivo**

En el nivel ejecutivo del centro deportivo se encuentra la gerencia del establecimiento, misma que se encargará de gestionar el crecimiento del emprendimiento mediante una participación activa dentro del mercado de la ciudad de Ambato para fomentar alianzas comerciales y de igual manera verificar su normal funcionamiento llevando a cabo tareas de control sobre los procesos, supervisión y delegación de tareas a los demás departamentos así como también planificar y desarrollar estrategias que permitan que la organización pueda cumplir sus objetivos a corto y a largo plazo con eficiencia.

- **Nivel administrativo**

En el nivel administrativo del centro deportivo se establecen 2 departamentos de gran importancia para el normal desempeño de las actividades comerciales y administrativas del emprendimiento que son el área de **contabilidad**, cuya principal tarea es la de llevar el registro económico del centro deportivo en donde debe constar el inventario total de productos, los balances generales, estados de resultados, libros diarios, tramites tributarios, etc., con el propósito de mantener un esquema formal al momento presentar y analizar la situación financiera del proyecto al nivel ejecutivo; y el área de **gestión operativa** que será la que desarrolle actividades de soporte para el departamento de contabilidad mediante el correcto uso de herramientas para entregar los datos de inventario, gestionar el abastecimiento y la logística de entrega de varios productos necesarios para las actividades del emprendimiento y también realizar la supervisión al nivel operativo del proyecto con la finalidad de que los servicios que se brindan el centro deportivo mantengan los estándares de calidad altos y lleguen al usuario satisfactoriamente.

- Nivel operativo

Finalmente en el nivel operativo se encuentran los colaboradores que tendrán como actividad principal brindar atención al cliente, preparar el establecimiento para la llegada de los grupos de personas y receptar las llamadas o mensajes que los usuarios envíen para realizar la reservación del espacio deportivo, manteniendo estrecha comunicación y participación con los departamentos del nivel administrativo, puesto que toda la información que se vaya a generar debe ser correcta para que los procesos de logística, contabilidad y planificación futura que se realicen posteriormente sean congruentes y no tengan ineficiencias.

5.2.2 Misión

Según los autores (Delgado, León, & Bonilla, 2018) la misión tiene como objetivo principal presentar a los integrantes de la organización y del entorno comercial las aspiraciones de la misma a lo largo de 3 años o en el corto plazo, con el propósito de establecer una ruta medible de avances según las metas que se hayan planteado.

De esta forma dentro de la organización correspondiente al centro deportivo se determina como misión el siguiente enunciado:

- Ser el centro deportivo con mayor acogida dentro de la zona centro de la ciudad de Ambato mediante la correcta y eficiente prestación de nuestros servicios hacia los usuarios que realizan actividad física, manteniendo los altos estándares de calidad e innovación en nuestras instalaciones.

5.2.3 Visión

Los autores (Contreras, Pirazán, & Villareal, 2020) establecen en su investigación que la visión debe representar el objetivo mayor que tiene la organización para el plazo de entre 10 a 30 años a futuro, así como también plasmar ante el entorno comercial interno

y externo cual es el estado que se desea tener en la empresa a lo largo de los años mediante la constante aplicación de estrategias que le permitan ser competitiva y diferenciarse de los demás competidores.

De esta manera la visión que tendrá el centro deportivo del presente proyecto de emprendimiento es el siguiente:

- Lograr un crecimiento constante y sostenible a la par de ser líderes en innovación dentro del mercado ecuatoriano para ofrecer la mejor experiencia de servicios y entretenimiento a los usuarios de nuestro centro deportivo.

5.2.4 Valores empresariales

Según los autores (Ore, Olortegui, & Ponce, 2020), los valores de una empresa son los principios que tiene la organización para direccionar el comportamiento y la forma de actuar de la misma hacia diferentes aspectos que son la sociedad, el desarrollo, las actividades y el servicio al cliente, de forma que se genera una mayor conciencia en la empresa al momento de tomar decisiones que influirán positiva o negativamente en la percepción de la misma en el entorno económico.

Así pues los valores empresariales establecidos en la organización son los siguientes:

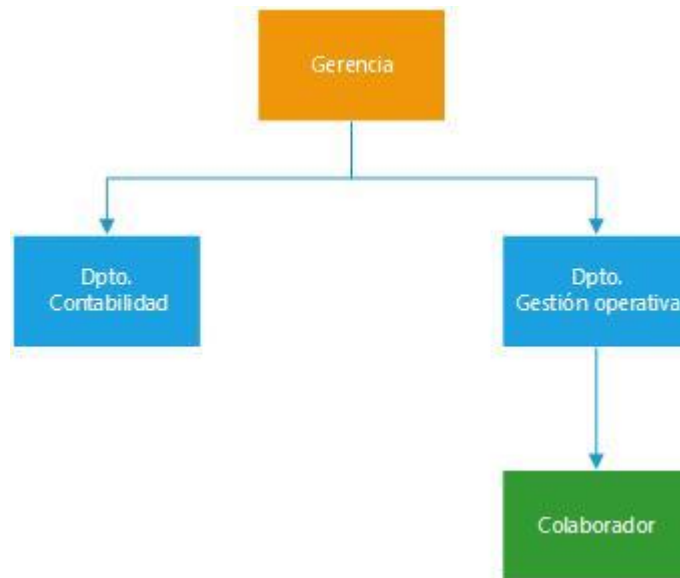
- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Ética
- Confianza
- Mejora continua

5.3 Estructura organizacional

La estructura organizativa del presente proyecto de emprendimiento tiene como objetivo plasmar la forma en la que estarán asignados los diferentes niveles jerárquicos




y sus respectivos miembros con el propósito de identificar cual será la correcta línea de mando dentro de la organización.

Ilustración 26 Organigrama estructural



Fuente: elaboración propia

Tabla 33 Simbología organigrama

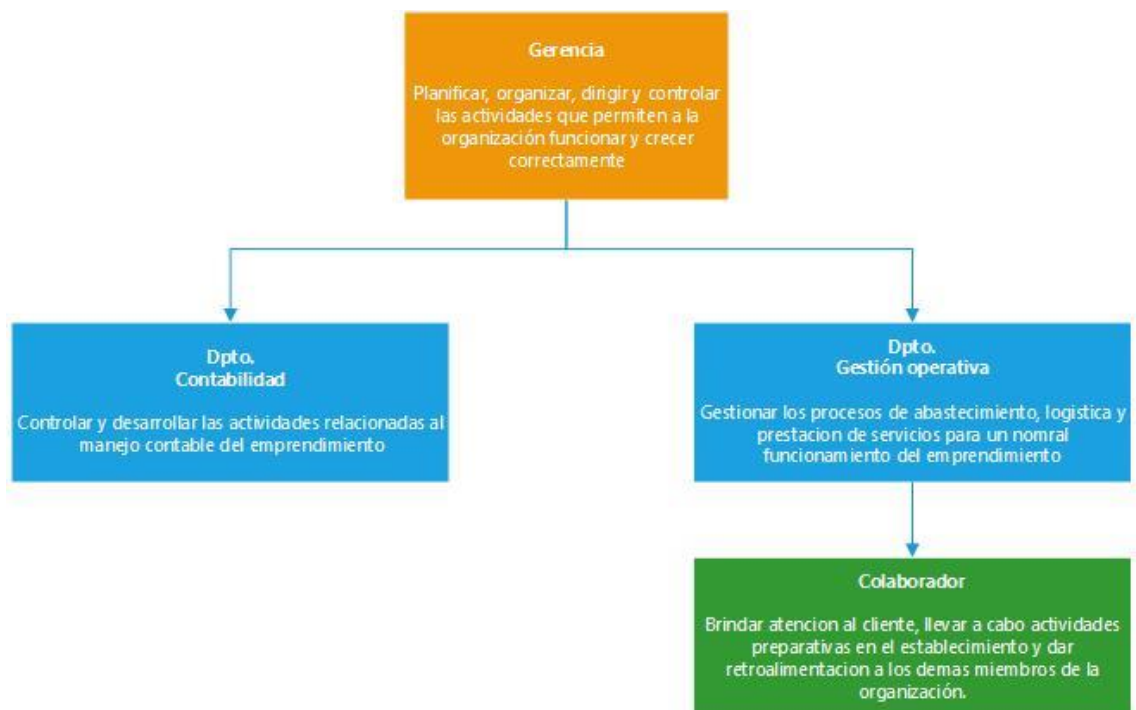
Símbolo	Descripción
	Unidad de mando
	Autoridad sobre otro puesto
	Abreviación para departamento

Fuente: elaboración propia

5.4 Estructura funcional

En el organigrama funcional por el contrario se tiene como principal característica la descripción de cada uno de los puestos que conforman la organización del presente proyecto de emprendimiento, lo que nos permitirá conocer efectivamente cuáles serán los roles que deben cumplir cada uno de colaboradores para mantener un control sobre los mismos y poder generar diagnósticos de evaluación con el fin de determinar la eficiencia de cada uno.

Ilustración 27 Organigrama funcional



Fuente: elaboración propia


5.5 Manual de funciones

Los manuales de funciones son herramientas de documentación que se utilizan dentro de los estudios organizacionales de las empresas para identificar cuáles son las principales tareas, actividades, requisitos y relación jerárquica de un determinado

puesto de trabajo con respecto a la organización, de manera que para el presente caso se procede a realizar un manual de funciones por cada plaza de trabajo establecida en el emprendimiento que se dividen en 4 colaboradores principales:

- Gerencia: ingeniero en organización de empresas.
- Dpto. contabilidad: auxiliar contable.
- Dpto. gestión operativa: ingeniero comercial.
- Operario: persona natural.

Tabla 34 Manual de funciones gerente

	Cancha Sintética Olimpo	Fecha	10/10/2022		
		Página	1	De	4
	Manual de Funciones	Sustituye			
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS					
Nombre del puesto:	Gerente General	LC/AL/02			
Ubicación:	Nivel Ejecutivo				
Ámbito de operaciones:	Gerencia				
RELACIÓN					
<p>Propósito del Puesto: planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de gestionar los procesos necesarios para promover el crecimiento del emprendimiento y fomentar la innovación constante.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. • Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. • Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. 					

- Coordinar con el departamento de contabilidad y gestión operativa, aumentar el número de clientes, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

Especificaciones:

Conocimiento: Administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.


Experiencia: Que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Personalidad: Analítico, Liderazgo, Motivación, Competitivo, Habilidad comunicativa.

Elaborado por: Ronaldo Ipiales	Aprobado por: Ing. Mauricio Quisimalín	Autorizado por: Ing. José Herrera
---------------------------------------	---	--

Fuente: elaboración propia


Tabla 35 Manual de funciones contabilidad

	Cancha Sintética Olimpo	Fecha	10/10/2022		
		Pagina	2	De	4
	Manual de Funciones	Sustituye			
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS					
Nombre del puesto:	Dpto. Contabilidad	LC/AL/02			
Ubicación:	Nivel Administrativo				

Ámbito de operaciones: Contabilidad		
RELACIÓN		
<p>Jefe Inmediato: Gerente General</p> <p>Subordinados Directos: Operarios</p> <p>Dependencia Funcional: Contabilidad</p> <p>Propósito del Puesto: procesar y analizar todos los procesos contables y tributarios de la organización mediante el uso de herramientas como libros diarios, Kardex, balances generales, etc., para poder determinar cuál es el rendimiento que tiene el emprendimiento de manera mensual y anual, con el propósito de socializar estos resultados a la gerencia.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documentar los movimientos financieros de la empresa. • Realizar reportes mensuales y anuales de los resultados de la empresa. • Coordinar la compra de los productos e insumos necesarios para la empresa. • Gestionar el manejo de inventarios y su valor. • Socializar con gerencia los resultados económicos del periodo. • Establecer los presupuestos necesarios para futuras inversiones. <p>Especificaciones:</p> <p>Conocimiento: Computación, contabilidad, tributación, costos, inventarios, administración.</p> <p>Experiencia: 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.</p> <p>Personalidad: Analítico, Competitivo, Habilidad comunicativa, Productivo.</p>		
Elaborado por: Ronaldo Ipiales	Aprobado por: Ing. Mauricio Quisimalín	Autorizado por: Ing. José Herrera

Fuente: elaboración propia

Tabla 36 Manual de funciones gestión operativa

	Cancha Sintética Olimpo	Fecha	14/07 /2019		
			Pagina	3	De
	Manual de Funciones	Sustituye			
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS					
Nombre del puesto:	Dpto. Gestión Operativa	LC/AL/02			
Ubicación:	Nivel Administrativo				
Ámbito de operaciones:	Operativo				
RELACIÓN					
Jefe Inmediato:	Gerente General				
Subordinados Directos:	Operario.				
Dependencia Funcional:	Operativo				
Propósito del Puesto:	Gestionar las actividades relacionadas a la logística, abastecimiento y puesta en marcha de los servicios del centro deportivo, a la par de supervisar las actividades que realicen los colaboradores del nivel operativo con la finalidad de mantener los estándares de calidad altos y evitar cualquier contratiempo en el orden de los procesos de la organización.				
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con dpto. de contabilidad el abastecimiento e inventario de la empresa. • Realizar actividades de supervisión a los procesos de atención al usuario. • Asignar tareas y actividades al colaborador para llevar a cabo la preparación del centro deportivo. • Gestionar la implementación de nuevos servicios para complementar la atención al usuario. • Identificar debilidades y aspectos a fortalecer en los procesos productivos de la organización. • Generar reportes mensuales de rendimiento operativo del centro deportivo. 				

<p>Especificaciones:</p> <p>Conocimiento: Administración, Recursos Humanos, Gestión de procesos, Inventarios.</p> <p>Experiencia: 1 año de experiencia como mínimo en cargos similares.</p> <p>Personalidad: Critico, Analítico, Competitivo, Habilidad comunicativa, Innovador</p>		
<p>Elaborado por: Ronaldo Ipiales</p>	<p>Aprobado por: Ing. Mauricio Quisimalín</p>	<p>Autorizado por: Ing. José Herrera</p>

Fuente: elaboración propia

Tabla 37 Manual de funciones operarios

	<p>Cancha Sintética Olimpo</p>	<p>Fecha 10/10/2022</p>
	<p>Manual de Funciones</p>	<p>Pagina 4 De 4</p>
		<p>Sustituye</p>
<p>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</p>		
<p>Nombre del puesto:</p>	<p>Operario</p>	<p>LC/AL/02</p>
<p>Ubicación:</p>	<p>Nivel Operativo</p>	
<p>Ámbito de operaciones:</p>	<p>Operaciones</p>	
<p>RELACIÓN</p>		

Jefe Inmediato: Gerente General

Subordinados Directos: Operarios

Dependencia Funcional: Operativo

Propósito del Puesto: llevar a cabo las actividades necesarias dentro del centro deportivo para brindar los servicios correspondientes a los usuarios de manera eficiente y responsable tratando de satisfacer en lo posible las necesidades de las personas que acuden a las instalaciones.

Funciones:

- Realizar actividades de orden y aseo del establecimiento a diario.
- Ordenar de manera correcta los productos necesarios para los usuarios.
- Brindar atención al cliente de manera asertiva y cordial.
- Informar de contratiempos e inconformidades a los puestos inmediatos superiores.
- Gestionar los procesos de reservación y alquiler del centro deportivo.

Especificaciones:

Conocimiento: Administración, Ventas, Comercialización.

Experiencia: 6 meses de experiencia como mínimo en cargos similares.

Personalidad: Analítico, Competitivo, Habilidad comunicativa, Innovador, Proactivo, Cordial.

Elaborado por: Ronaldo Ipiales	Aprobado por: Ing. Mauricio Quisimalín	Autorizado por: Ing. José Herrera
---------------------------------------	---	--

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Ingresos brutos

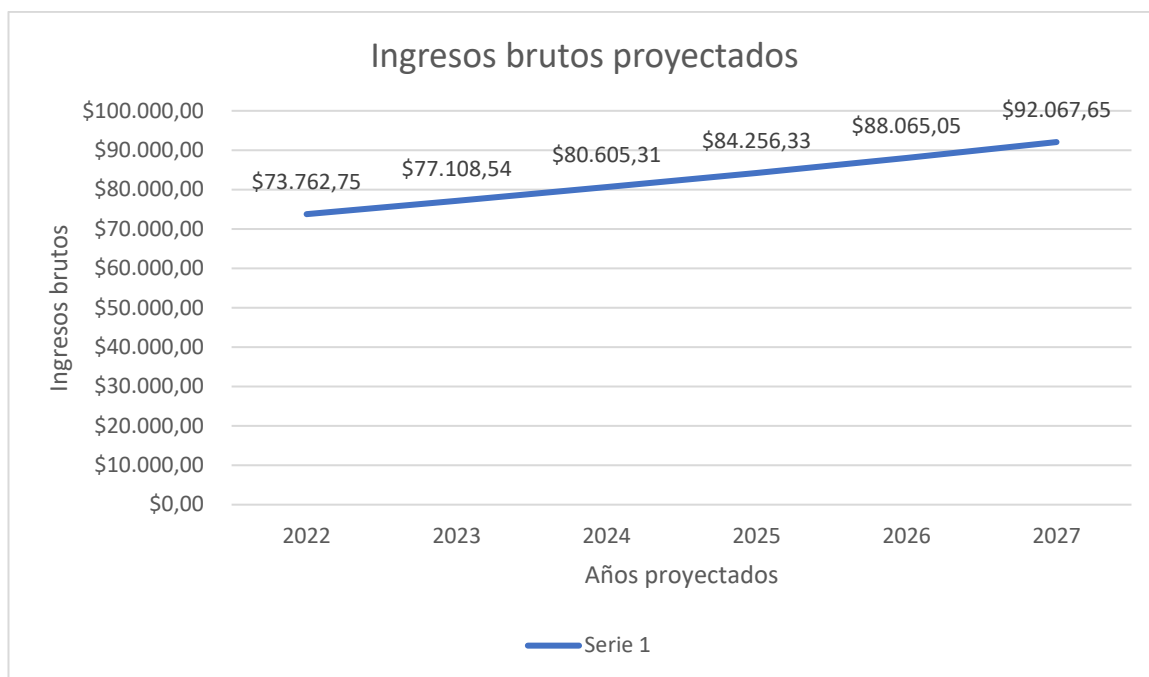
Según el autor (Martínez, 2020), los ingresos brutos son aquellas cantidades monetarias que ingresan al flujo económico de una organización sin tener en cuenta el decremento de estas por influencia del pago de obligaciones tributarias o demás contribuciones que deben ser realizadas para cubrir los costos y gastos de las empresas.

Tabla 38 Ingresos brutos

Año	DPI	DPI Real (10)	5%	Precio	Ingresos Proyectados Brutos
2022	632.885	63.289	3164	\$23,31	\$73.762,75
2023	638.580	63.858	3193	\$24,15	\$77.108,54
2024	644.327	64.433	3222	\$25,02	\$80.605,31
2025	650.126	65.013	3251	\$25,92	\$84.256,33
2026	655.978	65.598	3280	\$26,85	\$88.065,05
2027	661.881	66.188	3309	\$27,82	\$92.067,65

Fuente: elaboración propia

Ilustración 28 Ingresos brutos



Fuente: elaboración propia

Análisis

En el presente gráfico se puede evidenciar que los ingresos brutos proyectados para el año 2022 del centro deportivo que va a ser implementado en la ciudad de Ambato suman en total \$73.762,75, considerando que el número de usuarios reales del proyecto serán el 10% del DPI calculado, con un precio para el consumidor de \$23,31 para el final del presente año.

6.2 Inversión inicial

Según la autora (Rojas, 2021) en su investigación se establece que la inversión inicial es la cantidad de recursos, bienes e insumos que una empresa necesita dentro del proceso de creación de un proyecto para poder hacer frente al desarrollo del primer lote de productos o servicios que vayan a ser comercializados por la organización en un mercado en donde se busca obtener como principal objetivo la rentabilidad necesaria para poder mantener el proceso productivo de la sociedad.

6.2.1 Activos fijos o tangibles

Según los autores (Rojas & Morgan, 2021) se establece que los activos fijos son el conjunto de equipos, maquinarias, inmuebles, terrenos y edificaciones que son parte del patrimonio de una organización que cumplen el propósito de ser los bienes que permiten de primera mano la realización de las actividades económicas de determinadas empresas u organizaciones.

Tabla 39 Activos fijos

Activos Fijos	\$	%
Inmuebles	\$12.500	69,21%
Equipos	\$800	4,43%
Herramientas	\$300	1,66%
Muebles y enseres	\$3.200	17,72%
Equipo de computación	\$1.050	5,81%
Suministros de oficina	\$210	1,16%
Total, activos fijos	18060	100%

Fuente: elaboración propia

Depreciación

Tabla 40 Depreciación activos fijos

Activos fijos	\$	%	Depreciación
Muebles y enseres	\$3.200	19,1%	\$640
Inmuebles	\$12.500	74,6%	\$2.500
Equipo computo	\$1.050	6,3%	\$210
Equipos	\$800	4,8%	\$160
Total	16.750	100%	\$3.350

Fuente: elaboración propia

Depreciaciones = activos fijos / 5

6.2.2 Activos diferidos o intangibles

Según el autor (Cañibano, 2022), los activos intangibles por su parte son todos los bienes que tiene la organización que no llegan a ser físicos pero que permiten tener un normal funcionamiento a la empresa mediante una documentación como son los permisos de funcionamiento, estudios de pre factibilidad, entre otros.

Tabla 41 Activos intangibles

Activos Intangibles	\$	%
Gastos de constitución	860	14,58%
Permisos legales de funcionamiento	540	9,15%
Campaña de publicidad	2.500	42,37%
Estudio de pre factibilidad	2.000	33,90%
Total, activos intangibles	5.900	100,00%

Fuente: elaboración propia

Amortización

Tabla 42 Amortizaciones

Activos Intangibles	\$	%	Amortización
Gastos de constitución	860	14,58%	\$172
Permisos legales de funcionamiento	540	9,15%	\$108
Campaña de publicidad	2.500	42,37%	\$500
Estudio de pre factibilidad	2.000	33,90%	\$400
Total, activos intangibles	5.900	100,00%	\$1180

Fuente: elaboración propia

Amortización = activos intangibles / 5

6.2.3 Capital de trabajo

Según los autores (Quispe & Valenzuela, 2020) se establece que el capital de trabajo es el monto económico que una empresa puede tener a disposición al momento de concluir con periodo de actividad económica con sentido de prioridad para poder ejercer sus obligaciones productivas diarias.

Tasa circulante

Ecuación 3 Tasa circulante

$$Tasa\ circulante = Activo\ Corriente / Pasivo\ Corriente$$

$$2,5 = 10.896,64 / Pasivo\ Corriente$$

$$Pasivo\ Corriente = \frac{10.896,64}{2,5}$$

$$Pasivo\ Corriente = 4.358,66$$

Fuente: elaboración propia

Capital de trabajo

Ecuación 4 Capital trabajo

$$Capital\ de\ trabajo = activo\ corriente - pasivo\ corriente$$

$$Capital\ de\ trabajo = 10.896,64 - 4.358,66$$

$$Capital\ de\ trabajo = 6.400,48$$

Fuente: elaboración propia

6.3 Costos y gastos

Los autores (Casanova, Nuñez, Navarrete, & Proaño, 2021) establece que los costos y gastos son todas aquellas obligaciones que mantiene una empresa u organización con la diferencia de que los costos son aplicados directamente a las inversiones que se realizan para mantener el funcionamiento de la misma con la expectativa de recuperar el monto, mientras que los gastos igual pertenecen a las actividades de la organización pero no son previstas de ser recuperadas ya que es un monto destinado a cubrir determinados aspectos que no son de carácter de inversión.

6.3.1 Costos de operación

Según el autor (Berrones, 2021) los costos de operación o también conocidos como costos de producción es el monto de dinero destinados por parte de una organización exclusivamente para la compra de materiales e insumos que serán utilizados posteriormente con el propósito de generar los productos o servicios según sea la actividad económica principal de la misma.

Insumos

Para identificar el monto que se asignara a la cuenta de costos operativos con el fin de realizar los cálculos necesarios de los estados contables del emprendimiento se procede a realizar una tabla en la que constaran todos los insumos que se son parte directa del funcionamiento del establecimiento, y a este total se procede a dividirlo para los 12 meses que componen el año fiscal de la empresa.

Tabla 43 Insumos

Descripción	Unidad de medida	Consumo anual	Valor unitario	Valor anual
Snacks	Unidades	540	\$1,00	\$540,00
Bebidas hidratantes	Unidades	650	\$0,75	\$487,50
Aguas	Unidades	550	\$0,50	\$275,00
Cervezas	Unidades	150	\$3,00	\$450,00
Café	Kg	38	\$15,00	\$570,00
Leche	Lt	850	\$1,00	\$850,00
Azúcar	Kg	500	\$1,20	\$600,00
Pan	Unidades	130	\$0,13	\$16,90
Carnes	Kg	300	\$1,15	\$345,00
Vegetales	Kg	120	\$0,40	\$48,00
Salsas	Lt	50	\$3,00	\$150,00
Jabón	Lt	40	\$4,00	\$160,00
Toallas	Unidades	1500	\$0,02	\$30,00
Caucho para césped	Kg	600	\$5,00	\$3000,00

Fuente: elaboración propia

Total, anuales insumos = \$7.522,40

Total, mensuales insumos = \$7.522,40 / 12

Total = \$626,87

6.3.2 Costos financieros

Los autores (Meleán & Torres, 2021) establecen que los costos financieros corresponden a las cantidades económicas de una organización destinados a cubrir los montos generados por una solicitud de dinero a entidades financieras como bancos y/o cooperativas según sea la forma en la que deba ser pagada dicha cantidad, la cual puede ser de manera mensual, bimensual, trimestral, etc., y que por lo general sirve para

realizar actividades económicas de inversión o la adquisición de nuevos insumos o maquinarias.

Ilustración 29 Simulador de créditos

Simulador de Créditos

MONTO A SOLICITAR *

10.000,00

FRECUENCIA DE PAGO *

MENSUAL ▼

CUOTAS *

24

LÍNEA DE CRÉDITO *

MicroJEP ▼

SISTEMA DE AMORTIZACIÓN

ALEMÁN ▼

Línea Microcrédito

Crédito destinado a financiar actividades en pequeña escala de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de ventas o ingresos generados por dichas actividades

GENERAR LIMPIAR

Fuente: elaboración propia

Ilustración 30 Cuotas préstamo financiero

Cuota No.	Abono Capital	Interés	Seguro Desg..	Cuota	Saldo
TOTAL	10000.00	1656.24	104.85	11761.09	0.00
1	416.67	132.50	8.39	557,56	10,000.00
2	416.67	126.98	8.04	551,69	9,583.33
3	416.67	121.46	7.69	545,82	9,166.66
4	416.67	115.94	7.34	539,95	8,749.99
5	416.67	110.42	6.99	534,08	8,333.32
6	416.67	104.90	6.64	528,21	7,916.65
7	416.67	99.37	6.29	522,33	7,499.98
8	416.67	93.85	5.94	516,46	7,083.31
9	416.67	88.33	5.59	510,59	6,666.64
10	416.67	82.81	5.24	504,72	6,249.97
11	416.67	77.29	4.89	498,85	5,833.30
12	416.67	71.77	4.54	492,98	5,416.63
13	416.67	66.25	4.19	487,11	4,999.96
14	416.67	60.73	3.84	481,24	4,583.29
15	416.67	55.21	3.49	475,37	4,166.62
16	416.67	49.69	3.15	469,51	3,749.95
17	416.67	44.17	2.80	463,64	3,333.28
18	416.67	38.65	2.45	457,77	2,916.61
19	416.67	33.12	2.10	451,89	2,499.94
20	416.67	27.60	1.75	446,02	2,083.27
21	416.67	22.08	1.40	440,15	1,666.60
22	416.67	16.56	1.05	434,28	1,249.93
23	416.67	11.04	0.70	428,41	833.26
24	416.59	5.52	0.35	422,46	416.59

Fuente: elaboración propia

6.3.3 Costos administrativos

Según los autores (Chomba & Cotrina, 2021) los costos administrativos son aquellos montos económicos que son destinados por la organización para cubrir los sueldos, salarios, servicios básicos, insumos de oficina y demás aspectos que se relacionan directamente con el manejo administrativo de la organización pero que no influyen directamente sobre los procesos de producción de bienes y servicios de las empresas.

Tabla 44 Costos administrativos

Costos administrativos	\$
Sueldos y salarios	\$2.500
Servicios básicos	\$1.000
Suministros de oficina	\$210
Arriendo	\$400

Total, costos administrativos	\$4.110
-------------------------------	---------

Fuente: elaboración propia

6.4 Punto de equilibrio

Según (Calderón, 2019), se establece que el punto de equilibrio es una herramienta de gestión que le permitirá conocer a la organización cuantas unidades de bienes de consumo o servicios debe comercializar para no registrar montos de pérdida en sus estados contables y por el contrario generar las utilidades necesarias para poder mantener normalmente las actividades de la empresa.

Formula

Ecuación 5 Punto de equilibrio

$$P.E = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$P.E = \frac{14.943,24}{1 - \frac{7.522,40}{77.108,54}}$$

$$P.E = \frac{14.943,24}{1 - 0,0976}$$

$$P.E = \frac{14.943,24}{0,9024}$$

$$P.Eq = 16.559 \text{ unidades}$$

$$P.E = \$399.891$$

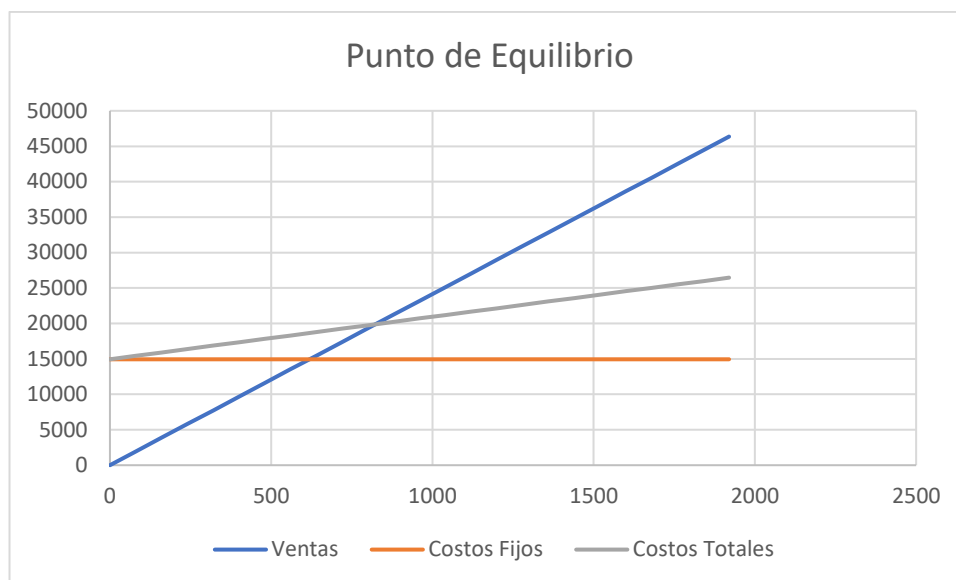
Fuente: elaboración propia

Tabla 45 Punto de equilibrio

Costos fijos	\$	Costos variables	\$
Sueldos y salarios	2500	Snacks	540
Servicios básicos	1000	Bebidas hidratantes	487,5
Suministros de oficina	210	Aguas	275
Arriendo	400	Cervezas	450
Costos financieros	6303,24	Café	570
Depreciaciones	3350	Leche	850
Amortizaciones	1180	Azúcar	600
		Pan	16,9
		Carnes	345
		Vegetales	48
		Salsas	150
		Jabón	160
		Toallas	30
		Caucho para césped	3000
Total	14943,24	Total	\$7.522,40
Fijos Variables		22465,64	

Fuente: elaboración propia

Ilustración 31 Punto de equilibrio



Fuente: elaboración propia

Análisis

Una vez obtenido el resultado del punto de equilibrio se puede determinar que para poder obtener utilidades en el centro deportivo se debe realizar la cantidad de 16.559 reservaciones, con un total de \$339.891.

6.5 Estado de resultados

Los autores (Scavone, Sanabria, & González, 2021) establecen que el estado de resultados, también conocido como estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias es el documento contable que permite identificar que si dentro de un periodo económico se han generado utilidades o rendimientos negativos.

Tabla 46 Estado de resultados

	Año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos brutos	73.762,75	77.108,54	80.605,31	84.256,33	88.065,05	92.067,65
- Costos producción	7.522,40	7.563,02	7.603,86	7.644,92	7.686,20	7.727,71

=	Utilidad bruta	66.240,35	69.545,52	73.001,45	76.611,41	80.378,85	84.339,94
-	Costos administrativos	4110	4.132,19	4.154,51	4.176,94	4.199,50	4.222,17
-	Costos financieros	6303,24	6303,24	6303,24	6303,24	6303,24	6303,24
=	Utilidad antes utilidad	55.827,11	59.110,09	62.543,70	66.131,23	69.876,11	73.814,52
-	15% trabajadores	8.374,07	8.866,51	9.381,56	9.919,68	10.481,42	11.072,18
=	Utilidad antes impuestos	47.453,04	50.243,57	53.162,15	56.211,54	59.394,69	62.742,35
-	22% impuesto a la renta	10.439,67	11.053,59	11.695,67	12.366,54	13.066,83	13.803,32
=	Utilidad neta	37.013,37	39.189,99	41.466,47	43.845,00	46.327,86	48.939,03
+	Cargos de dep y amort	4530	4530	4530	4530	4530	4530
-	Pago a principales	2500	2500	2500	2500	2500	2500
=	Flujos netos de efectivo	39.043,37	41.219,99	43.496,47	45.875,00	48.357,86	50.969,03

Fuente: elaboración propia

6.6 Balance general

Según los autores (Castrellón, Cuevas, & Calderón, 2021) se establece que el balance general es un documento en el que se registran los valores que representan los activos, pasivos y patrimonio total que tiene una organización de forma anual y nos permite tomar decisiones con respecto a las finanzas a de la empresa.

Tabla 47 Balance general

Activos	39.386,64
Activos corrientes	10.896,64
Caja	1500
Bancos	737,63
Inventario	\$626,87
Cuentas por cobrar	8.032,14

Activos tangibles	21410
Inmuebles	\$12.500

Pasivos	14.358,66
Corrientes	4.358,66
Largo plazo	10000

Patrimonio	25.027,98
-------------------	------------------

Equipos	\$800
Herramientas	\$300
Muebles de oficina	\$3.200
Equipo de computación	\$1.050
Suministro de oficinas	\$210
Depreciación	3350

Total, p+p	39.386,64
-------------------	-----------

Activos intangibles	7080
Gastos de constitución	860
Permisos legales de funcionamiento	540
Campaña de publicidad	2500
Estudio de pre factibilidad	2000
Amortización	1180

Fuente: elaboración propia

Periodo promedio de recuperación

Ecuación 6 Periodo promedio de recuperación

$$PPR = \frac{15 + 30 + 45 + 60}{4}$$

$$PPR = \frac{150}{4}$$

$$PPR = 37,50$$

Fuente: elaboración propia

Cuentas por cobrar

Ecuación 7 Cuentas por cobrar

$$CxC = \frac{\text{Ventas brutas}}{\text{año comercial}} * ppr$$

$$CxC = \frac{77.108,54}{360} * 37,50$$

$$CxC = 8.032,14$$

Fuente: elaboración propia

6.7 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (Tmar)

Según el autor (Barahona, 2021) se determina que el TMAR es la tasa mínima de rendimiento que se espera tener en todo proyecto empresarial para identificar con qué porcentaje se planea recuperar la inversión realizada dentro de las organizaciones.

Tabla 48 Tmar

Tmar	9,33%
Riesgo	0,0573
País	
Inflación	0,0360
Total	0,0933

Tmar2	12,93%
i+(f*2)	60,48%
Total	0,1293

Fuente: elaboración propia

Con fuentes de financiamiento

- Tasa mínima interna de retorno 1

Tabla 49 Tmar 1

Inv. Inicial	30.497,98	100%	1,00	Tmar	Ponderación
Capital propio	20.497,98	67%	0,6721	0,0933	0,0627
JEP	10000	33%	0,3279	0,1711	0,0561
					0,1188
					11,88%

Fuente: elaboración propia

- Tasa mínima interna de retorno 2

Tabla 50 Tmar 2

Inv. Inicial	30.497,98	100%	1,00	Tmar	Ponderación
Capital propio	20.497,98	67%	0,6721	0,1293	0,0869
JEP	10000	33%	0,3279	0,1711	0,0561
					0,1430
					14,30%

Fuente: elaboración propia

Análisis

Una vez obtenida la tasa interna mínima de retorno del centro deportivo se obtiene el resultado del 11,88%, lo que nos permite identificar que el porcentaje de recuperación del capital del emprendimiento es buena y llamativa para que los inversionistas estén dispuestos a invertir en el presente proyecto.

6.8 Evaluación del proyecto

Según el autor (Ramírez, 2019) en su investigación establece que la evaluación de un proyecto es el medio por el cual se puede examinar cual es el rendimiento que tiene una organización en el aspecto financiero, ya que en este estudio se consideran los principales indicadores financieros de liquidez, solvencia, endeudamiento y apalancamiento para posteriormente tomar las decisiones correctas con respecto a la empresa.

6.8.1 Presente

6.8.1.1 Indicadores de liquidez

Razón corriente

Calculo

Ecuación 8 Razón corriente

$$\text{Razón corriente} = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Razón corriente} = 10.896,64 / 4.358,66$$

$$\text{Razón corriente} = 2,50$$

Fuente: elaboración propia

Análisis

Mediante el cálculo de la razón corriente del emprendimiento se pudo determinar que por cada dólar de pasivo corriente se dispone de \$2,50 dólares de activo corriente.

Prueba acida

Calculo

Ecuación 9 Prueba acida

$$\text{Prueba acida} = \text{Activo Corriente} - \text{Inventario} / \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Prueba acida} = 10.896,64 - 626,87 / 4.358,66$$

$$\text{Prueba acida} = 2,36$$

Fuente: elaboración propia

Análisis

Se pudo determinar mediante el cálculo de la prueba acida que el emprendimiento por cada dólar de pasivo corriente dispone de \$2,36 dólares de dinero disponible.

6.8.1.2 Indicadores de solvencia

Solidez

Calculo

Ecuación 10 Solidez

$$\text{Solidez} = \text{Activo Total} / \text{Pasivo Total}$$

$$\text{Solidez} = 39.386,64 / 14.358,66$$

$$\text{Solidez} = 2,74$$

Fuente: elaboración propia

Análisis

Mediante los cálculos de la solidez del emprendimiento se pudo determinar que se por cada dólar de deuda se dispone de \$2,74 dólares para cubrir las mismas.

Estabilidad

Calculo

Ecuación 11 Estabilidad

$$\text{Estabilidad} = \text{Activo Fijo} / \text{Activo Largo Plazo}$$

$$\text{Estabilidad} = 21.410 / 7.080$$

$$\text{Estabilidad} = 3,02$$

Fuente: elaboración propia

Análisis

Según los cálculos desarrollados para determinar la estabilidad del emprendimiento se pudo determinar que por cada dólar que se dispone a largo plazo se tiene \$3,02 dólares para cubrirlos con activos fijos a corto plazo.

6.8.1.3 Indicadores de endeudamiento

Endeudamiento propio

Calculo

Ecuación 12 Endeudamiento propio

$$\text{Endeudamiento Propio} = \text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$$

$$\text{Endeudamiento Propio} = 14.358,66 / 39.386,64$$

$$\text{Endeudamiento Propio} = 0,36$$

Fuente: elaboración propia

Análisis

En base a los cálculos realizados se pudo determinar que la empresa se endeudo en un 37% con recursos propios para poder adquirir nuevos insumos y recursos para generar sus actividades económicas.

Endeudamiento corto plazo

Calculo

Ecuación 13 Endeudamiento corto plazo

$$\text{Endeudamiento Propio} = \text{Pasivo Corriente} / \text{Activo Total}$$

$$\text{Endeudamiento Propio} = 4.358,66 / 39.386,64$$

$$\text{Endeudamiento Propio} = 0,11$$

Fuente: elaboración propia

Análisis

Según los cálculos realizados se pudo determinar que del 100% de los recursos adquiridos por el emprendimiento se destinó el 11% para que sean adquiridos a corto plazo.

6.8.1.4 Apalancamiento

Apalancamiento operativo

Calculo

Ecuación 14 Apalancamiento operativo

$$\text{Apalancamiento Operativo} = \text{Ventas} - \text{Costos Ventas} / \text{UAII}$$

$$\text{Apalancamiento Operativo} = 73.762,75 / 47.453,04$$

$$\text{Apalancamiento Operativo} = 1,30$$

Fuente: elaboración propia

Análisis

En base a los resultados obtenidos se pudo determinar que se en base a la unidad, se puede aprovechar el rendimiento y productividad del emprendimiento en 0,30 puntos.

Apalancamiento financiero

Calculo

Ecuación 15 Apalancamiento financiero

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \text{UAI} / \text{UAI}$$

$$\text{Apalancamiento Financiero} = 47.453,04 / 55.827,11$$

$$\text{Apalancamiento Financiero} = 0,85$$

Fuente: elaboración propia

Análisis

En base a los resultados obtenidos se puede determinar que al ser menor de 1 no resulta atractivo y conveniente adquirir deuda financiera para aumentar la inversión y las utilidades del emprendimiento.

6.8.2 Futuro

6.8.2.1 Valor actual neto (VAN)

Según el autor (Rojas L. , 2022) en su investigación se establece que el VAN es un indicador financiero a largo plazo que nos permite identificar si los proyectos económicos van a tener rentabilidad o por el contrario registraran pérdidas durante los años que tenga vigencia el estudio financiero con el propósito de brindar un panorama del rendimiento del proyecto a posibles inversionistas.

Formula

Ecuación 16 VAN

$$VAN1 = -I_o + \frac{FNE1}{(I + 1)} + \frac{FNE2}{(I + 1)^2} + \frac{FNE3}{(I + 1)^3} + \frac{FNE4}{(I + 1)^4} + \frac{FNE5}{(I + 1)^5}$$

Fuente: elaboración propia

Dónde:

FNE: flujo neto efectivo

I: constante

I_o: inversión inicial

I: tmar1: 11,88% tmar2: 14,30%

Calculo VAN 1

Ecuación 17 Calculo VAN 1

$$VAN1 = -I_o + \frac{FNE1}{(I + 1)} + \frac{FNE2}{(I + 1)^2} + \frac{FNE3}{(I + 1)^3} + \frac{FNE4}{(I + 1)^4} + \frac{FNE5}{(I + 1)^5}$$

$$VAN1 = -30.497,98 + \frac{41.219,99}{(11,88\% + 1)} + \frac{43.496,47}{(11,88\% + 1)^2} + \frac{45.875,00}{(11,88\% + 1)^3} \\ + \frac{48.357,86}{(11,88\% + 1)^4} + \frac{50.969,03}{(11,88\% + 1)^5}$$

$$VAN1 = -30.497,98 + 36.842,71 + 34.748,93 + 32.757,23 + 30.863,27 \\ + 29.075,35$$

$$VAN1 = 133.789,50$$

Fuente: elaboración propia

Calculo VAN 2

Ecuación 18 Calculo VAN 2

$$VAN2 = -I_0 + \frac{FNE1}{(I+1)} + \frac{FNE2}{(I+1)^2} + \frac{FNE3}{(I+1)^3} + \frac{FNE4}{(I+1)^4} + \frac{FNE5}{(I+1)^5}$$

$$VAN1 = -30.497,98 + \frac{41.219,99}{(14,30\% + 1)} + \frac{43.496,47}{(14,30\% + 1)^2} + \frac{45.875,00}{(14,30\% + 1)^3} \\ + \frac{48.357,86}{(14,30\% + 1)^4} + \frac{50.969,03}{(14,30\% + 1)^5}$$

$$VAN2 = -30.497,98 + 36.062,80 + 34.013,34 + 31.385,06 + 28.944,46 \\ + 26.690,47$$

$$VAN2 = 126.598,15$$

Fuente: elaboración propia

Regla de decisión: $VAN \geq 0$

Análisis

Mediante los cálculos realizados para determinar el VAR del emprendimiento se pudo determinar que nuestra rentabilidad será de \$126.598,15, lo que nos da a conocer que el presente proyecto será rentable económicamente.

6.8.2.2 Tasa interna de retorno (TIR)

El autor (Chumacero, 2021) por su parte nos indica que el TIR es un indicador financiero que forma parte de un conjunto de herramientas que tienen como propósito determinar la rentabilidad neta de un proyecto para que un proyecto empresarial pueda ser analizado con mayor criterio en función de la conveniencia de buscar nuevos inversionistas.

Formula

Ecuación 19 TIR

$$TIR = Tmar1 + (Tmar2 - Tmar1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

Fuente: elaboración propia

Calculo

Ecuación 20 Calculo TIR

$$TIR = 11,88\% + (14,30\% - 11,88\%) \frac{133.789,50}{133.789,50 - 126.598,15}$$

$$TIR = 14,30\% * 18,60$$

$$TIR = 2,66\%$$

Fuente: elaboración propia

Regla de decisión: $TIR \geq Tmar$ Proyecto tasa ofrecida

Análisis

Mediante los cálculos realizados para determinar cuál será el TIR del emprendimiento, se pudo determinar que el resultado es del 2,66% que en comparación con el Tmar que es del 9,33% se puede determinar que el emprendimiento tiene una tasa de retorno a corto plazo menor, lo que posiblemente no sea atractiva para los inversionistas, pero de igual manera no generará pérdidas a los mismos.

6.8.2.3 Relación Beneficio – Costo (RB/C)

Según el autor (Bermúdez, 2021) se establece que la relación beneficio – costo es una herramienta financiera que nos permite identificar si los beneficios que se obtienen por cada dólar adquirido son mayores a los costos que se generan en un proyecto de inversión, para de esta manera determinar si un emprendimiento llega a ser rentable o no para posibles inversionistas externos.

Formula

Ecuación 21 Relación beneficio / costo

$$RB/C = \frac{\Sigma \text{Ingresos Brutos Proyectados}}{\Sigma \text{Costos Totales Proyectados}}$$

Fuente: elaboración propia

Calculo

Ecuación 22 Calculo relación beneficio / costo

$$RB/C = \frac{422.102,88}{72.225,24}$$

$$\frac{RB}{C} = 5,84$$

Fuente: elaboración propia

Regla de decisión: $RB/C = 1$

Análisis

Una vez obtenidos los resultados del cálculo de la relación del beneficio sobre el costo se puede determinar que por cada dólar de costo que el emprendimiento genere se tendrá un beneficio de %5,84 dólares puesto que resultado es mayor a la unidad.

6.8.2.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El autor (Grandez & Jaurigue, 2021) establece en su investigación que el periodo de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador financiero que nos permite identificar en que tiempo se puede recuperar la inversión inicial realizada para que en base a ese resultado los inversionistas o representantes de proyectos empresariales puedan determinar si el tiempo calculado es conveniente para el rendimiento de sus capitales o por el contrario no cumple con las expectativas de inversión considerando que el tiempo mínimo para que el proyecto sea llamativo debe ser menor a un año.

Fórmula

Ecuación 23 Periodo recuperación inversión

$$PRI = \frac{\text{Inversion Inicial}}{\frac{\sum FNE}{5 \text{ años}}}$$

Fuente: elaboración propia

Calculo

Ecuación 24 Calculo periodo recuperaci3n inversi3n

$$PRI = \frac{30.497,98}{\frac{229.918,35}{5 \text{ a\u00f1os}}}$$

$$PRI = 0,66$$

Fuente: elaboraci3n propia

Tabla transformaci3n

Tabla 51 Tabla de transformaci3n PRI

PRI: 0,66	0,66*12 meses	0,96*30 d\u00edas
0 a\u00f1os	7,96	28,8
	7 meses	28 d\u00edas

Fuente: elaboraci3n propia

Regla de decisi3n: $PRI \leq 5$

An\u00e1lisis

Mediante los c\u00e1lculos realizados para obtener el periodo de recuperaci3n de la inversi3n inicial del emprendimiento se pudo determinar que el tiempo previsto ser\u00e1 de 7 meses y 28 d\u00edas, lo que para los inversionistas puede resultar atractivo puesto que el tiempo ser\u00e1 menor al a\u00f1o.

6.8.3 An\u00e1lisis de sensibilidad

Según el autor (Riofrío, 2021) se establece que el análisis de sensibilidad corresponde a un proceso de análisis financiero en el que se toma como fuente principal de estudio los indicadores a largo plazo y sobre el mismo se procede a buscar un panorama de crecimiento positivo y uno negativo para determinar en qué cantidad varían los resultados, mismos que servirán para que los inversionistas o directores de proyectos establezcan si el rendimiento será óptimo o no.

Tabla de análisis

Tabla 52 Análisis de sensibilidad

Variaciones	Escenario optimista	Escenario real	Escenario pesimista
VAN	332.146,96	133.789,50	211.265,31
TIR	3,01%	2,66%	2,87%
RB/C	\$7,01	\$5,84	\$4,68
PRI	6 meses y 12 días.	7 meses y 28 días.	8 meses y 15 días.

Fuente: elaboración propia

Análisis

Se puede determinar según los resultados obtenidos en el análisis de sensibilidad que con una variación del 20% el escenario optimista para el cálculo del VAN será de 332.146,96, el TIR es de 3,01%, el RB/C es de \$7,01 y su PRI es de 6 meses y 12 días, a comparación del escenario pesimista que da un total de 211.265,31 para el VAN, el TIR es de 2,78%, el RB/C es de \$4,68 y su PRI es de 8 meses y 15 días,

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

Una vez concluido con el presente proyecto de emprendimiento se han podido conocer varios aspectos importantes con respecto al centro deportivo que permitirán que el mismo pueda tener un proceso de funcionamiento normal dentro del mercado de la ciudad de Ambato con perspectivas de crecimiento económico sostenibles y rentables a lo largo de los años, por lo que a continuación se darán a conocer las principales conclusiones obtenidas del estudio:

- El presente proyecto ha demostrado ser rentable económicamente puesto que todos los indicadores financieros de liquidez y solvencia han sido positivos, lo que permitirá tener un flujo constante de efectivo en la organización y de esta manera poder realizar estrategias de crecimiento empresarial.
- La inversión inicial necesaria prevista en el proyecto de emprendimiento según los resultados del indicador financiero PRI nos indica que el monto total será recuperado en un tiempo aproximado de 7 meses y 28 días, lo que representa un tiempo aceptable para la organización puesto que el tiempo mínimo que se prevé es de 2 años.
- Al ser un mercado que está en constante crecimiento y tiene una demanda que frecuente en gran cantidad los centros deportivos se determina que el emprendimiento ayudara a satisfacer las necesidades del mismo puesto que la cantidad de usuarios que usan este tipo de espacios según el estudio de mercado es mayor a la oferta que existe actualmente.

- En base a las proyecciones económicas y de mercado que se han realizado en el presente proyecto se ha determinado que el presente centro deportivo tendrá un crecimiento económico sostenido a lo largo de los 5 años que tiene como vigencia el presente estudio, lo que nos permite tener perspectivas a largo plazo para desarrollar estrategias de fortalecimiento de marca.
- Uno de los aspectos que más influirá directamente sobre el crecimiento del presente centro deportivo son los factores externos que en los últimos años han repercutido negativamente en el rendimiento de varios emprendimientos y empresas a nivel mundial que son los problemas sanitarios de carácter epidémico y/o pandémico y de igual manera la inseguridad asociada con organizaciones criminales del país.
- Para inicial las actividades económicas del presente centro deportivo se contarán con un total de 4 colaboradores que tendrán sus respectivas áreas de funcionamiento, mismas que nos servirán para controlar aspectos principales del emprendimiento, sin embargo, posteriormente se prevé realizar nuevas inclusiones en la plantilla organizacional.

7.2 Recomendaciones

Si bien el presente proyecto de emprendimiento se involucra principalmente en el mercado del alquiler de espacios deportivos, para poder mantener la competitividad del establecimiento es necesario tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- puesto que la competencia que existe en el presente entorno empresarial es muy fuerte y exigente, es necesario mantener los estándares de innovación actualizados puesto que es una de las formas que se tiene a disposición en las organizaciones para poder surgir en el mercado y generar ventajas competitivas que permitirán tener una mayor presencia dentro de la población.

- El emprendimiento al contar con un equipo de trabajo relativamente apropiado en términos de tamaño para lo que generalmente se puede encontrar en este tipo de empresas, es necesario también contar con asesorías por parte de personas que tienen mayor experiencia y conocimiento sobre este mercado además de mantener una constante capacitación para ser competitivos también a nivel organizacional y profesional.
- Es importante tener en cuenta que para el presente emprendimiento es necesario considerar que las proyecciones económicas que se han obtenido son en base a los datos financieros que hemos establecido en base a las fuentes de estudio, por lo tanto están en constante fluctuación por el variable entorno externo y de esta manera se debe proceder a tener un manejo económico del emprendimiento prudente y con una perspectiva de optimización constante, para poder acumular capital que servirá como fondo de emergencias y para futuras inversiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aucanshala, A. (2020). *Plan de marketing deportivo para fomentar la práctica del deporte en la comunidad Echaleche del cantón Ambato provincia de Tungurahua*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Barahona, D. (2021). Evaluación económica del efecto del suplemento Paylean® sobre el rendimiento de los cerdos de engorde en su etapa de finalización en la Escuela Agrícola Panamericana Zamorano. *Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano*, 15.
- Bermúdez, F. (2021). Análisis Financiero de Producción de Hortalizas en Sistemas de Agricultura con Alta Tecnología en Comparación con Sistemas de Producción Convencionales en Campo Abierto en el Centro de Bio-Sistemas de la UJTL. *Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano*, 5.
- Berrones, L. (2021). Costos operativos en el transporte de mercancía por carretera: el caso de los sistemas de construcción ligera en México. *Revista dirección y organización*, 5.
- Blanco, A., Vásquez, Á., Jiménez, R., & Melamed, E. (2020). Estructura organizacional como determinante competitivo en pequeñas y medianas empresas del sector alimentos. *Revista de ciencias sociales*, 5 - 6.
- Bracamonte, M. (2021). Técnicas de segmentación del mercado turístico gastronómico. Caso práctico. *Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle*, 20.
- Calderón, J. (2019). El punto de equilibrio y su relación con la utilidad bruta de la empresa ávila mantenimientos generales s.a.c. del distrito de chilca en el año 2018. *Universidad autónoma de Perú*, 25.
- Campoverde, R. (2018). Un análisis del mercado de pastas en el ecuador. *Revista Carácter*, 3.
- Cañibano, L. (2022). Contabilidad e intangibles:una visión actual. *Universidad autónoma de Madrid*, 6.

- Cárdenas, M., Ante, M., Chávez, C., Sancho, D., Pardo, D., & Bonilla, J. (2021). Canales de comercialización utilizados en Ecuador para productos industrializados del tomate. *Red universitaria internacional de ingeniería agroindustrial*, 4.
- Casanova, C., Nuñez, R., Navarrete, C., & Proaño, E. (2021). Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas. *Revista de ciencias sociales*, 7.
- Castrellón, X., Cuevas, G., & Calderón, R. (2021). La importancia de los estados financieros en la toma de decisiones financieras-contables. *Revista FAECO Sapiens*, 5.
- Catagña, W. (2021). Eficiencia de la distribución de espacio – layout en las PYMES Agrícolas de la provincia de Pichincha. *Universidad de las fuerzas armadas*, 31.
- Chomba, J., & Cotrina, J. (2021). Estructura de costos para mejorar la rentabilidad de la empresa innova cajamarca s.r.l., 2020. *Universidad privada Antonio Guillermo Urrelo*, 42.
- Chumacero, J. (2021). Técnicas para la evaluación de proyectos de inversión. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 5 - 6.
- Contreras, O., Pirazán, A., & Villareal, M. (2020). ¿Son la Misión y Visión Verdaderos Promotores de Ventaja Competitiva e Innovación? *Editorial Universitat Politècnica de València*, 5 - 6.
- Córdova, A., & Guerrero, D. (2019). *Infraestructura Deportiva En La Ciudad De Ambato Que Permita Mejorar Los Espacios Inadecuados Existentes Para El Deporte Amateur Y Aficionado*. Ambato: Universidad Técnica Indoamerica.
- Correa, E., & Raraz, R. (2019). Segmentación de Mercado por Estilo de Vida y su influencia en la Percepción de la Calidad de los usuarios del área de Enfermería de la Clínica Good Hope – 2019. *Universidad Peruana Unión*, 12.
- Delgado, J., León, J., & Bonilla, J. (2018). Medición de la misión empresarial usando análisis descriptivo. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 3.

- Díaz, V., & Ramírez, C. (2022). Metodología para establecer una alianza estratégica hotelera en el municipio de San Agustín - Huila. *Fundación Universidad de America*, 31.
- Díaz, Y., & Guaján, D. (2022). Proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de faenamamiento privado de bovinos y porcinos ubicado en la ciudad de cotacachi, provincia de imbabura. *Universidad técnica del norte*, 88.
- Escobar , M., & Escobar, R. (2018). Construcción y aplicación de un árbol de problemas transdisciplinar en práctica asistencial. *Ciencia y Salud*, 2.
- Flores, A., & Chang, V. (2020). Relación entre la demanda de transporte y el crecimiento económico: Análisis dinámico mediante el uso del modelo ARDL. *Asociación de cuadernos de economía*, 3.
- Garay, R., & Torres, K. (2020). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas . *Universidad privada del norte*, 10.
- González, B., Hernández, Y., & Rodríguez, M. (2021). Propuesta metodológica de diagnóstico de los sistemas dedistribución comercial enlas agencias de viajes. *Revista internacional de turismo, empresa y territorio*, 3.
- Grandez, J., & Jaurigue, S. (2021). Las herramientas de evaluación financiera en la viabilidad del proyecto de inversión de la empresa Agrumaq S.A.C – Lima 2020 - 2024. *Universidad tecnológica del Perú*, 14 - 15.
- Guamán, I. (2021). Análisis de las expectativas del consumidor de turismo en la etapa de desconfinamiento por COVID-19 de la ciudad de Quito. *Escuela Politécnica Nacional*, 8.
- Huilcapi, S., & Gallegos, D. (2020). Importancia del diagnóstico situacional de la empresa. *Revista Espacios*, 2.
- Jimenez, J. C., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Análisis del pronostico de las exportaciones de camaron en el Ecuador a partir del año 2019. *REMCA*, 3.
- Malhotra, N. (2019). *Investigación de mercados*. México D.F: Pearson Education .
- Martínez, R. (2020). Sobre el concepto de renta y del crecimiento de patrimonio. *Revista de Derecho Tributario Universidad de Concepción*, 10.

- Martínez, Z. (2020). determinación de la localización óptima a través del método de brown y gibson de la empresa yumi-kax. *10° foro virtual de agronegocios* (pág. 21). Irapuato: Division de las ciencias de la vida de la univestidad de Guanajuato.
- Meleán, R., & Torres, F. (2021). Gestión de costos en las cadenas productivas: reflexiones sobre su génesis. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 4 - 5.
- Mucha, L., Chamorro, R., Oseda, M., & Alania, R. (2020). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Revista de ciencias sociales y humanidades*, 2.
- Nazareno, I. (2020). Estudio de las estructuras organizacionales y su contribución a la sostenibilidad de las PYMES en Esmeraldas. *FIPCAEC*, 6.
- Ocampo, W., Huilcapi, N., & Cifuentes, F. (2019). La estructura organizacional en función del comportamiento del capital humano en las organizaciones. *Revista científica del mundo de la investigaciones y el conocimiento*, 6.
- Ore, H., Olortegui, E., & Ponce, D. (2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Revista Pakamuros*, 4.
- Ortiz, R., Bermúdez, V., & Torres, M. (2018). La actividad física de ocio como factor protector para la obesidad en la población adulta del área rural de Quingeo, Cuenca-Ecuador. *Universidad Simón Bolívar*, 3.
- Paredes , P., & Salinas , A. (2021). *Actividad física en la autoestima de los estudiantes universitarios de la carrera de pedagogía de la actividad física y deporte de la Universidad Técnica de Ambato durante el confinamiento*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Pelegrín, L. (2022). Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: Región Costa Sur Central de Cuba. *Revista de ciencias sociales*, 6.

- Quispe, D., & Valenzuela, P. (2020). El capital de trabajo y la solvencia en la empresa negociación ferretera carolina s.a.c. del distrito de pucusana, año 2019. *Universidad autónoma del Perú*, 13.
- Ramírez, J. (2019). *Evaluación financiera de proyectos con aplicaciones en excel*. Bogotá: UNIAGRARIA.
- Ramos, W., & Torres, D. (2021). Creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de overoles de trabajo elaborados con tela mezclilla, a través de un proyecto de emprendimiento en la provincia de Tungurahua de la ciudad de Ambato. *Universidad Técnica de Ambato*, 52.
- Riofrío, J. (2021). Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria en la ciudad de Ambato”. *Universidad técnica de Cotopaxi*, 65.
- Rojas, L. (2021). Proyecto de viabilidad de inversión Los Ocobos. *Repositorio abierto de la universidad de Cantabria*, 32.
- Rojas, L. (2022). Elaboración de un proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción de huevo deshidratado en el cantón Mejía. *Universidad Técnica de Ambato*, 17.
- Rojas, M., & Morgan, L. (2021). Control interno de los activos fijos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Josber Contratistas SAC de Moyobamba, años 2018-2019. *Universidad nacional de San Martín - Tarapoto*, 12 - 13.
- Scavone, G., Sanabria, V., & González, G. (2021). Análisis de la información contable sobre el rubro gastos del sector publico. *X Congreso de Administración del Centro de la República. VI Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. VII Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República* (pág. 25). Villa María: Acta académica.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan nacional del buen vivir*. Quito: Senplades.
- Sumba, R., Vinuesa, M., & Pibaque, T. (2021). Canales de distribución en las ventas de limón de los productores de la parroquia ayacucho, cantón santa ana, provincia de manabí. *Revista publicando*, 5.

Vélez, P., & Álava, A. (2021). Análisis de los canales de comercialización del brócoli en Ecuador . *Revista tecnológica ESPOL*, 6.

Yáñez, C. (2021). Estudio de factibilidad para instalar una planta productora de. *Universidad del Azuay*, 23.

ANEXOS

Los resultados estimados por el simulador son de carácter informativo y no constituyen una pre aprobación del crédito.

DETALLE DE CARGA FINANCIERA

Concepto	USD \$	Explicación en Términos Utilizados
Monto Financiado	\$ 10000.00	Es el monto de crédito otorgado.
Monto Liquidado	\$ 10000.00	Corresponde al monto de crédito desembolsado.
Intereses	\$ 1656.24	Equivale a la suma de intereses que paga el socio durante la vigencia de crédito.
Seguro de Desgravamen	\$ 104.85	Protección del Patrimonio del socio en caso de fallecimiento.
Total Carga Financiera	\$ 104.85	Es la suma total de los intereses más el Seguro de Desgravamen que paga el socio durante la vigencia del crédito.
Suma Total de Cuotas	\$ 11761.09	Está conformado por el monto del crédito más la carga financiera.

[Compartir](#)
[Twitter](#)

CreditoMIVIVIENDA
 CreditoPYMES
 Simulador de Créditos
 Crédito en línea
 Ahorros
 JEP Móvil

COSEDE
 CrediJEP InversionesJEP CajerosJEP TarjetasJEP GUIANegocios

21:31 23/11/2022

TASA DE INTERÉS

Concepto	%	Explicación en Términos Utilizados
Tasa Nominal	15.9 %	Es la Tasa de Interés Anual
Tasa Efectiva	17.11 %	Es la Tasa de Interés de la operación según el número de periodos de pago al año.
Del Costo de Financiamiento	18.28 %	Tasa resultante de la suma de todos los costos y gastos directos e indirectos relacionados al crédito a recibir.
Tasa máxima referencial del BCE	28.23 %	Es la tasa máxima activa efectiva permitida por el Banco Central del Ecuador por cada segmento de crédito.

Cuota No.	Abono Capital	Interés	Seguro Desg.-	Cuota	Saldo
1	416.67	132.50	8.39	557.56	10,000.00
2	416.67	126.98	8.04	551.69	9,583.33
3	416.67	121.46	7.69	545.82	9,166.66

[Compartir](#)
[Twitter](#)

CreditoMIVIVIENDA
 CreditoPYMES
 Simulador de Créditos
 Crédito en línea
 Ahorros
 JEP Móvil

COSEDE
 CrediJEP InversionesJEP CajerosJEP TarjetasJEP GUIANegocios

21:31 23/11/2022





