

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios.

TEMA: “Centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres”

AUTOR: Gorky Alejandro Revelo Pérez

TUTOR: Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuisa

AMBATO –ECUADOR

Octubre - 2017



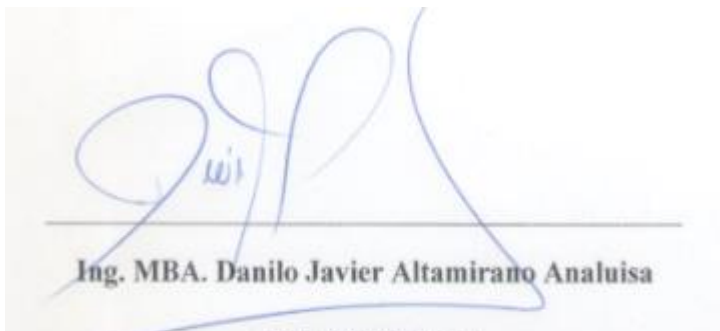
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuisa

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres**” presentado por **Gorky Alejandro Revelo Pérez** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de agosto de 2017



Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuisa
C.I. 180308692-3

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Gorky Alejandro Revelo Pérez**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográfica.



Gorky Alejandro Revelo Pérez

C.I. 180422579-3

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

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



Ing. Mg. Jorge Enrique Jordán Vaca

C.I. 180307976-1



Eco. Mg. Ángel Enrique Chico Frias

C.I. 180264582-8

Ambato, 12 de Octubre del 2017

DERECHOS DE AUTOR

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

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



Gorky Alejandro Revelo Pérez

C.I. 180422579-3

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento principalmente va dirigido a Dios por bendecirme durante esta larga trayectoria de estudios que me ha dado la fortaleza necesaria para afrontar cada problema presentado.

A la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas, especialmente a la Carrera de Marketing y Gestión de Negocios por su esmerada contribución en mi formación académica, al personal administrativo por su apoyo y compromiso.

Mi agradecimiento especial al Ing. Danilo Altamirano por el tiempo brindado para hacer de este proyecto algo alcanzable, por su ayuda y conocimientos.

Mis sinceros agradecimientos especialmente a mis Padres, hermanos y sobrinos y a mi Familia que ha sabido apoyarme y aconsejarme para nunca rendirme y alcanzar mis metas.

DEDICATORIA.

Este logro va dirigido a mis padres Gorki Eugenio Revelo y Lourdes Pérez por su esfuerzo, lucha constante y paciencia que han tenido conmigo, por su incansable don de consejo, muchas gracias por todo lo pesto en mi Dios les pague.

A mis hermanos y sobrinos por sus sabios consejos, por apoyarme siempre, por ser la alegría en mi vida y mi fortaleza para no decaer en los momentos difíciles, a las personas que me acompañaron en este duro camino y hoy ya no están.

INDÍCE GENERAL DE CONTENIDO

| | |
|---|------|
| APROBACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD..... | iii |
| APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO..... | iv |
| DERECHOS DE AUTOR | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| DEDICATORIA. | vii |
| INDÍCE GENERAL DE CONTENIDO..... | viii |
| CAPITULO I..... | 1 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.1. Definición del Problema | 1 |
| 1.1.1. Árbol de Problemas | 3 |
| 1.2. Análisis de problemas | 4 |
| 1.3. Matriz de involucrados..... | 4 |
| CAPITULO II | 6 |
| DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO..... | 6 |
| 2.1. Nombre del emprendimiento..... | 6 |
| 2.2. Localización geográfica del emprendimiento | 6 |
| 2.3. Justificación..... | 6 |
| 2.4. Objetivos | 10 |
| 2.4.1. Objetivo General | 10 |
| 2.4.2. Objetivos Específicos | 10 |
| 2.5. Beneficiarios | 10 |
| 2.1. Resultados a Alcanzar | 11 |
| CAPITULO III..... | 12 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 12 |
| 3.1. Descripción de producto, características..... | 12 |
| 3.2. Segmentación de mercado..... | 14 |
| 3.3. Estudio de la demanda | 29 |

| | | |
|-----------------------------|---|----|
| 3.3.1. | Estudio de la demanda en personas | 29 |
| 3.4. | Estudio de la oferta..... | 31 |
| 3.5. | Mercado potencial para el proyecto | 33 |
| 3.6. | Precio..... | 34 |
| 3.7. | Canales de comercialización (Difusión del Servicio) | 36 |
| 3.8. | Estrategias de comercialización | 39 |
| 3.8.1. | Análisis FODA | 39 |
| 3.8.2 | Matriz PCI (Perfil de Capacidad Interna)..... | 40 |
| 3.8.3. | Matriz PESTEL | 41 |
| 3.8.4. | Matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas) | 42 |
| 3.8.5. | Matriz FOFA-DODA | 44 |
| 3.8.6. | Plan de Acción 4C´s | 46 |
| CAPÍTULO IV | | 50 |
| ESTUDIO TÉCNICO | | 50 |
| 4.1. | Tamaño del emprendimiento..... | 50 |
| 4.1.1. | Factores determinantes | 50 |
| 4.1.2 | Tamaño óptimo..... | 52 |
| 4.2. | Localización | 53 |
| 4.2.1. | Localización Óptima | 53 |
| 4.2.2. | Macro localización | 55 |
| 4.2.3. | Micro localización | 55 |
| 4.3. | Ingeniería del proyecto..... | 56 |
| CAPITULO V | | 62 |
| ESTUDIO ORGANIZACIONAL..... | | 62 |
| 5.1. | Aspectos Generales | 62 |
| 5.2. | Diseño Organizacional | 63 |
| 5.2.1. | Niveles Jerárquicos..... | 63 |
| 5.2.2 | Misión..... | 65 |
| 5.2.3. | Visión | 66 |
| 5.2.4. | Valores..... | 66 |
| 5.3. | Estructura Organizativa..... | 67 |
| 5.4. | Estructura Funcional | 68 |

| | |
|---|-----|
| 5.1. Manual de Funciones | 68 |
| CAPITULO VI..... | 73 |
| ESTUDIO FINANCIERO | 73 |
| 6.1. Inversiones en activos tangibles..... | 73 |
| 6.2. Inversión en Activos Intangibles..... | 76 |
| 6.3. Inversiones en Activos Circulantes o capital de trabajo | 77 |
| 6.3.1. Activo corriente o circulante | 77 |
| 6.3.2. Pasivo Circulante..... | 81 |
| 6.3.3. Capital de Trabajo | 82 |
| 6.4. Resumen de Inversiones..... | 83 |
| 6.5. Financiamiento..... | 84 |
| 6.6. Plan de Inversiones | 85 |
| 6.7. Presupuesto de Costos..... | 85 |
| 6.7.1. Situación financiera actual | 90 |
| 6.7.2. Situación Financiera Proyectada | 92 |
| 6.7.3. Presupuesto de ingreso | 93 |
| 6.7.4. Estado de resultados proyectado | 94 |
| 6.7.5. Flujo de caja | 94 |
| 6.8. Punto de equilibrio | 95 |
| 6.8.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias..... | 96 |
| 6.8.2. Punto de equilibrio en personas..... | 97 |
| 6.8.3. Punto de equilibrio graficado | 98 |
| 6.9. Tasa de descuentos y criterios alternativos para la evaluación de proyectos..... | 98 |
| 6.9.1. Cálculo Tmar 1 sin financiamiento | 99 |
| 6.9.2. Cálculo Tmar2 sin financiamiento | 99 |
| 6.9.3. Cálculo Temar1 Global Mixto | 100 |
| 6.9.4. Cálculo Tmar2 global mixta..... | 101 |
| 6.10. Valor actual neto | 101 |
| 6.10.1. Calculo VAN1 | 102 |
| 6.11. Indicadores financieros..... | 103 |
| 6.11.1. Índice de solvencia | 103 |
| 6.11.2. Índice de liquidez | 103 |

| | |
|--|------------|
| 6.11.3. Índice de endeudamiento | 104 |
| 6.11.4. Índice de apalancamiento | 104 |
| 6.12. Relación Costo-beneficio | 105 |
| 6.13. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)..... | 106 |
| 6.14. Tasa interna de retorno (TIR)..... | 107 |
| 6.15. Análisis de sensibilidad..... | 108 |
| 6.15.1. Escenario optimista +20% | 108 |
| 6.15.2. Escenario pesimista -20%..... | 112 |
| 6.1. Cuadro de sensibilidad | 116 |
| CAPITULO VII | 117 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 117 |
| 7.1. Conclusiones | 117 |
| 7.2. Recomendaciones..... | 118 |
| CAPÍTULO VIII | 119 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS | 119 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Matriz de Involucrados | 4 |
| Tabla 2. Segmentación de Mercado | 15 |
| Tabla 3. Pregunta 1 | 17 |
| Tabla 4.Pregunta 2 | 18 |
| Tabla 5. Pregunta 3 | 19 |
| Tabla 6. Pregunta 4 | 20 |
| Tabla 7. Pregunta 5 | 21 |
| Tabla 8.Pregunta 6 | 22 |
| Tabla 9. Pregunta 7 | 23 |
| Tabla 10. Pregunta 8 | 24 |
| Tabla 11. Pregunta 9 | 25 |
| Tabla 12. Pregunta 10 | 26 |
| Tabla 13. Pregunta 11 | 27 |
| Tabla 14. Pregunta 12 | 28 |

| | |
|---|----|
| Tabla 15. Explicación demanda en personas | 29 |
| Tabla 16. Cálculo de la demanda en personas | 30 |
| Tabla 17. Oferta en personas..... | 32 |
| Tabla 18. Cálculo DPI..... | 33 |
| Tabla 19. Índice de precios de la competencia | 35 |
| Tabla 20. Cálculo de Precio | 35 |
| Tabla 21. Análisis FODA..... | 39 |
| Tabla 22. Escala de Calificaciones..... | 40 |
| Tabla 23. Ponderación matriz PCI | 40 |
| Tabla 24. Matriz PESTEL..... | 41 |
| Tabla 25. Escala de calificaciones | 42 |
| Tabla 26. Matriz POAM | 42 |
| Tabla 27. Matriz FOFA-DODA | 44 |
| Tabla 28. Plan de Acción Cliente..... | 46 |
| Tabla 29. Plan de Acción Coste | 47 |
| Tabla 30. Plan de Acción Conveniencia | 48 |
| Tabla 31. Plan de Acción Comunicación | 49 |
| Tabla 32. Demanda Potencial Insatisfecha | 51 |
| Tabla 33. Cálculo del DPI Real | 52 |
| Tabla 34. Localización Óptima..... | 53 |
| Tabla 35. Infraestructura | 57 |
| Tabla 36. Indumentaria Deportiva | 58 |
| Tabla 37. Equipamiento Deportivo..... | 58 |
| Tabla 38. Recurso Humano..... | 59 |
| Tabla 39. Muebles y Enseres | 59 |
| Tabla 40. Equipo de Cómputo | 60 |
| Tabla 41. Niveles Jerárquicos del Centro | 64 |
| Tabla 42. Matriz Axiológica | 66 |
| Tabla 43. Manual de Funciones Gerente General..... | 69 |
| Tabla 44. Manual de Funciones Jefe de Marketing | 70 |
| Tabla 45. Manual de Funciones Asesor Legal | 71 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 46. Manual de Funciones Entrenador Deportivo | 72 |
| Tabla 47. Precios Equipamiento Deportivo | 73 |
| Tabla 48. Precios Equipos de Computo | 74 |
| Tabla 49. Precios Muebles y Enseres..... | 74 |
| Tabla 50. Precios Equipo de Oficina..... | 75 |
| Tabla 51. Total de Activos Fijos | 75 |
| Tabla 52. Total Activo Diferido..... | 77 |
| Tabla 53. Inventario | 78 |
| Tabla 54. Total Activo Corriente | 81 |
| Tabla 55. Capital de Trabajo..... | 82 |
| Tabla 56. Financiamiento..... | 84 |
| Tabla 57. Comparación Instituciones Financieras | 84 |
| Tabla 58. Plan de Inversión..... | 85 |
| Tabla 59. Insumos Deportivos | 86 |
| Tabla 60. Mantenimiento Equipo de Computo | 87 |
| Tabla 61. Mano de Obra Directa..... | 87 |
| Tabla 62. Sueldos y Salarios Administración | 88 |
| Tabla 63. Total Costos Administrativos..... | 89 |
| Tabla 64. Balance General | 91 |
| Tabla 65. Balance General Proyectado | 92 |
| Tabla 66. Presupuesto de Ingresos Bruto | 93 |
| Tabla 67. Estado de Resultados Proyectado | 94 |
| Tabla 68. Flujo de Caja Neto | 95 |
| Tabla 69. Costos Fijos y Variables | 96 |
| Tabla 70. Tmar1 Mixta Global..... | 100 |
| Tabla 71. Tmar 2 Global Mixta..... | 101 |
| Tabla 72. Escenario Optimista +20% | 108 |
| Tabla 73. Escenario Pesimista -20% | 112 |
| Tabla 74. Cuadro de Sensibilidad | 116 |

INDICE DE GRAFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1. Árbol de Problemas..... | 3 |
| Gráfico 2. Pregunta 1 | 17 |
| Gráfico 3.Pregunta 2 | 18 |
| Gráfico 4. Pregunta 3 | 19 |
| Gráfico 5. Pregunta 4 | 20 |
| Gráfico 6. Pregunta5 | 21 |
| Gráfico 7. Pregunta 6 | 22 |
| Gráfico 8. Pregunta 7 | 23 |
| Gráfico 9. Pregunta 8 | 24 |
| Gráfico 10. Pregunta 9 | 25 |
| Gráfico 11. Pregunta 10 | 26 |
| Gráfico 12. Pregunta 11 | 27 |
| Gráfico 13. Pregunta 12 | 28 |
| Gráfico 14. Demanda en personas | 31 |
| Gráfico 15. Oferta histórica de escuelas de futbol de mujeres..... | 32 |
| Gráfico 16. Oferta en personas | 32 |
| Gráfico 17. Demanda Potencial Insatisfecha | 34 |
| Gráfico 18. Análisis de Precio | 36 |
| Gráfico 19. DPI Real..... | 53 |
| Gráfico 20. Localización Óptima..... | 54 |
| Gráfico 21. Macro localización..... | 55 |
| Gráfico 22. Micro localización | 56 |
| Gráfico 23. Canchas deportivas | 57 |
| Gráfico 24. Lay Out Oficina | 61 |
| Gráfico 25. Lay Out Cancha | 61 |
| Gráfico 26. Preguntas para formular la Misión..... | 65 |
| Gráfico 27. Organigrama Estructural..... | 67 |
| Gráfico 28. Organigrama Funcional | 68 |

Gráfico 29. Ingresos Brutos Anuales93
Gráfico 30. Punto de Equilibrio Graficado98

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de emprendimiento está dirigido a la creación del primer centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres en la ciudad de Ambato, ofreciendo espacios, equipamiento deportivo y personal apto para la formación de las mujeres de la ciudad en este deporte

Se realizó un análisis profundo y minucioso de los diferentes elementos fundamentales dentro de los proyectos de inversión, como es la estructura y composición del mercado en cual se desenvolverá el emprendimiento a través del trabajo de campo y encuestas aplicadas se determinó el tamaño real y las estrategias a aplicar para tener un gran impacto en el público objetivo.

Una vez culminada la investigación de campo y sus respectivos análisis, verificamos los valores primordiales para el centro como son el precio del servicio que estará establecido con respecto a la competencia, los índices financieros que ayudaron a verificar la situación inicial del emprendimiento y los evaluadores finales que pronostican rentabilidad en el tiempo para el centro.

Basado en los datos arrojados por el estudio del emprendimiento se cumplirá con la creación del Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres, creando así plazas de trabajo, y la apertura de un nuevo mercado en la ciudad y la identificación de un grupo considerable.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO, CENTRO DE FORMACIÓN, MUJERES, FÚTBOL.

ABSTRACT

The present project of entrepreneurship is directed to the creation of the first Center of Professional Training of Soccer Specialized in Women in the city of Ambato, offering spaces, sports equipment and suitable personnel for the formation of the women of the city in this sport

An in-depth and thorough analysis of the different fundamental elements of investment projects was carried out, such as the structure and composition of the market in which the entrepreneurship will be developed, in order to know their real size and the strategies to be applied in order to have a Great impact on the target audience.

Once the field research and its respective analyzes were completed, we verified the main values for the center such as the price of the service that will be established with respect to the competition, the financial indexes that helped to verify the initial situation of the enterprise and the final evaluators Which forecast profitability over time for the center.

Based on the data provided by the entrepreneurship study, the creation of the Specialized Vocational Training Center for Women will be carried out, thus creating workplaces and opening a new market in the city and identifying a considerable group.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, PROFESSIONAL CENTER, WOMEN, SOCCER.

CAPITULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del Problema

El fútbol dejó de ser un deporte exclusivo para hombres a partir del 23 de Marzo de 1985 cuando dos equipos compuestos de mujeres desafiaron las prohibiciones de la época y de este deporte, y disputaron en Londres el primer partido reconocido por la FIFA (Noriega, 2016), a nivel mundial tuvo varias controversias el periódico de Manchester pronosticó un futuro brillante para el fútbol femenino como una práctica saludable para la mujer, pero por otro lado periódicos como el Bristol Mercury mostraron su rechazo a la iniciativa afirmando que las mujeres no pueden y no podrán jugar al fútbol como debe ser jugado (Infante, 2014).

El fútbol en el Ecuador es un deporte que mueve masas, y con las nuevas tendencias internacionales el fútbol femenino ha tomado una gran fuerza, pero debido a la falta de escuelas formativas especializadas en Mujeres en el país y en especial en la Provincia de Tungurahua no se ha logrado explotar esta nueva ola deportiva.

Actualmente se identifica un crecimiento considerable del fútbol femenino, a nivel nacional, el país está mejorando sus niveles de participación y representación en campeonatos nacionales e internacionales, dejando atrás las verdaderas goleadas que las selecciones femeninas recibían en los torneos sudamericanos.

Hoy la realidad indica que se han acortado distancias y pese a la mala campaña realizada, en la primera participación de la selección en un campeonato mundial, el ex entrenador de la selección ecuatoriana de fútbol femenino, Msc. César Zambrano, mencionó que hubo pequeños logros como la obtención de un vice campeonato Bolivariano en Noviembre 2009, lo cual impulsa a que se siga dando apoyo al fútbol femenino en el país.

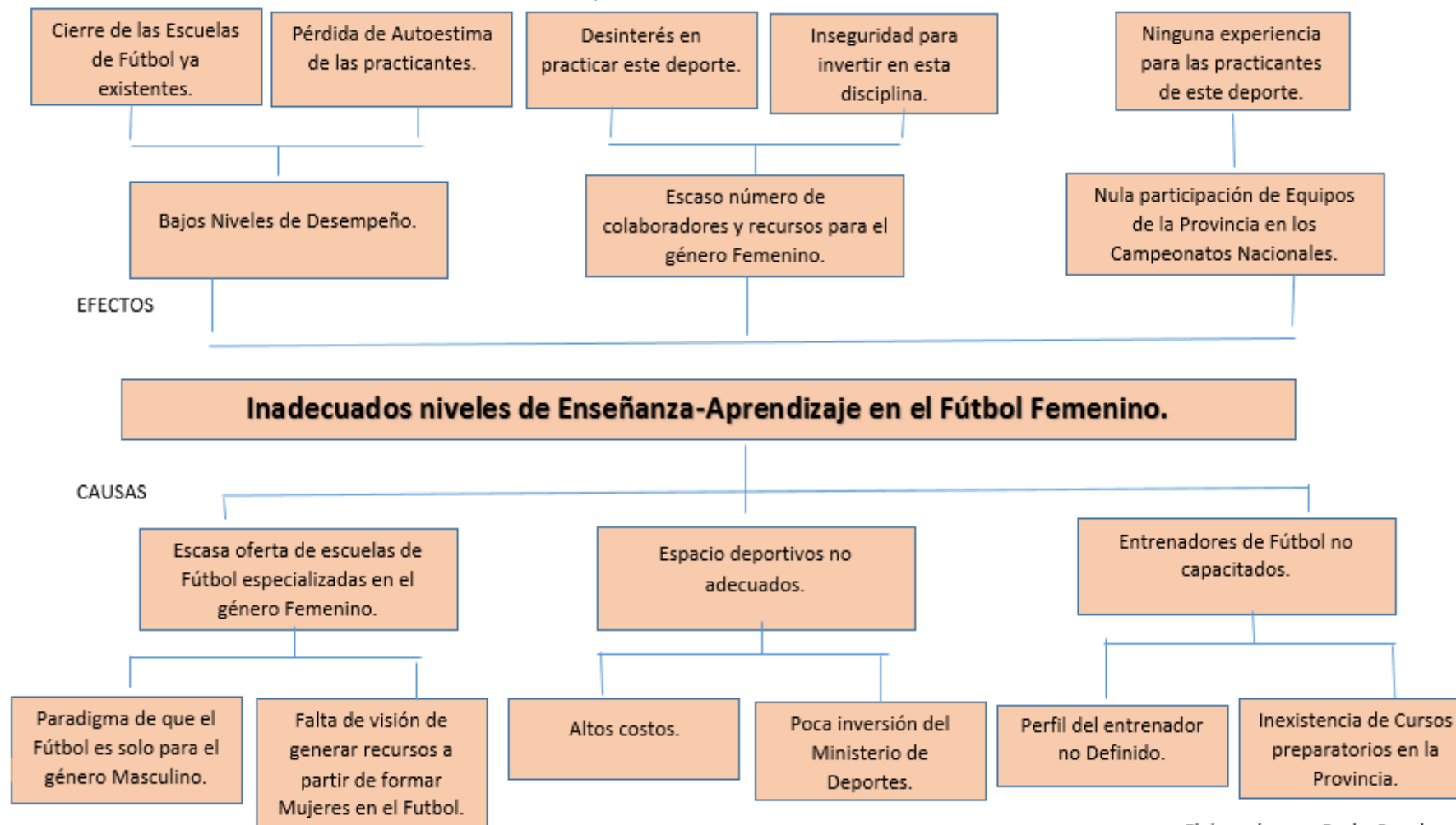
Pero el desaprovechamiento de esta nueva tendencia deportiva en el país según (Chávez, 2014), es debido a la inexistencia de un correcto proceso de enseñanza aprendizaje o una metodología adecuada para que las mujeres adquieran o puedan aprender las diferentes técnicas y tácticas necesarias para jugar al fútbol.

Esta realidad es observada en el trabajo específico en fundamentos técnicos y tácticos se evidencia en el desempeño de las jugadoras dentro del campo de juego constantemente (especialmente en las jóvenes que no tienen experiencia ni trabajo suficiente), por lo cual, es necesario iniciar procesos de formación en los cuales lo más importante es la aplicación metodológica de la enseñanza y aprendizaje direccionada a obtener resultados significativos en el desempeño de las jugadoras dentro y fuera del campo de juego.

Otro de los aspectos que ha frenado el desarrollo del deporte femenino es la escasa oferta de escuelas de fútbol especializadas en mujeres y las pocas escuelas que existen en la Provincia no cuentan con los espacios adecuados en donde se puedan desenvolver de una manera cómoda y segura.

1.1.1. Árbol de Problemas

Gráfico 1. Árbol de Problemas



Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Investigación de Campo

1.2. Análisis de problemas

La escasa oferta de escuelas de fútbol especializadas en mujeres en la Provincia de Tungurahua se genera debido a que primeramente, se piensa que este es un deporte exclusivo para hombres por lo cual no se ve en esto una idea de negocio sustentable y viable.

Y las escuelas ya existentes que pretenden incluir a las mujeres en este deporte, lo realizan de una manera inadecuada, los espacios físicos que ofrecen no brindan seguridad y comodidad a las mujeres para hacer la actividad deportiva, otro de los errores cometidos son la falta de capacitación y muchas veces títulos apropiados para brindar un servicio de calidad.

1.3. Matriz de involucrados

El análisis de involucrados consiste en identificar los diferentes intereses, capacidades y necesidades de los grupos afectados para el proyecto de inversión. Para luego usar dichas diferencias en la definición de problemas, análisis de objetivos y selección de alternativas (Hernandez, 2015)

Tabla 1. Matriz de Involucrados

| GRUPOS | INTERESES | PROBLEMAS PERCIBIDOS | RECURSOS Y MANDATOS |
|----------------|--|---|---|
| 1. Emprendedor | Crear Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres | Escasa oferta de escuelas de futbol especializada en Mujeres Espacios no adecuados para la formación deportiva de Mujeres. | -Constitución de la República Art.81-"El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los y las deportistas en competencias nacionales e internacionales |

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>2. Deportistas (Mujeres)</p> | <p>Realizar deporte bajo el control de entrenadores capacitados y en un espacio adecuado.</p> | <p>Entrenadores sin un título o preparación adecuada</p> | <p>-Ley de Cultura Física, Deportes y Recreación No.2005-7</p> <p>Art.4- esta ley garantiza el efectivo ejercicio de los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, transparencia, planificación y evaluación, así como la universalidad, accesibilidad, equidad regional, social, económica, cultural, de género, estaría, sin discriminación alguna.</p> |
| <p>3. Proveedores</p> | <p>Proporcionar los insumos adecuados para una correcta formación deportiva.</p> | <p>Altos costos en insumos deportivos.</p> | <p>-Ley de Defensa del Consumidor y su reglamento.</p> <p>Art. 4. "Derechos del consumidor.- 2. "Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, óptima calidad, y a elegirlos con libertad"</p> <p>5. Derecho a un trato transparente. Equitativo, y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso, y medida.</p> |

a). Alternativas de Solución

- ✓ Crear un Centro de Formación Profesional de Fútbol especializada en Mujeres bajo el control de entrenadores capacitados.
- ✓ Ofrecer espacios adecuados en donde las mujeres puedan desenvolver la práctica deportiva de una manera cómoda y segura.
- ✓ Fomentar la práctica de este deporte a través de la realización de campeonatos Provinciales.

CAPITULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1.Nombre del emprendimiento

“Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres”

2.2.Localización geográfica del emprendimiento

Para la realización de este proyecto se ha determinado a la ciudad de Ambato como el lugar idóneo para su iniciación ya que se puede aprovechar que dispone de un gran público amante al futbol y con un apoyo provincial al deporte y la cultura.

2.3.Justificación

El presente proyecto tiene como finalidad la Implementación de un Centro de Formación Profesional de Fútbol especializada en Mujeres, servicio que se basa en ofrecer entrenadores con títulos formativos y alta capacitación así como espacios adecuados para mujeres, satisfaciendo así la necesidad de un grupo pequeño pero significativo en la provincia.

En la actualidad el Fútbol es uno de los deportes de mayor popularidad y mayor evolución, por esto ofrece una gran oportunidad de jugarlo de una manera profesional en el Ecuador y en el exterior, pero esta posibilidad en el Futbol Femenil no ha sido vista por ninguno de los involucrados ya sea las Deportistas, Entrenadores ni por directivos de equipos profesionales.

Para referirse a este tema es importante señalar la definición de socialización deportiva. Se trata de la práctica social y cultural que se da desde el nacimiento, cuando la persona se convierte en receptora de habilidades, conocimientos, creencias y costumbres del medio social relacionados con el deporte. Este término y otros factores determinan la motivación que tiene una mujer para relacionarse en la práctica deportiva. Se puede encontrar los factores personales donde se desarrollan la autoestima física al igual que las actitudes y las motivaciones. En la autoestima física se desarrolla la valoración que una mujer genera en cuanto a su habilidad física y a su apariencia física. Esto servirá como motivación para la continuidad de la práctica deportiva (Torre, 2014)

Por otro lado, en las actitudes se refiere al interés y gusto propio que se fue generando a lo largo de la práctica deportiva de su preferencia. Se puede considerar los factores sociales como determinantes. Entre ellos se encuentra el círculo cercano (familiares y amigos) de las mujeres. Dentro de esas relaciones se puede considerar los hábitos familiares que son adquiridos de hermanos, padre o madre (Ubidia, 2016)

Caso ecuatoriano

En el Ecuador, solo 12% de las mujeres ecuatorianas realizan deporte según datos recopilados por el INEC-UNIFEM-CONAMU (Ordóñez, 2010). La práctica del fútbol por parte de mujeres en el Ecuador no es nueva, pero el torneo de fútbol femenino lleva solo cinco años de existencia (2013-2017). En un principio se creó por iniciativa de la F.E.F, el Ministerio del Deporte y la Comisión Nacional de Fútbol Aficionado (CONFA) con una inversión de 189.198 mil dólares y con la participación de 16 equipos pertenecientes a nueve provincias del país. El ministro entonces, José Francisco Cevallos, expresó que “es una muestra más de la transformación del fútbol ecuatoriano y “por qué no soñar en llegar a un Mundial femenino. Ustedes ya son ejemplo de muchos niños y jóvenes. Podemos llegar lejos, tengan esa frase siempre en la mente”. En la actualidad el certamen es organizado por la Comisión Nacional de Fútbol Aficionado (CONFA) y cuenta con una inversión de 315.000 dólares por parte del Ministerio del Deporte. Se juega en dos categorías A y B con la participación de 12 equipos en cada una.

Dentro del fútbol, los prejuicios de la sociedad se acentúan. Las mujeres hoy en día deben involucrarse en una práctica deportiva adecuada y con colaboradores y recursos propicios para un correcto desenvolvimiento y formación. (Miño, 2014), “Cuando las mujeres practican este deporte el único peligro que corren es atreverse a ser diferentes al no cumplir con las normas establecidas por la sociedad”. (Samaniego, 2015), “Lo que debería existir es un empoderamiento de las mujeres. Si las mujeres demuestran en un espacio público su talento y destreza física es algo que no te puedes avergonzar. Uno de los temas en el espacio del fútbol es la orientación sexual. Una mujer no debería reaccionar al cuestionamiento de su orientación sexual porque el problema no está en lo que le digan, el problema está en que la sociedad piensa que otra orientación sexual está mal”.

Para (Idrovo, 2014)

“En las escuelas de futbol de la ciudad de Ambato, los entrenadores de futbol no poseen una preparación académica profesional, por lo que los deportistas de las escuelas de futbol no desarrollan fundamentos técnico - tácticos adecuados, esto tiene que ver con el desarrollo de destrezas, habilidades y capacidades que cada futbolista debe desarrollar siempre y cuando al frente este un profesional graduado académicamente como un entrenador profesional, para ejercer su profesión de manera eficiente, evidente y eficaz, logrando los objetivos y metas que se plantea cuando se hace cargo de una responsabilidad como lo es la formación de futbolistas que sean semilleros de los clubes profesionales de la ciudad de Ambato.”

Según (Tanquino, 2015)

“Los directivos de los clubes no se fijan el perfil profesional de los entrenadores, por lo que los entrenadores de futbol no transmiten fundamentos teóricos- prácticos a sus pupilos, esto quiere decir que se contrata a personas que no poseen un perfil profesional para ser entrenadores, sino que se dejan llevar por la trayectoria deportiva como jugador profesional en algunos casos y en otros por haber seguido un curso de entrenador, por lo que estas personas no están en la capacidad de transmitir los fundamentos del futbol de una manera teórica-practica como si lo haría quien se formó como un profesional académicamente dentro de una Institución de Educación Superior.”

En la Provincia de Tungurahua específicamente en la ciudad de Ambato son pocas las escuelas dirigidas a mujeres, y las existentes no manejan un concepto de Marketing Deportivo adecuado para promover la participación de más mujeres en este deporte y promover la asistencia y atención prestada a este tipo de eventos. Según (Campos, 2014), el Marketing Deportivo es un conjunto de estrategias dirigidas a la comercialización de productos o servicios dentro de un contexto deportivo.

Finalmente este proyecto impulsa ofrece un servicio dirigido exclusivamente para mujeres, aplicando las bases de un Marketing deportivo con el fin de promover:

- Estrategias competitivas de Marketing para promover el interés y participación de mujeres en programas de actividad físico-deportivas.
- Estrategias competitivas de Marketing para incentivar la venta de otros productos relacionados al deporte (patrocinios y promociones).
- Estrategias competitivas de Marketing para promover la asistencia y atención prestada a espectáculos y eventos deportivos.

ZONAL

Para la realización de este proyecto se ha determinado a la ciudad de Ambato como el lugar idóneo para su iniciación ya que se puede aprovechar que dispone de un gran público amante al fútbol y con un apoyo provincial al deporte y la cultura.

LEGAL

El proyecto de crear El Centro de Formación Profesional de Fútbol especializada en Mujeres se encuentra enlazado con el Plan Nacional del Buen Vivir

(SENPLADES, Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, 2017) Aporta que:

“la Matriz Productiva es una herramienta de ayuda para crear nuevas empresas, productos; los desafíos actuales deben orientar a la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos –financieros y no -financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional. Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos. Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, en función del potencial endógeno territorial, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias.”

2.4.Objetivos

2.4.1. Objetivo General

Crear el Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres en la Provincia de Tungurahua Cantón Ambato.

2.4.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercado mediante el análisis de la oferta y demanda con el fin de diseñar estrategias comerciales competitivas.
- Establecer la viabilidad técnica de la creación del Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres a través del estudio de localización, tamaño e ingeniería del proyecto.
- Plantear un diseño organización enfocado a la administración por resultados.
- Evaluar el aspecto económico-financiero del proyecto por medio de la determinación de ingresos, gastos, inversión y de la aplicación de índices financieros el VAN y el TIR.

2.5.Beneficiarios

Los beneficiarios directos de este servicio son las mujeres de la ciudad y provincia, ya que van a poder incluirse en actividades deportivas evitando así primeramente la discriminación y el cambio de mentalidad de los padres y de las personas en general de que el futbol es un deporte exclusivo para hombres además se evitaran actividades de ocio y el uso de sustancias toxicológicas. Además los padres de familia podrán tener una opción para actividades extracurriculares de sus hijos que incluyan actividades físicas acordes a su edad y en lugares propicios para realizarlas.

Por ultimo quien se va a involucrar y beneficiar de este proyecto son los diferentes negocios tanto de elaboración de balones como de uniformes y demás insumos deportivos convirtiéndose proveedores de los implementos necesarios para un entrenamiento deportivo adecuado.

2.1.Resultados a Alcanzar

- Impulsar la creación de fuentes de generación de recursos económicos tanto para el promotor proyecto como para entrenadores y proveedores de la Provincia.
- Definir el mercado potencial de Mujeres interesadas en practicar el Fútbol en la Provincia.
- Determinar el punto de ingreso óptimo para que el Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres pueda seguir operando sin ningún problema.
- Ofrecer una opción a los padres de familia para que las mujeres desempeñen actividades extracurriculares basadas en ejercicios físicos acordes a su edad y en lugares adecuados.

CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO

3.1.Descripción de producto, características

Centros Formativos de Fútbol

Los Centros Formativos de Fútbol son escuelas especializadas en instruir y educar tanto a niños como a jóvenes en un deporte en específico en este caso es el Fútbol, en varios aspectos que son considerados fundamentales para los entrenadores en la actualidad como son la técnica, la táctica, agilidad, resistencia y velocidad.

Para (Torrelles & Frattarola, 2012)

“La pasión deportiva puede llegar a representar ingresos sin límites. Pero dentro de este mundo del deporte existe una palabra mágica que despierta las mayores posibilidades y es fútbol, así es, el deporte rey o fútbol es el número uno en todo el mundo y esto es aplicable también a los negocios que genera como publicidad, transferencias de jugadores y campeonatos mundiales.”

La reciente creación de numerosas escuelas de fútbol alrededor de toda la Provincia de Tungurahua y en especial en la ciudad de Ambato, no es más que la constatación de que existe la necesidad de este tipo de entidades, sin embargo su simple aparición no resulta suficiente para solucionar los problemas que se diagnosticaron anteriormente, es imprescindible que reúnan las características necesarias para poder dar solución a todos los aspectos que intervienen en la formación de jóvenes futbolistas.

Por ello la idea básica consiste en la conformación de un Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en mujeres a quienes se les impartiría clases teórico-prácticas en espacios deportivos adecuados y con personal altamente capacitado en formación femenina.

Características

El Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en mujeres contara con varios diferenciadores que lo harán destacarse, sobresalir con una posición de prestigio, para ello se emplearan métodos técnicos de enseñanza según lo recomiendan manuales

de entrenamiento así como los mejores entrenadores a nivel regional y mundial, teniendo un enfoque en las necesidades de las estudiantes dependiendo al nivel al que pertenezcan.

Temas que se aplicarán

- **Estado físico**
 - Calentamiento
 - Flexibilidad
 - Fuerza
 - Entrenamiento polimétrico
- **Enseñanza técnica**
 - Pases
 - Driblar
 - Tiro al arco
 - Cabeceo
 - Protección de balón
- **Enseñanza de estrategias**
 - Fundamentos de fútbol
 - Estilos de fútbol
 - Sistemas de fútbol
 - Jugadas a balón detenido
 - Análisis de partidos
- **Ética y reglas del fútbol**
 - Juego limpio
 - Reglamento
 - Faltas
- **Salud**
 - Dieta
 - Lesiones deportivas
 - Manejo emergencias médicas

3.2.Segmentación de mercado

La segmentación de mercados es un proceso o una herramienta del Marketing que consiste en dividir el mercado total de un producto o servicio en grupos más pequeños con la característica de homogeneidad definida. (Carrillo, 2012)

Según (Bonta & Farber, 2014) definen a un segmento del mercado como “aquella parte del mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarla claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas”

Así que se podría decir que la segmentación de un mercado es conocer de una manera real a los supuestos consumidores de un producto o servicio.

a) POBLACIÓN

Población o universo, es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cabe recalcar que si se conoce el número de personas que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita. Esa diferenciación es importantes cuando se estudia una parte y no toda la población, pues la fórmula para calcular el número de individuos de la muestra con la que se trabajara variara en funciones de estos dos tipos (Gallego, Isern, & Segura, 2015)

La población es el conjunto de personas o individuos que tienen características y propiedades que conciernen a un sector determinado, mismo que serán tratados o estudiados en función de las necesidades de una investigación estadística o datos porcentuales. Para este proyecto se utilizara la fórmula de la población finita debido que se conocen los datos.

Tabla 2. Segmentación de Mercado

| VARIABLES DE SEGMENTACIÓN | VARIABLE | DATO | FUENTE |
|---------------------------|--|----------------------|---|
| Geográfica | Población Femenina del Ecuador. | 8'087.914 habitantes | INEC REVISTA VIRTUAL (COUNTRYMETERS) |
| Geográfica | Población Femenina de Tungurahua | 259800 habitantes | INEC FASCÍCULO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA |
| Geográfica | Población Femenina de Ambato. | 170026 habitantes | INEC FASCÍCULO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA |
| Demográfica | Población Femenina de Ambato en edades entre 10-24 años. | 66310 habitantes | INEC FASCÍCULO PROVINCIAL DE TUNGURAHUA |
| Psicográfica | Porcentaje de Mujeres que realizan deporte 16% | 10610 habitantes | INEC REVISTA VIRTUAL (COUNTRYMETERS) |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Revista INEC

Para el proyecto de emprendimiento se considerará como mercado meta a la población femenina de Ambato de edades comprendidas entre 10 a 24 años que es un total de 10610 habitantes.

b) MUESTRA

La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, misma muestra ha de ser representativa de la población. Para que sea representativa, se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión y sobretodo, se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas (Gallego, Isern, & Segura, 2015)

La muestra es un grupo de personas que van a ser objetos de estudio por sus características similares que permitan identificar generalidades o situaciones de una parte representativa de la población.

MÉTODOS

Existen dos grandes métodos de muestreo probabilístico y no probabilístico, el muestreo no probabilístico es costoso además este no tiene la certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos; mientras que el muestreo probabilístico se basan en el principio de equiprobabilidad, es decir aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra, y consiguientemente todas las posibles muestras de tamaño n tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Solo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables (Ramos Ángel, 2015)

CÁLCULO DE LA MUESTRA

Ecuación 1. Muestra

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{0.05^2 * (N - 1) + e^2 * p * q}$$

n= tamaño muestra

z= nivel de confianza 95%= 1.96

p= variabilidad positiva 80

q= variabilidad negativa 20

N= tamaño de la población 10610

e= error 0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 10610 * 0.80 * 0.20}{0.05^2 * (10610 - 1) + 0.05^2 * 0.80 * 0.20}$$

$$n = \frac{6521,50}{26,52}$$

$$n = 246$$

Hay que tener en cuenta que para el cálculo de la muestra se utilizó p como una proporción de la población que poseen una misma característica de estudio en este caso el gusto por el fútbol, por ello se estimó en 80% y para q es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir $1-p$.

La muestra es de 246 personas, es decir que se realizara 246 encuestas dirigidas hacia los padres de familia del grupo anteriormente especificado y se tomara el número correspondiente de encuestas válidas.

c) RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Pregunta 1. ¿Su hija practica algún deporte actualmente?

Tabla 3. Pregunta 1

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| SI | 211 | 9125 | 86% |
| NO | 35 | 1485 | 14% |
| TOTAL | 246 | 10610 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 2. Pregunta 1



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: existe un mayor número de padres de familia que afirman que sus hijas practican algún tipo de deporte, mientras que un porcentaje bajo dijo que sus hijas no practican deporte o desconocen lo que hacen en su tiempo libre.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo del proyecto, al 86% de los padres de familia aseguran que sus hijas practican algún deporte, mientras que el 14% restante no practican ningún tipo de deporte.

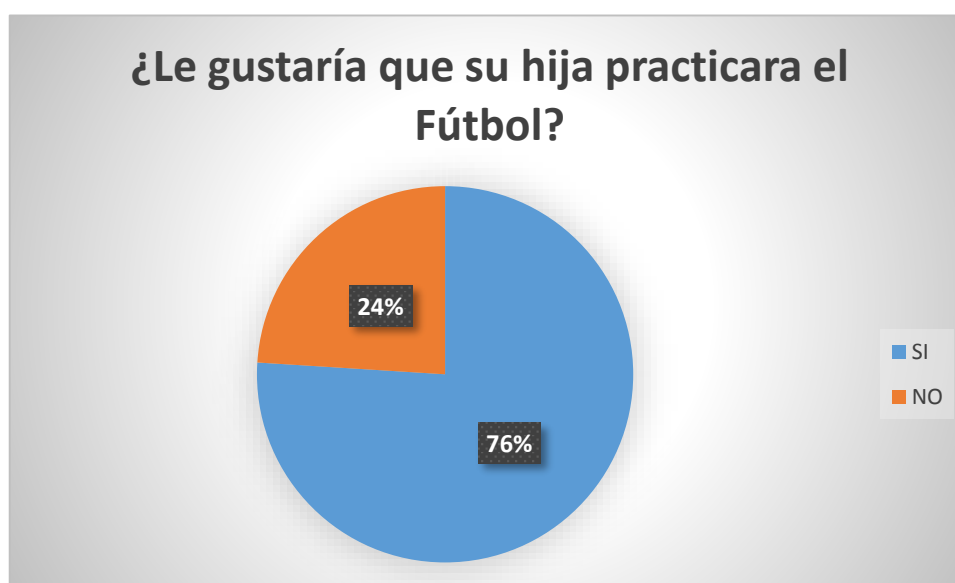
Pregunta 2. ¿Le gustaría que su hija practicara el Fútbol?

Tabla 4.Pregunta 2

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| SI | 186 | 8064 | 76% |
| NO | 60 | 2546 | 24% |
| TOTAL | 246 | 10610 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 3.Pregunta 2



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: existe un porcentaje alto de padres de familia que les gustaría que sus hijas practiquen el fútbol, teniendo así la aceptación del este nuevo servicio en el mercado; mientras un pequeño porcentaje pero significativo dijo lo contrario.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo, el 76% de padres afirman que si les gustaría que sus hijas practiquen el fútbol; mientras que el 24% de los mismos dicen que no les gustaría.

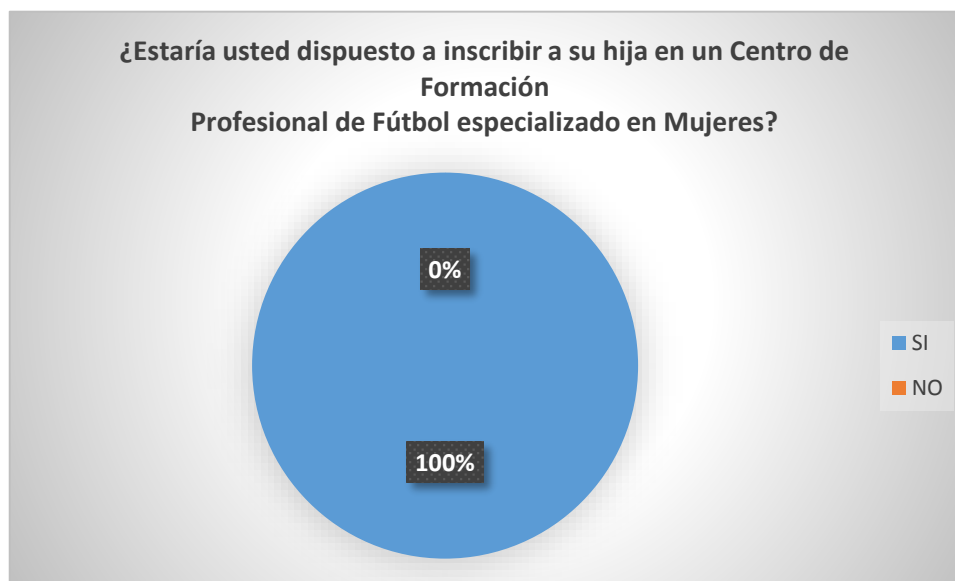
Pregunta 3. ¿Estaría usted dispuesto a inscribir a su hija en un Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres?

Tabla 5. Pregunta 3

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| SI | 186 | 8064 | 100% |
| NO | 0 | 0 | 0% |
| TOTAL | 186 | 8064 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 4. Pregunta 3



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: existe un porcentaje total de padres de familia que les gustaría inscribir a sus hijas en un Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres, teniendo así la aceptación del este nuevo servicio en el mercado; cabe recalcar que se tomara a partir de esta pregunta la muestra de 186 padres que afirmaron que les gustaría que sus hijas practiquen futbol.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo, el 100% de padres afirman que les gustaría inscribir a sus hijas en un Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres.

Pregunta 4. ¿Qué días preferiría que se realicen las prácticas de Fútbol en este Centro?

Tabla 6. Pregunta 4

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|-------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| Lunes-Miércoles-Viernes | 82 | 3548 | 44% |
| Martes-Jueves-Viernes | 65 | 2822 | 35% |
| Jueves-Viernes-Sábado | 39 | 1693 | 21% |
| TOTAL | 186 | 8064 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 5. Pregunta 4



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: existe un mayor porcentaje de padres de familia que prefieren que el Centro funcione los días Lunes, Miércoles y Viernes, por lo que sería aconsejable que los días de entrenamiento se fijen en los anteriores para captar el mayor número de asistentes al centro.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo, el 44% de los padres de familia preferirían que los días de entrenamiento sean los días Lunes-Miércoles-Viernes, mientras que un 35%

preferirían los días Martes-Jueves-Viernes y por ultimo un 21% decidieron por los días Jueves-Viernes-Sábado.

Pregunta 5. ¿En qué horario se facilitaría la asistencia de su hija al Centro de Formación Futbolística?

Tabla 7. Pregunta 5

Elaborado por: Gorky Revelo

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|----------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| En la Mañana de 9h00-11h00 | 23 | 968 | 12% |
| En la Tarde de 15h00-1700 | 101 | 4355 | 54% |
| En la Noche de 18h00-20h00 | 62 | 2742 | 34% |
| TOTAL | 186 | 8064 | 100% |

Gráfico 6. Pregunta5



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: existe un mayor porcentaje de padres de familia que prefieren que el Centro funcione en un horario por la tarde de 15h00-17h00, debido a que la mayoría de chicas estudian en la mañana, por lo que sería aconsejable que los días de entrenamiento se fijen esta jornada para facilitar la asistencia de las estudiantes al centro.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo, el 54% de los padres de familia preferirían una jornada de entrenamiento en la tarde de 15h00-17h00, mientras que un 34% preferirían un horario

en la noche de 18h00-20h00 y por ultimo un 12% decidieron por un horario en la mañana de 9h00-11h00.

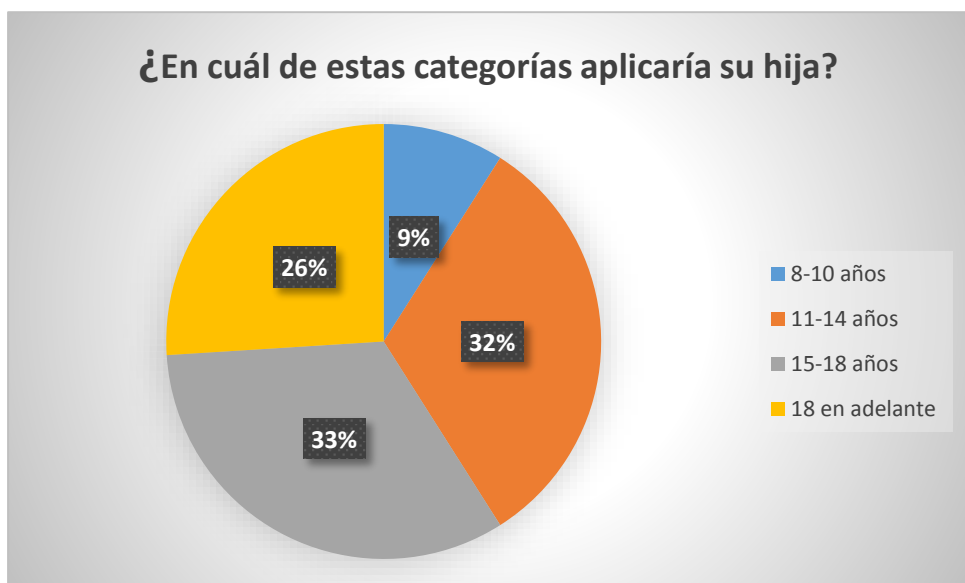
Pregunta 6. ¿En Cuál de estas categorías aplicaría su hija?

Tabla 8.Pregunta 6

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|----------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| 8-10 años | 16 | 726 | 9% |
| 11-14 años | 59 | 2580 | 32% |
| 15-18 años | 62 | 2661 | 33% |
| 18 en adelante | 49 | 2097 | 26% |
| TOTAL | 186 | 8064 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 7. Pregunta 6



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: existe un mayor porcentaje de mujeres que aplicarían entre la edad de 15-18 años y un porcentaje bajo en las edades de 8-10 años, por lo que se realizaría las actividades en el Centro con mujeres de 10 años en adelante.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo, el 33% de las chicas aplicarían a una categoría de 15-18 años, un 32% aplicarían a una de 11-14 años, un 26% lo haría en la categoría de 18 años en adelante, mientras que un pequeño 9% lo haría en la categoría de 8-10 años.

Pregunta 7. ¿Cuáles competencias le gustaría que su hija desarrolle en el Centro?

Tabla 9. Pregunta 7

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|--------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| Agilidad | 53 | 2339 | 29% |
| Velocidad | 63 | 2742 | 34% |
| Flexibilidad | 44 | 1855 | 23% |
| Fuerza | 26 | 1129 | 14% |
| TOTAL | 186 | 8064 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 8. Pregunta 7



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: que los padres prefieren un entrenamiento basado en obtener una mayor agilidad y velocidad, por lo que los entrenadores del centro tendrán como pilas de las prácticas este tipo de fundamentos.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo, el 34% de los padres prefieren que se genere competencias en velocidad, el 29% prefieren que se genere agilidad, el 23% que se adquiera flexibilidad y el 14% que se genere fuerza.

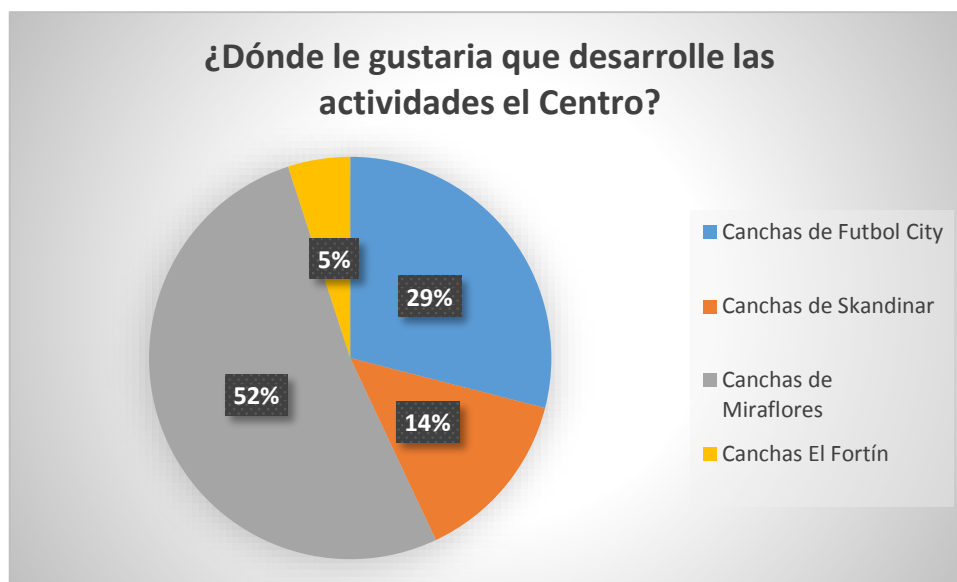
Pregunta 8. ¿Dónde le gustaría que desarrolle las actividades el Centro?

Tabla 10. Pregunta 8

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| Canchas de Futbol City | 54 | 2339 | 29% |
| Canchas de Skandinair | 26 | 1129 | 14% |
| Canchas de Miraflores | 96 | 4193 | 52% |
| Canchas El Fortín | 10 | 403 | 5% |
| TOTAL | 186 | 8064 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 9. Pregunta 8



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: que los padres prefieren en un mayor porcentaje que las actividades del centro se realicen en el sector de Miraflores Urbanización Villa Bélgica. Los Nardos y Jazmines debido a la cercanía del lugar y al adecuado espacio de la canchas para el desenvolvimiento correcto de sus hijas.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo, el 52% de los padres prefieren que se realice los entrenamientos en el sector de Miraflores, el 29% aseguró que le gustaría que sus hijas practiquen en las canchas de Futbol City, el 14% que se realicen los entrenamientos en las canchas Skandinar y un 5% en el sector del Fortín

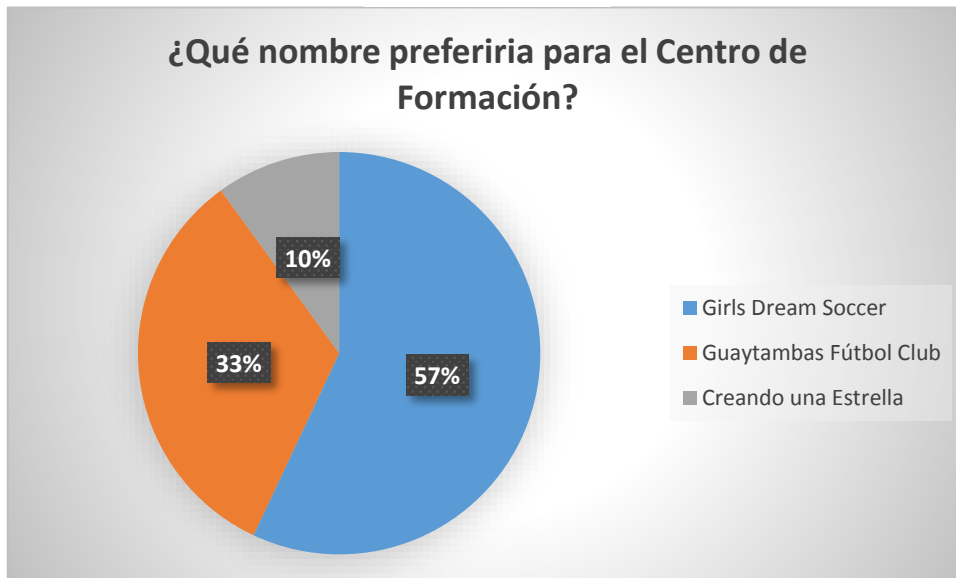
Pregunta 9. ¿Qué nombre preferiría para el Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres?

Tabla 11. Pregunta 9

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| Girls Dream Soccer | 106 | 4596 | 57% |
| Guaytambas Fútbol Club | 62 | 2661 | 33% |
| Creando una Estrella | 18 | 806 | 10% |
| TOTAL | 186 | 8064 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 10. Pregunta 9



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: que los padres prefieren el nombre Girls Dream Soccer, por lo cual se tomara en cuenta este aspecto para determinar el nombre final del Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo, el 57% de los encuestados decidieron el nombre de Girls Dream Soccer, un 33% eligió el nombre Guaytambas Fútbol Club y un 10% se pronunció por el nombre Creando una Estrella.

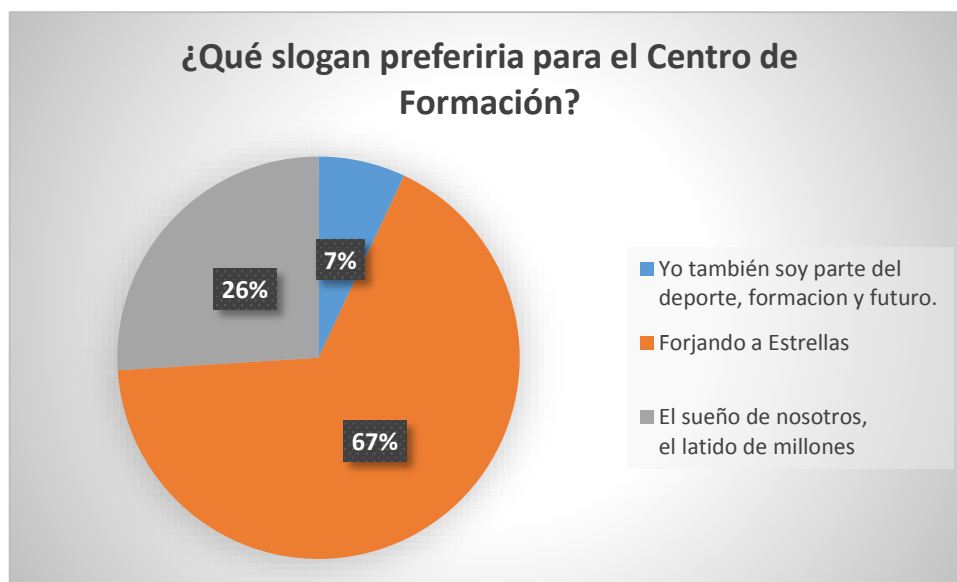
Pregunta 10. ¿Qué slogan preferiría para el Centro Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres?

Tabla 12. Pregunta 10

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|---|---------------------|-----------------------------|--------------|
| Yo también soy parte del deporte, formación y futuro. | 12 | 564 | 7% |
| Forjando a Estrellas | 124 | 5403 | 67% |
| El sueño de nosotros, el latido de millones | 50 | 2097 | 26% |
| TOTAL | 186 | 8064 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 11. Pregunta 10



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: que los padres prefieren un eslogan con pocas palabras y entendible como es el de Forjando a Estrellas, a que es fácil de pronunciar y memorizar, además hace énfasis al grupo al que va dedicado el proyecto.

Interpretación

Del 100% del mercado objetivo, el 67% de los encuestados decidieron el slogan de Forjando a Estrellas, un 26% eligió el slogan El sueño de nosotros, el latido de millones y un 7% se pronunció por el slogan Yo también soy parte del deporte, formación y futuro.

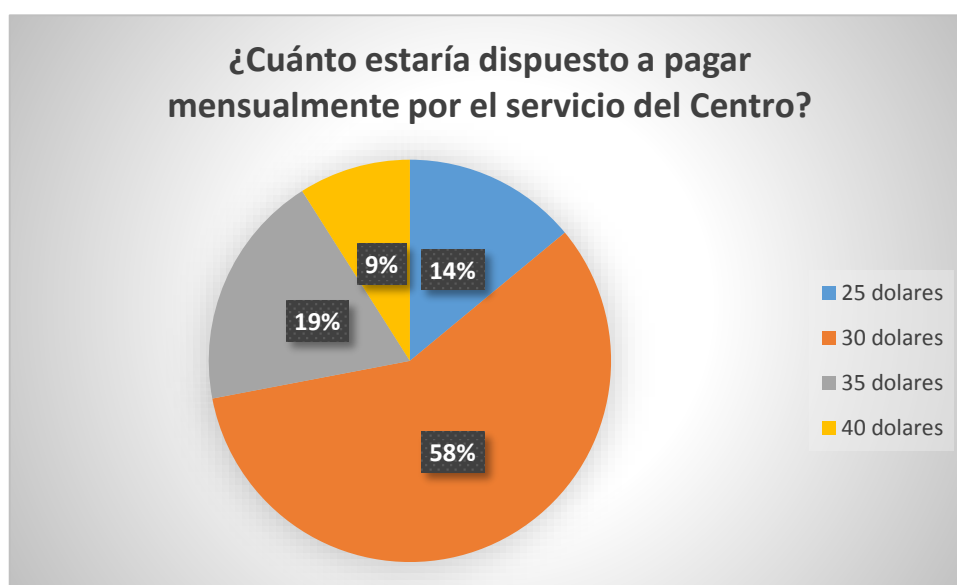
Pregunta 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio del Centro de Formación Futbolística?

Tabla 13. Pregunta 11

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| 25 dólares | 26 | 1129 | 14% |
| 30 dólares | 106 | 4677 | 58% |
| 35 dólares | 36 | 1532 | 19% |
| 40 dólares | 16 | 726 | 9% |
| TOTAL | 184 | 8064 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 12. Pregunta 11



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: que los padres prefieren en su gran mayoría pagar una mensualidad alrededor de los 30 dólares, ya que un servicio de este tipo se encuentra en este precio y los encuestados afirmaron que desean tener una mejor calidad que de servicios prestados por otras instituciones.

Interpretación

Del 100% de encuestados, el 58% se inclinó por el pago de una mensualidad de 30 dólares, el 19% determino que pagaría alrededor de los 35 dólares, el 14% afirmo que pagaría 25 dólares y por último el 9% de padres pagaría una mensualidad de 40 dólares.

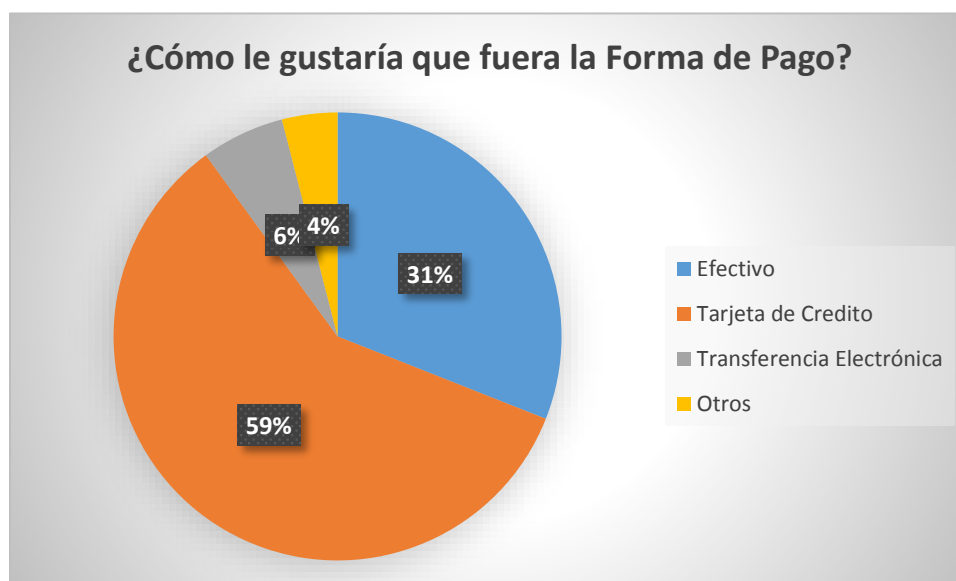
Pregunta 12. ¿Cómo le gustaría que fuera la Forma de Pago?

Tabla 14. Pregunta 12

| RESPUESTAS | FRECUENCIA MUESTRAL | FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO | PORCENTAJE % |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| Efectivo | 57 | 2500 | 31% |
| Tarjeta de Crédito | 109 | 4758 | 59% |
| Transferencia Electrónica | 12 | 484 | 6% |
| Otros | 8 | 323 | 4% |
| TOTAL | 186 | 8064 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 13. Pregunta 12



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Según los resultados se obtiene: que los padres prefieren en mayor porcentaje el pago a través de una tarjeta de crédito debido a la facilidad que ofrecen los bancos al diferir y otros servicios brindados por ese tipo de entidades, por lo que sería aconsejable aperturar esta forma de pago.

Interpretación

Del 100% de encuestados, el 59% se inclinó por el pago a través de una tarjeta de crédito, el 31% lo realizaría en efectivo, un 6 % lo haría a través de una transferencia electrónica y el 4% restante lo haría a través de otros en este caso especificaron que por medio de cheques.

3.3. Estudio de la demanda

La demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y están condicionadas con los recursos disponibles del comprador y los estilos de Marketing recibidos. Dado que el estudio de la demanda supone un estudio cuantitativo del mercado, se puede definir la demanda de un producto como el volumen total que sería obtenido del mencionado producto por un grupo de compradores determinado, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados. (Casado, 2014)

De esta manera se puede concluir que la demanda es la disponibilidad de la capacidad adquisitiva del cliente y los esfuerzos de estrategias y venta de la empresa para determinar la participación cuantitativa de ambas partes y además identificar el entorno competitivo.

3.3.1. Estudio de la demanda en personas

a) Explicación

Este valor periódico se obtiene a través de la totalidad del mercado meta para el año 2017 establecido anteriormente:

Tabla 15. Explicación demanda en personas

| * (1) | * (2) | * (3) | * (4) |
|--------------|---------------------|---------------------------------|----------------------------|
| Año | Mercado Meta | Porcentaje de Aceptación | Demanda de personas |
| 2017 | 10610 | 76% | 8064 |

*** (1).** Es el año de proyección establecido

*** (2).** Mercado Meta Proyectado al año 2017

*** (3).** Porcentaje de aceptación

Este porcentaje se obtiene específicamente de la información tabulada de la encuesta, enfocada en la pregunta 2 en la que se obtiene lo siguiente: en la que 186 personas es decir el 76% encuestado dieron una respuesta positiva a la siguiente interrogante:

¿Le gustaría que su hija practicara el Fútbol?

*(4). Este valor se obtiene al multiplicar el mercado meta proyectado (10610) por el porcentaje de aceptación (76%).

b) Cálculo

Tabla 16. Cálculo de la demanda en personas

| Año | Demanda en personas | TCP |
|------|---------------------|-------|
| 2017 | 8064 | 1,56% |
| 2018 | 8190 | 126 |
| 2019 | 8318 | 128 |
| 2020 | 8447 | 130 |
| 2021 | 8579 | 132 |
| 2022 | 8713 | 134 |

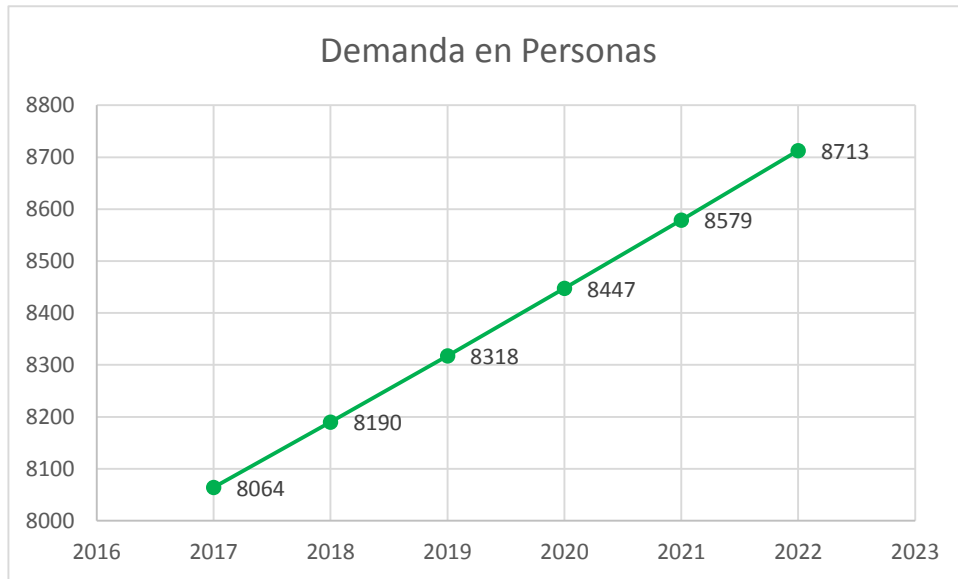
Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: INEC

Para realizar la demanda proyectada se toma como tasa de crecimiento poblacional 1,54%, establecida por el INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos), en la provincia de Tungurahua.

Para obtener la demanda proyectada en personas se realizó en base al crecimiento poblacional que en Junio de 2017 fue de 1,54%, el mismo que se multiplica por la demanda en personas y se sumara al siguiente hasta obtener el ultimo.

Gráfico 14. Demanda en personas



Análisis

Una vez realizado los cálculos correspondientes entre el porcentaje de aceptación del servicio y el mercado meta del año 2017, se puede decir que 8064 personas están dispuestas a ingresar a sus hijas en un Centro de Formación de Fútbol, con espacios adecuados para mujeres y con entrenadores altamente capacitados; mientras que después de la proyección de la tasa de crecimiento poblacional para el año 2022 se tiene una demanda de 8713 personas.

3.4. Estudio de la oferta

Oferta es la cantidad de un bien que los productores u oferentes están dispuestos o preparados a llevar al mercado de acuerdo a los recursos o precios que pueden alcanzar en un momento dado (Ferrer Anderson, 2015)

La oferta es la capacidad de productos que pueden ofrecer o poner a la venta las Empresas hacia sus demandantes o clientes con el fin de influir en la decisión de compra de los clientes.

a) Explicación

Para el cálculo de la oferta se realizara una recolección de datos históricos de las escuelas que ofertan este servicio a mujeres en la ciudad, lo que nos hemos fijado en 4 escuelas de futbol en funcionamiento en la Ambato.

Gráfico 15. Oferta histórica de escuelas de fútbol de mujeres

| Oferta Histórica de Escuelas de Fútbol de Mujeres | | | | | | |
|---|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Escuelas de Fútbol | Años de Funcionamiento | Alumnas 2013 | Alumnas 2014 | Alumnas 2015 | Alumnas 2016 | Alumnas 2017 |
| Soccer Girls | 3 | | | 43 | 48 | 50 |
| Escuela del 10 | 4 | | 23 | 31 | 38 | 41 |
| K`chis Fc | 2 | | | | 23 | 25 |
| F.D.T | 7 | 86 | 92 | 119 | 143 | 162 |
| | TOTAL | 86 | 115 | 193 | 252 | 278 |

Elaborado por: Gorky Revelo

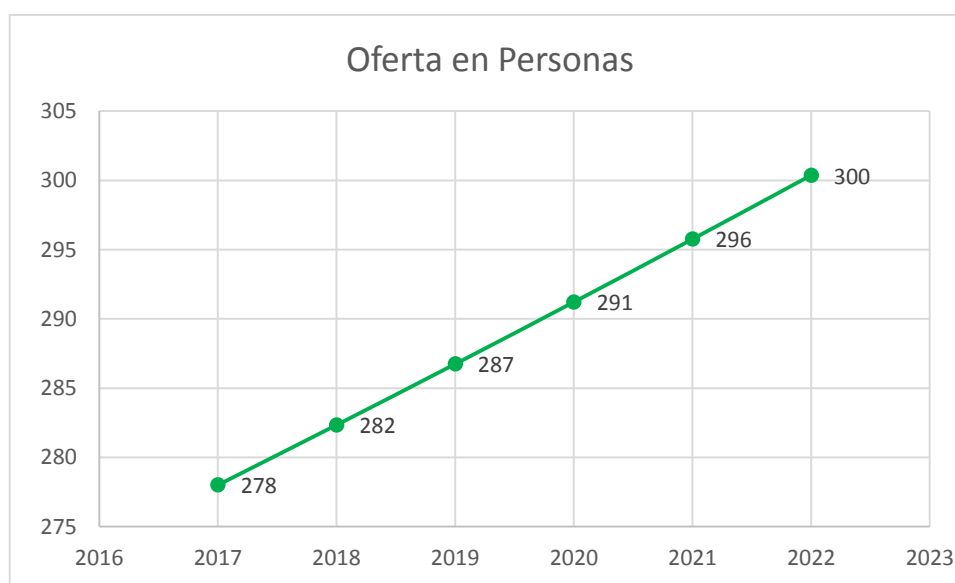
b) Cálculo

Tabla 17. Oferta en personas

| Año | Oferta en personas | TCP |
|------|--------------------|-------|
| 2017 | 278 | 1,56% |
| 2018 | 282 | 4 |
| 2019 | 287 | 4 |
| 2020 | 291 | 4 |
| 2021 | 296 | 5 |
| 2022 | 300 | 5 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Gráfico 16. Oferta en personas



Elaborado por: Gorky Revelo

Análisis

Después de realizar los cálculos apropiados a partir de la oferta de escuela en funcionamiento de la ciudad se determinó que existe una oferta para este año de 278 mujeres que practican el deporte en estas instituciones, y se pronostica que para el año 2022 exista un peño incremento estableciendo a 300.

3.5. Mercado potencial para el proyecto

El mercado potencial insatisfecho es el número de personas en el mercado que una organización, empresa podrá cubrir en el futuro a través de una oferta de productos y servicios pero con el objetivo que satisfagan los gustos y necesidades, además que el mercado competitivo no influya en los datos estimados (Stern Louis, 2013)

a) Explicación

La demanda potencial insatisfecha se obtiene al calcular mediante una resta de la demanda de personas con la oferta de personas.

$$\text{DPI} = \text{Demanda de productos} - \text{Oferta de productos}$$

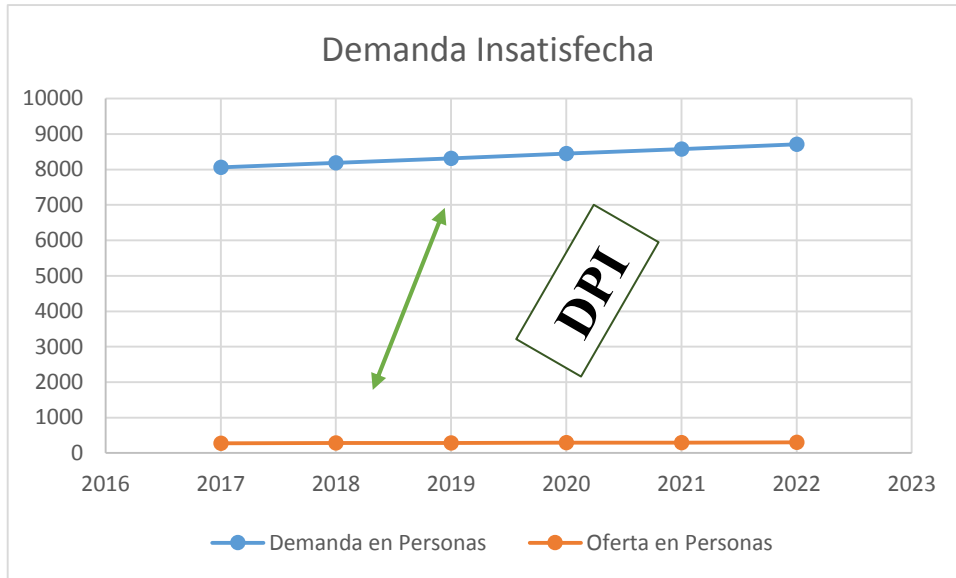
b) Cálculo

Tabla 18. Cálculo DPI

| Año | Demanda de personas | Oferta de personas | DPI |
|------------|----------------------------|---------------------------|------------|
| 2017 | 8064 | 278 | 7786 |
| 2018 | 8190 | 282 | 7908 |
| 2019 | 8318 | 287 | 8031 |
| 2020 | 8447 | 291 | 8156 |
| 2021 | 8579 | 296 | 8283 |
| 2022 | 8713 | 300 | 8413 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Investigación propia

Gráfico 17. Demanda Potencial Insatisfecha



Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Análisis

Posterior a los cálculos realizados se puede determinar una gran demanda insatisfecha en la ciudad de Ambato debido a que las escuelas existentes no ofrecen un servicio de calidad y óptimo para el desarrollo de mujeres en este deporte por lo que se estima que existe aproximadamente 8000 personas interesadas en practicar este deporte.

3.6.Precio

El precio desde un punto de vista enteramente del marketing es el dinero u otras disposiciones ya sean bienes o servicios que se intercambian para hacer uso de un determinado bien o servicio (Kerin & Berkowitz, 2012), así mismo se puede decir que el precio es aquello que se entrega a cambio de la adquisición de un bien o servicio, también es el tiempo perdido mientras se espera por adquirirlos (Charles, Joseph, & Carl, 2013).

El precio es la expresión de valor que tienen un bien o servicio, que es manifestado en términos monetarios u otros elementos que puedan utilizarse como cambio o de utilidad, que un comprador debe pagar a un vendedor para hacerse de ese producto o servicio.

a) Explicación

Para realizar el cálculo del precio se toma en cuenta de igual forma los datos de la encuesta, pregunta 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio del Centro de Formación Futbolística?; aparte se estudiara los precios de la competencia para realizar una comparación y fijar un precio adecuado para el servicio que brindara el centro. A continuación la lista de las escuelas que ofrecen entrenamiento para mujeres y sus precios:

Tabla 19. Índice de precios de la competencia

| ESCUELAS DE FÚTBOL | Precio Inscripción | Precio Mensual | Precio Total |
|---------------------------|---------------------------|-----------------------|---------------------|
| Soccer Girls | \$35,00 | \$35,00 | \$70,00 |
| Escuela del 10 | \$40,00 | \$30,00 | \$70,00 |
| K`chis Fc | \$22,00 | \$25,00 | \$47,00 |
| F.D.T | \$0,00 | \$25,00 | \$25,00 |

b) Cálculo

Tabla 20. Cálculo de Precio

| Año | Precio | Inflación |
|------------|---------------|------------------|
| 2017 | \$30,00 | 1,12% |
| 2018 | \$30,34 | \$0,34 |
| 2019 | \$30,68 | \$0,34 |
| 2020 | \$31,02 | \$0,34 |
| 2021 | \$31,37 | \$0,35 |
| 2022 | \$31,72 | \$0,35 |

Gráfico 18. Análisis de Precio



Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Análisis

El precio inicial del 2017 para la mensualidad del Centro de Formación de Fútbol será de 30\$, tomando como referencia la tasa de inflación del año 2016 siendo este del 1.12%, con una proyección de precios de para el año 2022 de \$32 aproximadamente; con un mínimo incremento de \$2 dólares con relación al precio inicial.

3.7. Canales de comercialización (Difusión del Servicio)

Los canales de comercialización pueden ser considerados como el conjunto de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo. (Stern Louis, 2013)

Los canales de comercialización son el medio por el cual los diferentes productos llegan a los clientes, esto se puede dar por la aplicación de varias estrategias de marketing, además es indispensable realizar actividades promocionales para que los productos lleguen de mejor manera al cliente.

Los medios de comercialización son de gran importancia por el hecho de ser el medio por el cual los diferentes productos y servicios llegan a consumidor, los medios más importantes para este emprendimiento son el internet y la radio, porque los productos a

ofertar son dirigidos a un mercado meta joven para ello es le internet pero a su vez también es dirigido para los padres de las chicas interesadas en formar parte del Centro.

Internet

El internet en la actualidad es el medio más usado por las empresas a nivel nacional e internacional para vender sus diversos productos, las empresas visionarias con esto intentan mejorar su competitividad, pero a la vez es un medio con características especiales por ser un nuevo escenario así por ejemplo: la gran cantidad de empresas que tienen presencia en internet y los usuarios que visitan los diferentes sitios web.

La mercadotecnia tiene un papel de importancia dentro del mundo de los negocios y mucho más para el éxito de un emprendimiento en internet. El internet es un medio tan frio pero ayuda a recordar que las actividades de marketing son realizadas por personas que tienen sentimientos, emociones y saben pensar, por esta razón no hay que olvidar que al otro lado de una maquina existe otro humano (Ramírez Myrian, 2015)

Los elementos más usados en internet son:

- ✓ Chats
- ✓ Foros
- ✓ Banners y botones
- ✓ Contenido
- ✓ E- mail marketing
- ✓ Boletines

Se recalca que este medio utiliza un sistema de actividades enfocado al mismo mix de marketing.

Ventajas

- ✓ Acceso especialmente por jóvenes
- ✓ Es de bajo costo
- ✓ Alto grado de segmentación
- ✓ Su difusión es a nivel mundial

Desventajas

- ✓ Falta de penetración en Latinoamérica
- ✓ Correos no deseados y spam molestan a los lectores
- ✓ Alta competitividad

Radio

La radio en la actualidad constituye un medio de gran importancia porque después del internet es el medio más usado por la audiencia, el cual sirve o ayuda a las empresas para realizar promociones de los diferentes productos y servicios con el objeto de posicionarse en el mercado.

Publicar en la radio constituye una ventaja de bajo costo con gran audiencia, pero cabe recalcar que no todo llega a las personas adecuadas, pero se diferencia de la televisión y prensa por su costo.

Además de recordar que la radio tiene su perfil, existiendo una variedad de perfiles de programación que va desde música tropical hasta música clásica. Las perspectivas del medio está en el mayor uso de del medio en forma estratégica con la cual este medio busca captar segmentación de audiencia en las diferentes regiones así también como mayor rentabilidad de alternativas comerciales para el utilización del satélite. (Mena Enrique, 2014)

Ventajas

- ✓ Producto que permite reaccionar frente a la alta competitividad
- ✓ Dirigido a diversos grupos
- ✓ Variación en su programación
- ✓ Alta penetración
- ✓ Se escucha en varios lugares como en la casa, auto, trabajo, por internet

Desventajas

- ✓ Bajo nivel de atención
- ✓ Fuerte inversión en transmisión a nivel nacional
- ✓ Saturación en los anuncios

3.8.Estrategias de comercialización

Las estrategia de comercialización en si hacen referencia a las distintas estrategias que son aplicadas en cada uno de los componentes del Mix de Marketing, es decir se formula estrategias de producto, precio, plaza y promoción. El producto es el conjunto de bienes y servicios que la empresa está ofertando; el precio es el valor monetario que el cliente está dispuesto a pagar por un producto o servicio; la plaza es la manera en como el producto llega al consumidor, sea este por un canal directo o indirecto esto depende del producto y de la empresa; y al final la promoción que es el medio de cómo dar a conocer el producto a los clientes, esto puede ser en sus diferentes y variados tipos de comunicación así por ejemplo internet, radio, prensa, televisión, entre otras (Stern Louis, 2013)

3.8.1. Análisis FODA

Tabla 21. Análisis FODA

| FORTALEZA | DEBILIDADES |
|--|---|
| <p>F1. Entrenadores con títulos acordes al área de entrenamiento.</p> <p>F2. Espacios de entrenamiento adecuados para la formación de mujeres.</p> <p>F3. Insumos deportivos modernos.</p> <p>F4. Localización geográfica óptima de las canchas para las prácticas.</p> <p>F5. Precios accesibles en comparación a escuelas ya formadas.</p> <p>F6. Personal administrativo con conocimiento en comunicación del servicio.</p> | <p>D1. No se cuenta con infraestructura propia.</p> <p>D2. Carencia de manuales de políticas deportivas.</p> <p>D3. Inadecuada atención al grupo objetivo.</p> <p>D4. Nuevos en el mercado posible baja cantidad de participantes al inicio.</p> <p>D5. Carencia de financiamiento propio.</p> <p>D6. Altos costos de iniciación.</p> |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <p>O1. Poca oferta de escuelas de futbol destinada solo a mujeres.</p> <p>O2. Apoyo del Ministerio del Deporte y la FEF para la formación de mujeres en el futbol.</p> <p>O3. Capacitaciones constantes a entrenadores por parte de la FEF.</p> <p>O4. Las nuevas ideologías que tienen las mujeres en practicar deporte constantemente.</p> <p>O5. Prestamos de instituciones gubernamentales a bajo interés.</p> <p>O6.Reduccion de salvaguardias en los insumos deportivos necesarios para las prácticas.</p> | <p>A1. Paradigma de parte de los padres de que el futbol solo es para hombres.</p> <p>A2. Crecimiento de la oferta de escuelas de fútbol en la ciudad.</p> <p>A3. Abandono de las prácticas deportivas por falta de motivación.</p> <p>A4. Condiciones económicas del país.</p> <p>A5. Alto crecimiento del sedentarismo en jóvenes.</p> <p>A6.Condiciones laborales actuales</p> |

Elaborado por: Gorky Revelo

3.8.2 Matriz PCI (Perfil de Capacidad Interna)

Tabla 22. Escala de Calificaciones

| Escala de calificación | |
|------------------------|--------------|
| 4 | Alto impacto |
| 3 | Medio alto |
| 2 | Medio bajo |
| 1 | Bajo |

Tabla 23. Ponderación matriz PCI

| FORTALEZAS | | | |
|--|-------------|---------------------|------------------------|
| DETALLE | PESO | CALIFICACIÓN | VALOR PONDERADO |
| Entrenadores con títulos acordes al área de entrenamiento. | 0,18 | 4 | 0,72 |
| Espacios de entrenamiento adecuados para la formación de mujeres. | 0,12 | 3 | 0,36 |
| Insumos deportivos modernos. | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Localización geográfica óptima de las canchas para las prácticas. | 0,06 | 2 | 0,12 |
| Precios accesibles en comparación a escuelas ya formadas. | 0,03 | 3 | 0,09 |
| Personal administrativo con conocimiento en comunicación del servicio. | 0,03 | 1 | 0,03 |
| SUMATORIA | 0,5 | | 1,56 |
| DEBILIDADES | | | |
| DETALLE | PESO | CALIFICACIÓN | VALOR PONDERADO |
| No se cuenta con infraestructura propia. | 0,09 | 4 | 0,36 |
| Carencia de manuales de políticas deportivas. | 0,08 | 1 | 0,08 |
| Inadecuada atención al grupo objetivo. | 0,12 | 2 | 0,24 |
| Nuevos en el mercado posible baja cantidad de participantes al inicio. | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Carencia de financiamiento propio. | 0,1 | 2 | 0,2 |
| Altos costos de iniciación. | 0,04 | 4 | 0,16 |
| SUMATORIA | 0,5 | | 1,18 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Se puede concluir que las fortalezas son más altas que las debilidades ya que un 1,56 agrupan las fortalezas y un 1,18 abarcan a las debilidades, debido a que existen una mayor cantidad y peso de factores positivos del proyecto.

3.8.3. Matriz PESTEL

Tabla 24. Matriz PESTEL

| PESTEL | IDEAS | OPORTUNIDAD | AMENAZAS |
|-----------------------|--|--|---|
| POLÍTICOS | El país tiene como política desarrollar el deporte en lugares adecuados y sin ningún tipo de discriminación tanto racial como de género. | Ofrecer un servicio de primera dirigido a mujeres ya que en la ciudad no se cuenta con centros futbolísticos especializados en solo en ese género. | Crecimiento constante de escuelas de futbol en la ciudad. |
| ECONÓMICOS | Según las estadísticas económicas y el ingreso los diferentes hogares en la ciudad se ha sufrido un decremento. | Aprovechar el apoyo de instituciones financieras del gobierno u otras para mantener una liquidez óptima y un precio estable del servicio. | Condiciones económicas actuales del país. |
| SOCIO-CULTURAL | Tipos de generaciones: Y o millenials y demás costumbres | Las nuevas ideologías que tienen las mujeres en practicar deporte constantemente. | Paradigma de parte de los padres de que el futbol solo es para hombres. |
| TECNOLÓGICO | En la actualidad existen cursos y capacitaciones de entrenadores a través de diferentes plataformas online. | Capacitaciones constantes a entrenadores por parte de la FEF. | |
| ECOLÓGICO | Reciclaje le hace bien al país. | Un programa de reciclaje de botellas dentro del Centro. | |
| LEGAL | Leyes de contratación y beneficios a empleados y la reducción y eliminación de las salvaguardas. | Reducción de salvaguardias en los insumos deportivos necesarios para las prácticas. | Condiciones laborales actuales |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

3.8.4. Matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas)

Tabla 25. Escala de calificaciones

| Escala de calificación | |
|------------------------|--------------|
| 4 | Alto impacto |
| 3 | Medio alto |
| 2 | Medio bajo |
| 1 | Bajo |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Tabla 26. Matriz POAM

| OPORTUNIDADES | | | |
|--|-------------|---------------------|------------------------|
| DETALLE | PESO | CALIFICACIÓN | VALOR PONDERADO |
| Poca oferta de escuelas de fútbol destinada solo a mujeres. | 0,12 | 4 | 0,48 |
| Apoyo del Ministerio del Deporte y la FEF para la formación de mujeres en el fútbol. | 0,09 | 4 | 0,36 |
| Capacitaciones constantes a entrenadores por parte de la FEF. | 0,11 | 3 | 0,33 |
| Las nuevas ideologías que tienen las mujeres en practicar deporte constantemente. | 0,05 | 3 | 0,15 |
| Prestamos de instituciones gubernamentales a bajo interés. | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Reducción de salvaguardias en los insumos deportivos necesarios para las prácticas. | 0,06 | 3 | 0,18 |
| SUMATORIA | 0,5 | | 1,64 |
| AMENAZAS | | | |
| DETALLE | PESO | CALIFICACIÓN | VALOR PONDERADO |
| Paradigma de parte de los padres de que el fútbol solo es para hombres. | 0,15 | 4 | 0,6 |
| Crecimiento de la oferta de escuelas de fútbol en la ciudad. | 0,1 | 1 | 0,1 |
| Abandono de las prácticas deportivas por falta de motivación. | 0,03 | 2 | 0,06 |
| Condiciones económicas del país. | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Alto crecimiento del sedentarismo en jóvenes. | 0,05 | 2 | 0,1 |
| Condiciones laborales actuales | 0,1 | 4 | 0,4 |
| SUMATORIA | 0,5 | | 1,4 |

3.8.5. Matriz FOFA-DODA

Tabla 27. Matriz FOFA-DODA

| | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|---|
| INTERNAS | F1. Entrenadores con títulos acordes al área de entrenamiento. | D1. No se cuenta con infraestructura propia. |
| | F2. Espacios de entrenamiento adecuados para la formación de mujeres. | D2. Carencia de manuales de políticas deportivas. |
| | F3. Insumos deportivos modernos. | D3. Inadecuada atención al grupo objetivo. |
| EXTERNAS | F4. Localización geográfica óptima de las canchas para las prácticas. | D4. Nuevos en el mercado posible baja cantidad de participantes al inicio. |
| | F5. Precios accesibles en comparación a escuelas ya formadas. | D5. Carencia de financiamiento propio. |
| | F6. Personal administrativo con conocimiento en comunicación del servicio. | D6. Altos costos de iniciación. |
| OPORTUNIDADES | Estrategias FO | Estrategias DO |
| O1. Poca oferta de escuelas de fútbol destinada solo a mujeres. | (F3-O6) Elaborar un presupuesto financiero con el fin de aprovechar la reducción de las salvaguardas y comprar periódicamente insumos deportivos modernos para un mejor entrenamiento. | (D3-O3) Diseñar un plan de mejoramiento continuo el cual consista en capacitar a los entrenadores del centro periódicamente a través de los programas brindados por la FEF, especialmente en atención adecuada y práctica deportiva en mujeres. |
| O2. Apoyo del Ministerio del Deporte y la FEF para la formación de mujeres en el fútbol. | | |
| O3. Capacitaciones constantes a entrenadores por parte de la FEF. | (F6-O1) Desarrollar un plan de comunicación con el fin de generar publicidad y dar a conocer al centro de formación de fútbol especializado en mujeres. | (D5-O5) Formular un plan de financiamiento el cual nos ayude a definir con cuanto se cuenta en financiamiento propio y cuanto se necesita por parte de las instituciones financieras. |
| O4. Las nuevas ideologías que tienen las mujeres en practicar deporte constantemente. | | |
| O5. Prestamos de instituciones gubernamentales a bajo interés. | (F1-O2) Generar un convenio con la FEF el cual abalice las actividades del centro impulsando así al deporte femenino en la ciudad. | (D2-O2) Diseñar un manual deportivo bajo el cual se registrarán las actividades tanto de los entrenadores como de las mujeres que asistan al centro. |
| O6.Reduccion de salvaguardias en los insumos deportivos necesarios para las prácticas. | | |
| AMENAZAS | Estrategias FA | Estrategias DA |
| A1. Paradigma de parte de los padres de que el fútbol solo es para hombres. | (F1-A2) Desarrollar un plan de comunicación haciendo énfasis en el personal, utilidad, precios y | |

| | | |
|---|---|--|
| A2. Crecimiento de la oferta de escuelas de fútbol en la ciudad. | beneficio que ofrece el centro con respecto a la competencia. | (D2-A1) Socializar el manual deportivo tanto a padres de familia como alumnas del centro con el fin de romper paradigmas. |
| A3. Abandono de las prácticas deportivas por falta de motivación. | (F3-A3) Implementar un nuevo sistema de entrenamiento adecuado para las mujeres, aprovechando al máximo los recursos deportivos que tendrá el centro. | (D4-A3) Desarrollar campeonatos de futbol femenino en la ciudad, motivando así a las integrantes del centro y fomentando el ingreso de muchas más. |
| A4. Condiciones económicas del país. | | |
| A5. Alto crecimiento del sedentarismo en jóvenes. | (F5-A6) Elaborar un presupuesto financiero mensual con el fin de cumplir con las obligaciones laborales vigentes. | |
| A6. Condiciones laborales actuales | | |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

3.8.6. Plan de Acción 4C's

Tabla 28. Plan de Acción Cliente

| GIRLS SOCCER DREAM PLAN DE ACCIÓN DEL CLIENTE | | | | |
|---|--|--|---|-------------------|
| OBJETIVO | ESTRATEGIAS | TÁCTICAS | ACTIVIDADES | RESPONSABLE |
| Estudiar las necesidades existentes en el mercado objetivo, para determinar e incrementar los beneficios que puede ofrecer el centro. | (D3-O3) Diseñar un plan de mejoramiento continuo el cual consista en capacitar a los entrenadores del centro | Buscar los diferentes métodos de mejora continua aplicables al sector deportivo. | Desarrollar y aplicar el plan de mejoramiento continuo, bajo el método previamente elegido. | Gerente |
| | periódicamente a través de los programas brindados por la FEF, especialmente en atención adecuada y práctica deportiva en mujeres. | Analizar tipo de capacitaciones adecuadas para el personal del centro, sus costos y facilidades. | Buscar lugares y personal idóneo para dictar las capacitaciones | |
| | (D2-O2) Diseñar un manual deportivo bajo el cual se registrarán las actividades tanto de los entrenadores como de las mujeres que asistan al centro. | Indagar y analizar manuales ya elaborados por parte de instituciones deportivas de alto nivel. | Elaborar y adaptar los manuales a las actividades que pretende dar el centro. | Jefe de Marketing |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Tabla 29. Plan de Acción Coste

| GIRLS SOCCER DREAM PLAN DE ACCIÓN COSTE | | | | |
|---|--|---|--|-------------|
| OBJETIVO | ESTRATEGIAS | TÁCTICAS | ACTIVIDADES | RESPONSABLE |
| Determinar los costos de iniciación del centro así como lo necesarios en insumos, personal y espacios para un adecuado funcionamiento. | (F3-O6) Elaborar un presupuesto financiero con el fin de aprovechar la reducción de las salvaguardas y comprar periódicamente insumos deportivos modernos para un mejor entrenamiento. | Buscar un presupuesto financiero aplicable al sector deportivo. | Aplicar un presupuesto financiero semestral dirigido solo a insumos deportivos. | Gerente |
| | | Analizar a los proveedores de insumos deportivos nacionales. | Desarrollar una base de datos de los proveedores para trabajar con los que ofrezcan mejores precios. | |
| | (D5-O5) Formular un plan de financiamiento el cual nos ayude a definir con cuanto se cuenta en financiamiento propio y cuanto se necesita por parte de las instituciones financieras. | Determinar todos los aspectos necesarios y sus costos para poner en funcionamiento el centro. | Calcular cuánto se necesita para la inversión inicial, con cuanto se cuenta de capital propio y cuanto se necesita con financiamiento. | Gerente |

Elaborado por: Gorky Revelo
 Fuente: Investigación propia

Tabla 30. Plan de Acción Conveniencia

| GIRLS SOCCER DREAM | | | | |
|---|---|---|---|--------------------|
| PLAN DE ACCIÓN CONVENIENCIA | | | | |
| OBJETIVO | ESTRATEGIAS | TÁCTICAS | ACTIVIDADES | RESPONSABLE |
| Fidelizar tanto a padres de familia como a estudiantes del centro futbolístico a través de actividades acordes, un fácil acceso y un aval por parte del FEF. | (F3-A3) Implementar un nuevo sistema de entrenamiento adecuado para las mujeres, aprovechando al máximo los recursos deportivos que tendrá el centro. | Buscar personal con títulos y conocimientos acordes al entrenamiento deportivo femenino. | Contratar al personal más calificado para el centro futbolístico. | Gerente |
| | | Investigar periódicamente tendencias deportivas nuevas así como nuevos sistemas de entrenamiento. | Desarrollar demostraciones de habilidades con el fin de conocer el impacto de los nuevos sistemas de entrenamiento. | |
| | (F1-O2) Generar un convenio con la FEF el cual abalice las actividades del centro impulsando así al deporte femenino en la ciudad. | Investigar los requisitos necesarios para tener una validación por parte de la FEF para un centro de entrenamiento deportivo. | Cumplir con los requisitos para que la FEF nos permita tener su aval. | Gerente |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Tabla 31. Plan de Acción Comunicación

| GIRLS SOCCER DREAM PLAN DE ACCIÓN COMUNICACIÓN | | | | |
|--|--|--|--|--------------------|
| OBJETIVO | ESTRATEGIAS | TÁCTICAS | ACTIVIDADES | RESPONSABLE |
| Dar a conocer al centro de formación futbolística especializado en mujeres mediante la sociabilización de sus servicios y beneficios. | (F1-A2) Desarrollar un plan de comunicación haciendo énfasis en el personal, utilidad, precios y beneficio que ofrece el centro con respecto a la competencia. | Diseñar una página en Facebook haciendo referencia al centro de formación, especialmente la localización geográfica. | Elaborar un video institucional, dando a conocer lugares de entrenamiento y entrenadores. | Gerente |
| | | Colocar vallas publicitarias en diversos lugares estratégicos. | <input type="checkbox"/> Diseñar las vallas publicitarias <input type="checkbox"/> Realizar el contacto respectivo con la imprenta <input type="checkbox"/> Colocar las vallas en el lugar | |
| | (D4-A3) Desarrollar campeonatos de futbol femenino en la ciudad, motivando así a las integrantes del centro y fomentando el ingreso de muchas más. | Contactarse con empresas de la ciudad con el fin de que sean patrocinadores de la primera copa femenina de la provincia. | Hacer la invitación a todas las escuelas de futbol y a equipos femeniles en general. | Gerente |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Investigación propia

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento

El tamaño del emprendimiento es la manera de encontrar la cantidad de la demanda a la cual se va atender mediante el emprendimiento, evaluando la viabilidad y diseñando estrategias que permitan competir eficientemente en el mercado (Galá, 2017).

El tamaño del emprendimiento permite estimar el potencial económico del emprendimiento, en donde se realiza un estudio del entorno para encontrar el valor potencial de salida (Blank, 2014).

El tamaño del emprendimiento comprende las dimensiones del emprendimiento en la cual se realiza un estudio de los factores interacción entre si individuos, procesos y entorno (Cardona A., Vera A., & Tabares Quiroz, 2012).

El tamaño del emprendimiento se refiere a la demanda existente en el mercado para el emprendimiento, para la cual se realiza un estudio de elementos que interactúan en el entorno empresarial.

4.1.1. Factores determinantes

Los factores determinantes en un emprendimiento son los que influyen directamente en el mismo es decir están relacionados a la actividad que va dirigida el emprendimiento, los cuales vamos a detallar son la demanda potencial insatisfecha, la disponibilidad del capital, la tecnología y el equipamiento deportivo necesario.

a) Demanda potencial insatisfecha

Una demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido aún cubierta en el mercado pero que puede ser cubierta total o parcialmente por un proyecto, en otras palabras existe una demanda insatisfecha cuando la demanda es superior a la oferta. (Ferré, 2012)

Para este proyecto de emprendimiento se ha establecido una demanda potencial insatisfecha de alrededor 7786 mujeres y se la ha proyectado para los cinco años posteriores.

Tabla 32. Demanda Potencial Insatisfecha

| Año | DPI |
|------|------|
| 2017 | 7786 |
| 2018 | 7908 |
| 2019 | 8031 |
| 2020 | 8156 |
| 2021 | 8283 |
| 2022 | 8413 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Cálculo Demanda y Oferta

El valor del DPI es calculado a través de la resta entre la demanda en personas que fue calculada a partir del porcentaje de aceptación de la encuesta y la oferta en personas calculada a través de la elaboración de un cuadro histórico de oferta de escuelas de fútbol en la provincia donde entrenan mujeres.

b) Disponibilidad del capital

La disponibilidad de un capital es un factor clave dentro de la puesta en marcha de un proyecto ya que este nos evidencia con que cantidad monetaria se cuenta para el inicio de las operaciones de un emprendimiento, es primordial el conocimiento ya que a través del mismo se generará utilidad, capital social y además da paso a la capacidad de endeudamiento. (Sabrás, 2013)

c) Tecnología

Hay que tener en cuenta el desarrollo tecnológico en todos los sectores, por lo que la tecnología en el mundo deportivo ha tenido un gran impacto, desde calzado inteligente hasta uniformes de entrenamiento únicos y personalizados para cada deportista son el fruto del ingenio, conocimiento y creatividad de las nuevas tecnologías deportivas con el fin de asegurar la excelencia deportiva (OMPI, 2015); otros de los aspectos que la tecnología ha ayudado al deporte ha sido la capacidad de generar a través de un clic una comunicación con los diversos grupos de interés alcanzando así un mayor impacto.

d) Insumos (equipamiento deportivo)

Los insumos son la parte fundamental dentro de un proyecto de emprendimiento, ya que estos son con los cuales se forma el producto ya terminado, en este caso será el equipamiento deportivo necesario para un correcto entrenamiento hay que tener en cuenta

que el centro va dirigido a mujeres por lo cual los diversos insumos serán acorde a las necesidades de este grupo.

4.1.2 Tamaño óptimo

El tamaño óptimo de un proyecto en sí es la capacidad instalada que tiene el mismo, ya sea para la producción de bienes o servicios pero debidamente medidos en determinado periodo de tiempo y ofrecidos en un mercado.

Para el cálculo del DPI Real se toma en consideración la DPI anteriormente calculado, en la cual se establece un porcentaje ya que el proyecto no puede satisfacer a toda la demanda, de acuerdo a la naturaleza del emprendimiento se establece un DPI Real del 3% para el primer año, se toma ese valor en referencia a la tercera parte de lo aconsejable en proyectos de inversión, debido a que la infraestructura e insumos deportivos no serán adecuados para una gran cantidad de la demanda insatisfecha, a su vez esta ira aumentado en un 0,5% cada año en relación con la tercera parte del crecimiento poblacional, el cual se multiplicará por la DPI obteniendo así el DPI Real.

Los valores presentados reflejan el porcentaje del mercado que pretende abarcar el centro cuando se inicie sus operaciones:

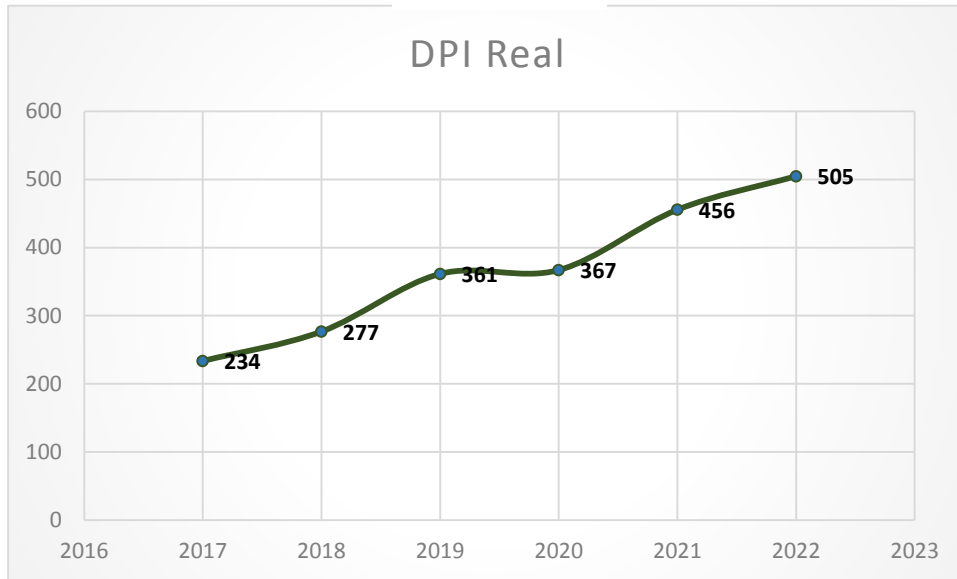
Tabla 33. Cálculo del DPI Real

| Año | DPI | Porcentaje | DPI Real |
|------|------|------------|----------|
| 2017 | 7786 | 3% | 234 |
| 2018 | 7908 | 3,5% | 277 |
| 2019 | 8031 | 4,5% | 361 |
| 2020 | 8156 | 5% | 367 |
| 2021 | 8283 | 5,5% | 456 |
| 2022 | 8413 | 6% | 505 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

Gráfico 19. DPI Real



Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

4.2. Localización

4.2.1. Localización Óptima

Para la elección del lugar óptimo donde desarrollar las funciones el Centro se tomara en referencia el método cuantitativo por puntos, que consiste en determinar una lista de factores relevantes, asignar un peso a cada factor, asignar una escala común, calificar a cada sitio potencial y por ultimo sumar la puntuación de cada sitio y elegir el de máxima puntuación. (Urbina, 2012)

Tabla 34. Localización Óptima

| Factor Relevante | Peso Asignado | Futbol City | | Skandinan | | Canchas Miraflores | | Canchas el Fortín | |
|------------------|---------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------------|------------------------|-------------------|------------------------|
| | | Calificación | Calificación Ponderada | Calificación | Calificación Ponderada | Calificación | Calificación Ponderada | Calificación | Calificación Ponderada |
| Estacionamiento | 0,33 | 4 | 1,32 | 4 | 1,32 | 4 | 1,32 | 1 | 0,33 |
| Gramada | 0,25 | 2 | 0,5 | 3 | 0,75 | 4 | 1 | 3 | 0,75 |
| Baños | 0,2 | 1 | 0,2 | 1 | 0,2 | 3 | 0,6 | 3 | 0,6 |
| Bodega | 0,07 | 1 | 0,07 | 1 | 0,07 | 3 | 0,21 | 2 | 0,14 |
| Camerinos | 0,15 | 1 | 0,15 | 1 | 0,15 | 4 | 0,6 | 3 | 0,45 |
| | 1 | | 2,24 | | 2,49 | | 3,73 | | 2,27 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Baca Urbina, Evaluación de Proyectos

El emprendimiento del centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres, se ha propuesto iniciar sus actividades en la provincia de Tungurahua específicamente en la ciudad de Ambato en el sector de Miraflores. Urbanización Villa Bélgica. Los Nardos y Jazmines, se ha elegido estas instalaciones porque cumplen con los factores relevantes propuestos en la tabla anterior ayudando así a la correcta formación de mujeres, y su ubicación geográfica es uno de los grandes diferenciadores que tendrá el centro con respecto a las demás escuelas de fútbol.

Gráfico 20. Localización Óptima



Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Canchas Miraflores

a) Impacto

El centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres generará un impacto claro en la sociedad ya que se trata de romper los paradigmas de que este es un deporte exclusivo de hombres, generando un cambio de mentalidad tanto en padres de familia como en la ciudadanía en general; a su vez fomentará la práctica del deporte femenino en la ciudad y la posible creación del primer equipo femenino de la ciudad en participar en el campeonato ecuatoriano de fútbol.

b) Afluencia

El fútbol en la ciudad tiene una gran acogida por lo que el proyecto pretende captar la atención de la mayor parte del público femenino amante a este deporte a través de las prácticas adecuadas, equipamiento deportivo moderno, competencias regulares y de espacios físicos funcionales y aptos para mujeres

c) Actualidad

Por el momento existen escuelas que ofrecen ya el servicio de prácticas futbolísticas para mujeres pero bajo varios inconvenientes, el principal es que se realizan los entrenamientos tanto para hombres y mujeres, dificultando el desenvolvimiento adecuado que debe tener una mujer ya que las actividades deben ser especializadas y acordes para cada grupo.

4.2.2. Macro localización

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Zona: 3

Gráfico 21. Macro localización



Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Google Maps, 2017

4.2.3. Micro localización

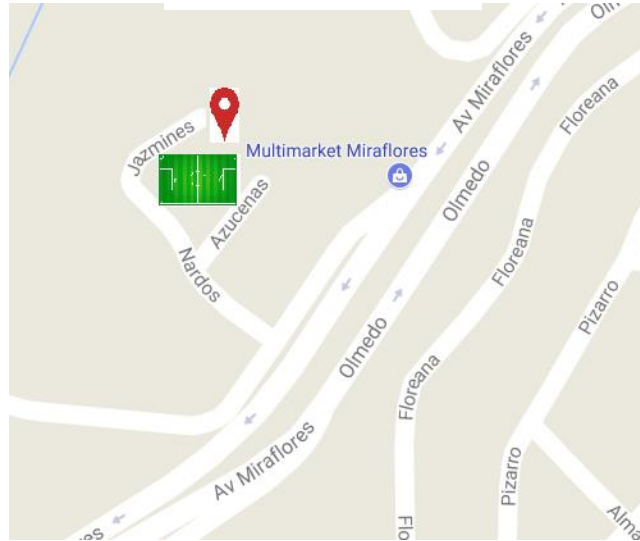
Cantón: Ambato

Sector: Miraflores

Parroquia: Huachi Chico

Calles: Los Nardos y Jazmines. Urbanización Villa Bélgica.

Gráfico 22. Micro localización



Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Google Maps, 2017

4.3. Ingeniería del proyecto

Esta es la etapa donde se definen todos los recursos necesarios para la ejecución o puesta en marcha del emprendimiento, como es la maquinaria, el equipo, infraestructura, lugar específico de implantación, tareas para el suministro de los diversos insumos, recursos humanos entre otros. (Rencoret, 2015)

Para la puesta en marcha del centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres se ha identificado como recursos necesarios a: canchas para realizar las prácticas, la indumentaria deportiva, equipamiento deportivo, entrenadores y personal de fisioterapia para las prácticas, muebles y enseres y equipo de cómputo.

a) Canchas deportivas (Infraestructura)

Son los espacios adecuados para la práctica de un deporte en particular, están deben ofrecer un espacio adecuado es decir bajo las medidas correctas dispuestas para cada disciplina (Polo, 2012), para el presente emprendimiento como no se cuenta con una infraestructura propia se procederá al alquiler de las dos canchas propuestas en el capítulo anterior.

Tabla 35. Infraestructura

| Infraestructura | | |
|---------------------------------|----------|--------|
| Canchas deportivas | Cantidad | Unidad |
| Alquiler de canchas deportivas. | 2 | Unidad |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

Gráfico 23. Canchas deportivas



Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

b) Indumentaria deportiva

Cuando se habla de indumentaria deportiva es un aspecto que no se toma en cuenta al momento de realizar deporte, pero hay que conocer que una inadecuada indumentaria puede generar consecuencias inmediatas o a largo plazo, la aparición de roces o reacciones cutáneas (hongos y mal olor) especialmente generado por las prendas de mala calidad (Esparza, 2016), por lo que parte del emprendimiento propone es al momento de la inscripción de la estudiante al centro reciba su uniforme adecuado para una mujer así como un bolso y un toma todo.

Tabla 36. Indumentaria Deportiva

| Indumentaria deportiva | | |
|-------------------------------|-----------------|---------------|
| Indumentaria deportiva | Cantidad | Unidad |
| Uniformes completos | 100 | Unidad |
| Maleta personal | 100 | Unidad |
| Toma todos | 100 | Unidad |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Investigación Propia

c) Equipamiento deportivo

Es el conjunto de medios u objetos necesarios para desempeñar una actividad en este caso deportiva, el centro pretende contar con las últimas tendencias para el entrenamiento de las estudiantes así como el equipamiento tradicional.

Tabla 37. Equipamiento Deportivo

| Equipamiento deportivo | | |
|-------------------------------|-----------------|---------------|
| Equipamiento deportivo | Cantidad | Unidad |
| Balones | 100 | Unidad |
| Chalecos | 40 | Unidad |
| Conos | 30 | Unidad |
| Platillos | 40 | Unidad |
| Varas | 20 | Unidad |
| Micro vallas | 20 | Unidad |
| Cinturón de resistencia | 5 | Unidad |
| Bandas de delimitación | 3 | Unidad |
| Red speed | 3 | Unidad |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Investigación Propia

d) **Recurso humano**

Es el recurso fundamental para la puesta en marcha de cualquier emprendimiento, es el personal dentro de una empresa u organización que se caracteriza por desempeñar una o varias funciones dentro de la misma y recibe a cambio una remuneración, en el centro se contara para iniciar con dos entrenadores para las diferentes categorías que se pretende trabajar.

Tabla 38. Recurso Humano

| Recurso Humano | | |
|-----------------------|-----------------|---------------|
| Recurso Humano | Cantidad | Unidad |
| Entrenador | 2 | Unidad |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

e) **Muebles y enseres**

Son diversos objetos que facilitan una actividad económica específica permitiendo desarrollarla con comodidad, el centro contara con una oficina dentro de las canchas el cual ayudara a la atención de los clientes de una manera correcta.

Tabla 39. Muebles y Enseres

| Muebles y Enseres | | |
|--------------------------|-----------------|---------------|
| Muebles y Enseres | Cantidad | Unidad |
| Mostrador | 1 | Unidades |
| Escritorio | 1 | Unidad |
| Sillas Múltiples | 3 | Unidades |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

f) Equipo de Computo

Es un dispositivo electrónico, que ayudan a optimizar recursos y contribuye a un proceso de mejora continua mejorando la calidad del servicio, el centro lo utilizará para guardar los datos de las estudiantes inscritas, además de realizar actividades de comunicación y socialización de las prácticas del centro.

Tabla 40. Equipo de Cómputo

| Equipos de Computo | | |
|---------------------------|-----------------|---------------|
| Equipos de Computo | Cantidad | Unidad |
| Computador | 1 | Unidad |
| Impresora | 1 | Unidad |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

g) Equipo de oficina

Para (Zapata, Cantabilidad General, 2012)

“Para las unidades auxiliares, es el valor de los gastos, a costo de adquisición, que realizó la unidad económica por los elementos de escritura, consumibles de computación y en general todos aquellos materiales que se emplean en las oficinas, que fueron consumidos por la unidad económica. Incluye: los provenientes de otras unidades económicas de la misma empresa.”

| Equipo de Oficina | | |
|--------------------------|-----------------|---------------|
| Equipo de Oficina | Cantidad | Unidad |
| Resma de papel | 3 | Unidades |
| Carpetas de cartón | 100 | Unidades |
| Esferos | 20 | Unidades |
| Flash memory | 1 | Unidad |
| Resaltador | 4 | Unidades |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

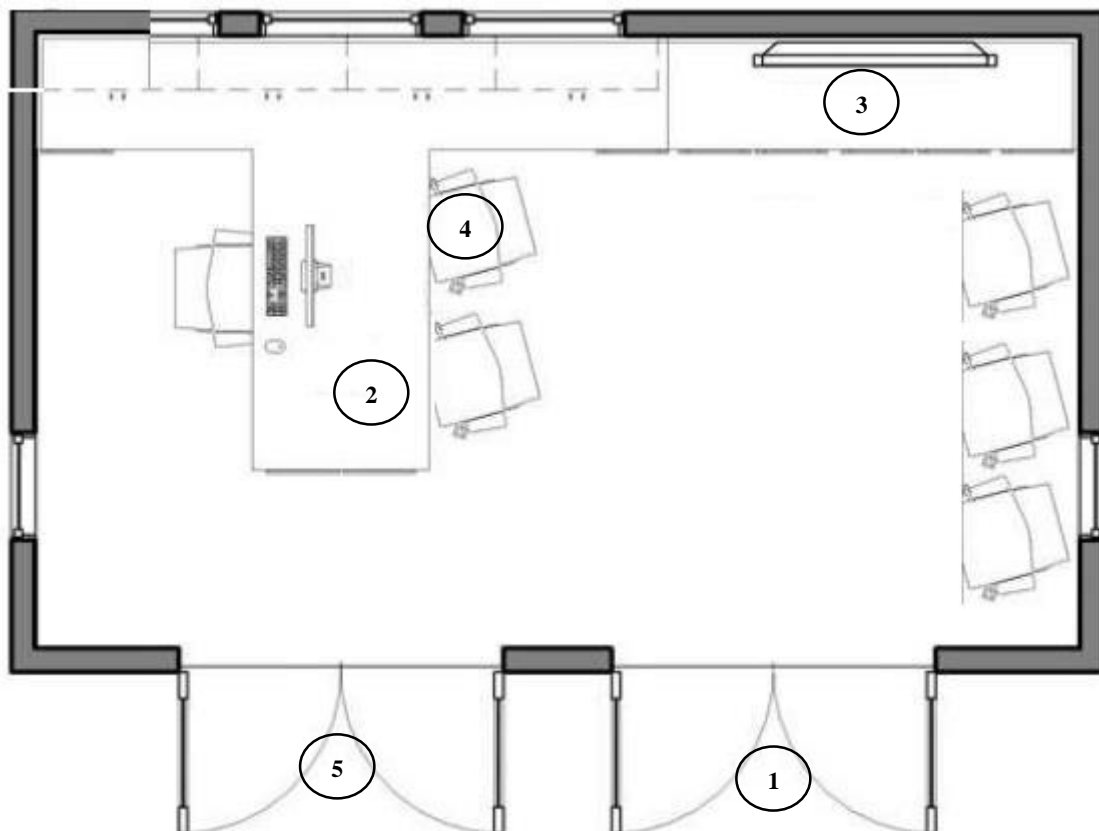
Distribución del espacio físico Lay Out

El lay out es un término muy utilizado actualmente en el mundo del marketing ya que este fusiona al diseño tanto de producto como de servicios como a una correcta distribución del espacio físico con el que cuenta una empresa, se lo presenta en forma de bosquejo o de croquis con el fin de representar la distribución que tendrá los diferentes elementos o recursos con los que cuenta una organización. (García & Valencia, 2014)

Una distribución adecuada de los elementos indispensables permite generar un espacio en el cual se puedan realizar transacciones adecuadamente, en donde se busque brindar una comodidad tanto para los miembros del emprendimiento como para los clientes buscando elevar la calidad del servicio a través de la infraestructura y de los elementos que esta posee generando una ventaja competitiva.

➤ Oficina

Gráfico 24. Lay Out Oficina

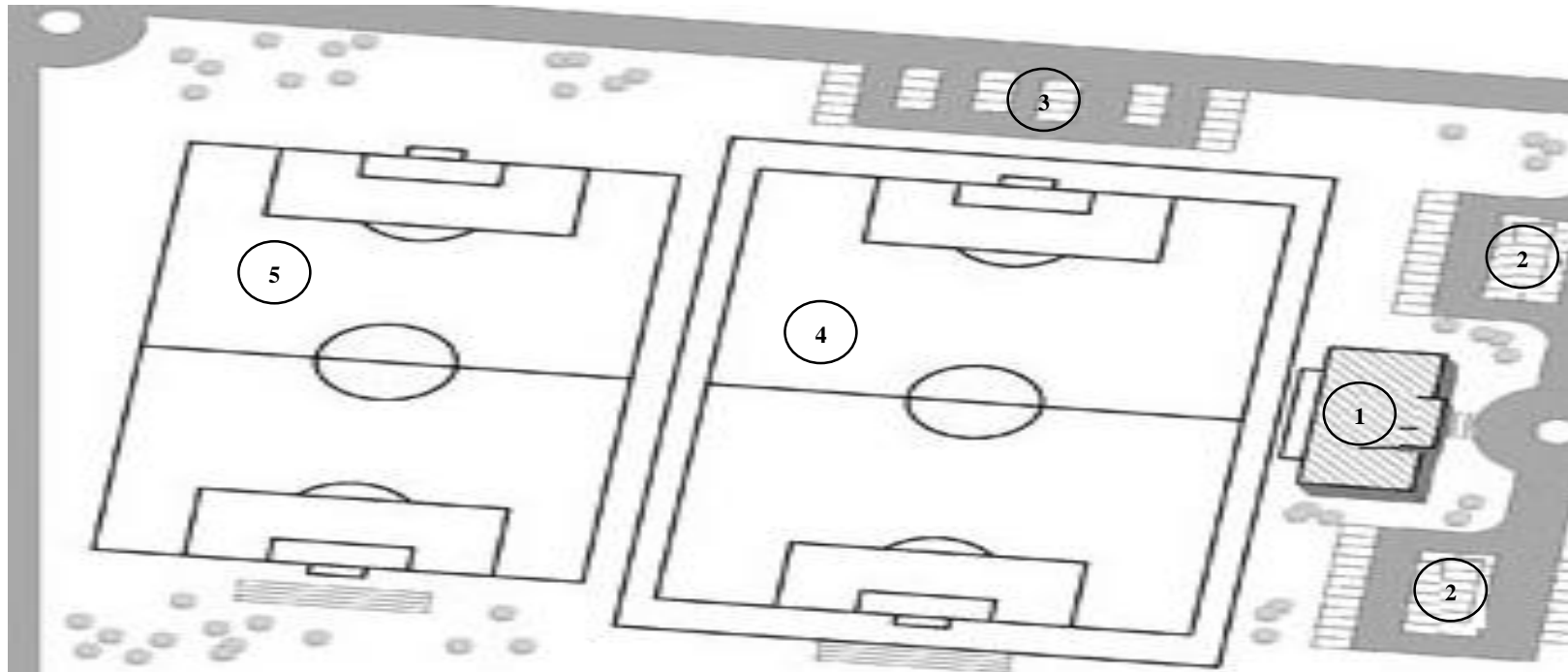


Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Canchas Miraflores

Referencias: 1. Entrada -2. Escritorio -3. Mostrador -4. Sillas -5. Bodega

➤ **Cancha**

Gráfico 25. Lay Out Cancha



Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Canchas Miraflores

Referencias:

- | | |
|---------------------|--------------|
| 1. Oficina y Bodega | 4. Cancha #1 |
| 2. Camerinos | 5. Cancha #2 |
| 3. Baños | |

CAPITULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos Generales

Las escuelas de fútbol son algunas de las alternativas que en la actualidad los padres de familia prefieren para sus niños, la oferta de estas instituciones en la ciudad ha ido aumentando paulatinamente tanto en zonas rurales como en zonas urbanas se ha evidenciado un despliegue de varias escuelas generando empleo en este campo, aunque la mayoría realizan la actividad de un manera poco planeada y organizada generando así la desmotivación de los y las jóvenes interesadas en este deporte y concluyendo en un abandono de la práctica.

El emprendimiento de la creación de un Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres está orientado a ofrecer un servicio diferente y de calidad en la ciudad de Ambato con nuevas propuestas de entrenamiento, de organización, de motivación y seguimiento a las estudiantes y padres de familia que quieran ser parte de esta idea, se pretende generar un sentimiento de pertenencia con el centro a través de brindar espacios adecuados para la formación de mujeres, ya que no es lo mismo entrenar con hombres que con mujeres, por contar con indumentaria y equipo deportivo moderno y apto para una correcta formación.

En el Centro se practica la responsabilidad empresarial que no es más que el cumplimiento estricto de las obligaciones y lo ofrecido a los diferentes grupos de interés, a su vez cumpliendo con sus estrategias, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales y ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus Grupos de Interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones

5.2. Diseño Organizacional

5.2.1. Niveles Jerárquicos

Los niveles jerárquicos son los niveles estructurales de una empresa, estos niveles comprende el nivel directivo, ejecutivo, asesor, auxiliar, y operativo. Para el Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres es necesario expresar con detalle los diferentes niveles y cuales se adaptan a las necesidades de la institución. (Molina, 2005)

- **Nivel Directivo**

El nivel directivo es uno de los principales en la organización. Las principales funciones son normar y crear procedimientos que debe seguir la empresa u organización y legislar políticas. También en este nivel debe elaborar reglamentos, decretar resoluciones para el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa, es así como se constituye el nivel directivo o el primer nivel jerárquico de la empresa, formando la Junta General de Accionistas (Molina, 2005)

- **Nivel Ejecutivo**

El nivel ejecutivo es el segundo de su orden. Es uno de los niveles al mando de la empresa y la función específica de este nivel es hacer cumplir las políticas, reglamentos, normas, procedimientos y leyes que mande el nivel directivo; así también planificar, organizar, dirigir y controlar las diferentes tareas que requiere la empresa.

Este nivel es el encargado de manejar los planes, métodos, programas y diferentes técnicas administrativas de alto nivel, siempre y cuando en coordinación con el nivel operativo y auxiliar para que se ejecute. Este nivel ejecutivo o directivo es unipersonal cuando exista un Gerente o Director (Molina, 2005)

- **Nivel Asesor**

Este es el tercer nivel. Este nivel no tiene mando ni autoridad, solamente es el encargado de direccionar u orientar, preparar proyectos en materia jurídica, financiera, económica, industrial, contable y demás áreas que conforman la empresa y por ultimo informar todo lo que acontezca en la misma (Molina, 2005)

- **Nivel Auxiliar o de apoyo**

El nivel auxiliar ofrece su apoyo a los niveles administrativos, esto en la prestación de servicios de una forma oportuna y eficiente (Molina, 2005)

- **Nivel Operativo**

El nivel operativo es uno de los más importantes dentro de una Empresa. Este nivel es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la misma, siendo este el encargado de las actividades de producción y comercialización de los diferentes productos (Molina, 2005)

El Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres estará conformado por los siguientes niveles:

Tabla 41. Niveles Jerárquicos del Centro

| NIVEL | CARGO |
|-----------------|-----------------------|
| Nivel ejecutivo | Gerente general |
| Nivel asesor | Asesor administrativo |
| Nivel auxiliar | Jefe de Marketing |
| Nivel Operativo | Entrenadores |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

Para el proyecto de emprendimiento se considera necesario contar con el nivel ejecutivo encabezado por un gerente, un nivel asesor que será representado por una persona que cumpla con las funciones de apoyo a niveles administrativos en momentos oportunos, un nivel auxiliar que contará con en jefe de marketing y por ultimo un nivel operativo conformado por las personas que son responsables directo de la ejecución de las actividades básicas del centro es decir los entrenadores.

5.2.2 Misión

Cada organización es única porque sus principios, sus valores, su visión, la filosofía de sus dueños, los colaboradores y los grupos con los que interactúa en el mercado son para todas diferentes. Esta diferencia se refleja precisamente en la definición de la Misión la cual dinamiza a la Visión.

La Misión es, entonces, la formulación de los propósitos de una organización que la distingue de otros negocios en cuanto a la cobertura de sus operaciones, sus productos, los mercados y el talento humano que soporta el logro de estos propósitos. (Serna, 2013)

Por ello la misión del centro debe responder las siguientes preguntas:

Gráfico 26. Preguntas para formular la Misión



Elaborado por: Humberto Serna

Fuente: Planificación Estratégica

Misión del Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres Girls Soccer Dreams:

“Formar a mujeres como futbolistas profesionales, altamente competentes y con calidad humana a través de espacios y equipos adecuados, una correcta pedagogía, y entrenadores aptos, que apliquen y promuevan el gusto por la práctica del fútbol.”

5.2.3. Visión

La Visión es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere ser y espera verse en el futuro. La Visión no se expresa en términos numéricos, la define la alta dirección de la empresa, debe ser amplia e inspiradora, conocida por todos e integrar el equipo gerencial a su alrededor. Requiere de líderes para su definición y para su cabal realización. La Visión señala el camino que permite a la Alta Gerencia establecer el rumbo para lograr el desarrollo esperado de la organización en el futuro. (Serna, 2013)

“Girls Soccer Dreams se constituirá por sus características diferenciadoras en el centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres número uno de la Provincia con altos niveles de aceptación y utilidad.”

5.2.4. Valores

Para el establecimiento de los valores que el centro deberá cumplirse realizara una matriz axiológica que consiste en ubicar a los grupos interesados del proyecto e identificar los valores con los que más se siente representado y que son necesarios para el surgimiento del emprendimiento. (Serna, 2013)

Tabla 42. Matriz Axiológica

| MATRIZ AXIOLÒGICA | | | | |
|---------------------------------|--|--------------------------------------|---|---|
| Grupos de Referencia Valores | P R O P I E T A R I O S | C L I E N T E S | P R O V E E D O R E S | C O L A B O R A D O R E S |
| PUNTUALIDAD | X | X | X | |
| CALIDAD | X | | X | |
| JUSTICIA | X | X | X | X |
| COOPERACION | X | | X | X |
| RESPONSABILIDAD | X | X | X | X |
| SEGURIDAD | X | X | | |
| TRABAJO EN EQUIPO | X | | X | X |
| HONESTIDAD | X | X | X | X |

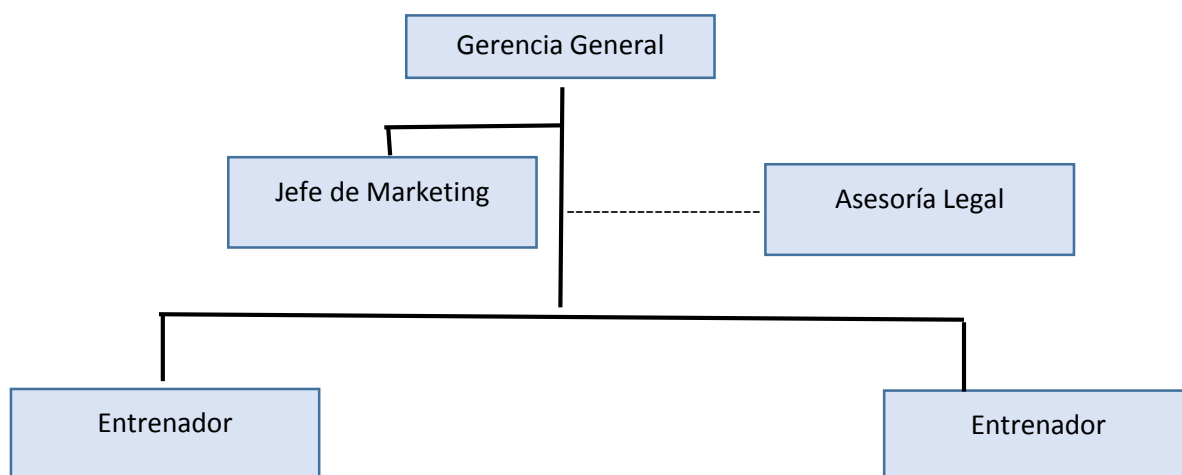
Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Planificación Estratégica, H. Serna

- **Puntualidad:** en este caso se hace referencia a este valor para exigir a los empleados el respeto de los tiempos de llegada y salida, pero sobre todo para con los clientes, por ejemplo los entrenadores deben estar puntual a la hora del entrenamiento.
- **Calidad:** en este caso se intenta que el servicio ofrecido sea de excelencia.
- **Justicia:** este concepto tiene una mayor orientación para sus trabajadores. Se hace referencia a otorgar a cada uno lo que le corresponde, no solo desde el punto de vista salarial sino que también en cuanto se refiere a las actividades que a cada uno le tocará desempeñar.
- **Comunicación:** en tanto se toma la comunicación como un valor fundamental se intenta que las relaciones y conexiones dentro de los miembros del centro tanto entre ellos como para los padres y alumnas del centro.
- **Responsabilidad:** este valor será una de los fundamentales ya que el centro será responsable con lo que ofreció al grupo objetivo, así como con las actividades motivacionales, equipos de entrenamiento y todo lo que envuelve al entrenamiento de la institución.

5.3. Estructura Organizativa

Gráfico 27. Organigrama Estructural



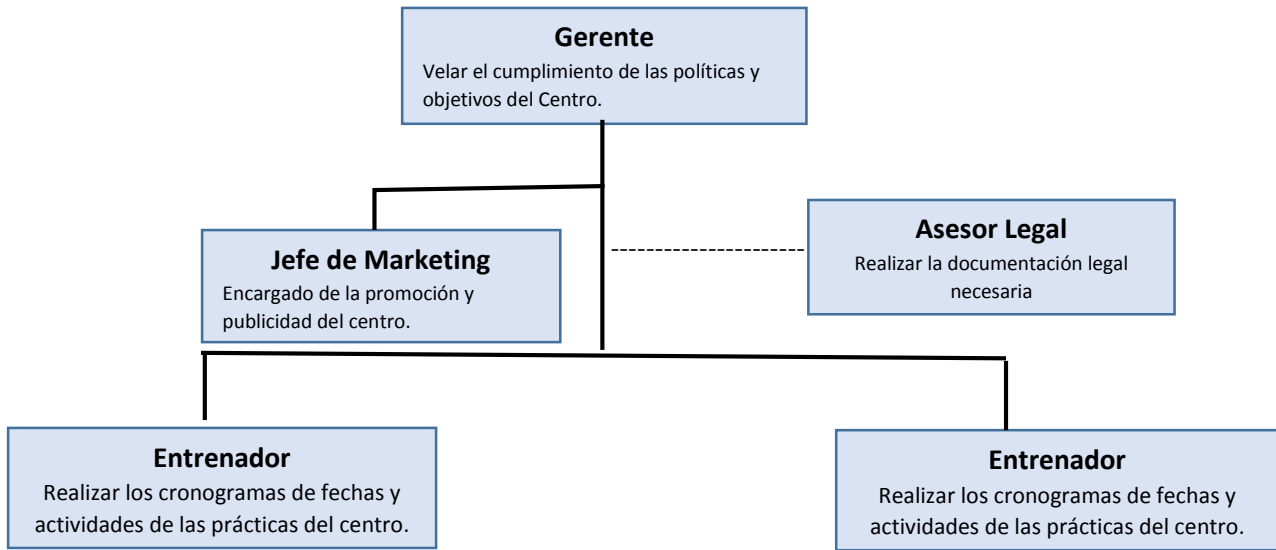
| Niveles | | Elaborado por: | Gorky Revelo |
|---------|------------|----------------|---------------|
| 1 | Autoridad: | | |
| 2 | Asesor: | | Revisado por: |
| 3 | Auxiliar: | | Aprobado por: |
| Fecha: | | | 17/07/2017 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación Propia

5.4. Estructura Funcional

Gráfico 28. Organigrama Funcional



| Niveles | | Elaborado por: | Gorky Revelo |
|---------|------------|----------------|--------------|
| 1 | Autoridad: | | |
| 2 | Asesor: | | |
| 3 | Auxiliar: | | |
| | | Fecha: | 17/07/2017 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Investigación Propia


5.1. Manual de Funciones

Un Manual de funciones es una herramienta empresarial que contiene un conjunto de normas y actividades que desarrolla o debe desarrollar cada funcionario de una empresa, será elaborado técnicamente basado en los respectivos sistemas, procedimientos y normas que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para el desarrollo de las tareas cotidianas empresariales. (Serrano, 2012)

Para (Burack, 2012)

“Hoy en día las herramientas de gestión han tomado una enorme relevancia en la consecución de la productividad en las organizaciones a todo nivel, dentro de estas herramientas el Manual de funciones de la empresa cobra una enorme relevancia al convertirse en una herramienta de toma de decisiones y el ordenamiento de la organización en sus diferentes niveles jerárquicos”.

Tabla 43. Manual de Funciones Gerente General

| | | | | | | |
|---|---|---|------------|-----------------|---|--|
|  | “Girls Soccer Dream” Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres. | Fecha | 17/07/2017 | | | |
| | | Página | 1 | De | 4 | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | Sustituye | | | | |
| | | Página | | De | | |
| Fecha | | | | | | |
| DESCRIPCIÓN DE PUESTOS | | | | | | |
| IDENTIFICACIÓN | | | | | | |
| Nombre del puesto: | | Gerente General | | | | |
| Ubicación: | | Nivel ejecutivo | | | | |
| Clave: | | G.G. | | | | |
| Ámbito de Operación: | | Administrativo | | | | |
| RELACIÓN | | | | | | |
| Jefe inmediato: | | N/A | | | | |
| Subordinados Directos: | | Jefe de Marketing, Asesoría Administrativa, Entrenadores. | | | | |
| Dependencia Funcional: | | Gerencia General | | | | |
| <p>Propósito del puesto: Planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos del Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres Girls Soccer Dream, con el fin de alcanzar los objetivos de la misma.</p> | | | | | | |
| <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Velar el cumplimiento de las políticas administrativas • Administrar los ingresos y costos del Centro • Velar por el cumplimiento de objetivos • Establecer políticas y normas internas | | | | | | |
| <p>Comunicación: Descendente</p> | | | | | | |
| <p>Competencias:</p> <p>Conocimientos: Finanzas, Desarrollo Gerencial, Finanzas, Auditoria. Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en Gerencia Administrativa Personalidad: Emprendedor, innovador, analítico, con liderazgo.</p> | | | | | | |
| Elaborado por: Gorky Revelo | | Revisado por: | | Autorizado por: | | |
| Clave: | | | | | | |
| G.G. | | | | | | |

Elaborado por: Gorky Revelo
 Fuente formato: (Fincowsky, 2014)

Tabla 44. Manual de Funciones Jefe de Marketing

| | | | | | | |
|---|---|---------------------------------------|------------|-----------------|---|--|
|  | “Girls Soccer Dream” Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres. | Fecha | 17/07/2017 | | | |
| | | Página | 2 | De | 4 | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | Sustituye | | | | |
| | | Página | | De | | |
| Fecha | | | | | | |
| DESCRIPCIÓN DE PUESTOS | | | | | | |
| IDENTIFICACIÓN | | | | | | |
| Nombre del puesto: | | Jefe de Marketing | | | | |
| Ubicación: | | Nivel operativo | | | | |
| Clave: | | D.M. | | | | |
| Ámbito de Operación: | | Marketing | | | | |
| RELACIÓN | | | | | | |
| Jefe inmediato: | | Gerente General | | | | |
| Subordinados Directos: | | Auxiliar Administrativo, Entrenadores | | | | |
| Dependencia Funcional: | | Departamento de Marketing | | | | |
| <p>Propósito del puesto: Desarrollar estrategias de promoción y publicidad para dar a conocer los servicios y beneficios del centro.</p> | | | | | | |
| <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar técnicas de publicidad y promoción • Manejar de página web • Establecer relaciones con grupos de interés. • Publicitar en diferentes medios así por ejemplo ATL y BTL | | | | | | |
| <p>Comunicación: Ascendente y Horizontal</p> | | | | | | |
| <p>Competencias:</p> <p>Conocimientos: marketing, publicidad, diseño gráfico Experiencia: Experiencia mínima de 1 año, cargos similares Personalidad: Dinámico, Innovador, proactivo, analítico</p> | | | | | | |
| Elaborado por: Gorky Revelo | | Revisado por: | | Autorizado por: | | |
| Clave: D.F. | | | | | | |


Elaborado por: Gorky Revelo
 Fuente formato: (Fincowsky, 2014)

Tabla 45. Manual de Funciones Asesor Legal

| | | | | | | |
|--|---|------------------------|------------|-----------------|---|--|
|  | “Girls Soccer Dream” Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres. | Fecha | 17/07/2017 | | | |
| | | Página | 3 | De | 4 | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | Sustituye | | | | |
| | | Página | | De | | |
| Fecha | | | | | | |
| DESCRIPCIÓN DE PUESTOS | | | | | | |
| IDENTIFICACIÓN | | | | | | |
| Nombre del puesto: | | Asesor Legal | | | | |
| Ubicación: | | Nivel auxiliar o apoyo | | | | |
| Clave: | | A.A. | | | | |
| Ámbito de Operación: | | Administrativo-Legal | | | | |
| RELACIÓN | | | | | | |
| Jefe inmediato: | | Gerente General | | | | |
| Subordinados Directos: | | N/A | | | | |
| Dependencia Funcional: | | Asesoría Legal | | | | |
| Propósito del puesto: Asistir al Gerente General sobre términos legales. | | | | | | |
| Funciones: | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Manejar de documentación del Centro • Analizar términos y contratos legales • Dar cumplimiento a los diferentes procesos | | | | | | |
| Comunicación: Ascendente | | | | | | |
| Competencias: | | | | | | |
| Conocimientos: legales, administrativos, IEES | | | | | | |
| Experiencia: Experiencia mínima de 1 año, cargos similares | | | | | | |
| Personalidad: Analítico, confiable, eficaz | | | | | | |
| Elaborado por: Gorky Revelo | | Revisado por: | | Autorizado por: | | |
| Clave: D.F. | | | | | | |

Elaborado por: Gorky Revelo
 Fuente formato: (Fincowsky, 2014)

Tabla 46. Manual de Funciones Entrenador Deportivo

| | | | | | | |
|--|---|----------------------|------------|-----------------|---|--|
|  | “Girls Soccer Dream” Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres. | Fecha | 17/07/2017 | | | |
| | | Página | 4 | De | 4 | |
| | MANUAL DE FUNCIONES | Sustituye | | | | |
| | | Página | | De | | |
| Fecha | | | | | | |
| DESCRIPCIÓN DE PUESTOS | | | | | | |
| IDENTIFICACIÓN | | | | | | |
| Nombre del puesto: | | Entrenador Deportivo | | | | |
| Ubicación: | | Nivel Operativo | | | | |
| Clave: | | E.D. | | | | |
| Ámbito de Operación: | | Entrenamiento | | | | |
| RELACIÓN | | | | | | |
| Jefe inmediato: | | Gerente General | | | | |
| Subordinados Directos: | | N/A | | | | |
| Dependencia Funcional: | | Gerente General | | | | |
| <p>Propósito del puesto: Realizar los cronogramas de actividades, recursos necesarios y tiempos para los entrenamientos.</p> | | | | | | |
| <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejar al grupo de una forma eficiente. • Enseñanza de técnicas y tácticas futbolísticas. • Preparación física. | | | | | | |
| <p>Comunicación: Ascendente</p> | | | | | | |
| <p>Competencias:</p> <p>Conocimientos: Entrenamiento deportivo, manejo de grupos. Experiencia: Experiencia mínima de 1 año, cargos similares Personalidad: Analítico, confiable, eficaz</p> | | | | | | |
| Elaborado por: Gorky Revelo | | Revisado por: | | Autorizado por: | | |
| Clave: E.D. | | | | | | |

Elaborado por: Gorky Revelo
 Fuente formato: (Fincowsky, 2014)

CAPITULO VI ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversiones en activos tangibles

Activo Fijo

Estos son bienes pertenecientes a una empresa ya sean tangibles o intangibles, que no pueden ser convertidos en líquidos a un corto tiempo, y son sumamente necesarios para el funcionamiento de una empresa u organización y no se destinan a la venta. (Zapata, Contabilidad General, 2012)

Son todos aquellos bienes que posee una organización y que son utilizados en la actividad productora de ingresos y los mismos poseen una vida útil que no se extingue con un primer uso. (Martínez, María, Celis, & Lilena, 2015)

Equipo deportivo

Es el conjunto de medios u objetos necesarios para desempeñar una actividad en este caso deportiva, el centro pretende contar con las últimas tendencias para el entrenamiento de las estudiantes así como el equipamiento tradicional.

Tabla 47. Precios Equipamiento Deportivo

| Equipo Deportivo | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| Equipamiento | Consumo Anual | Unidades | Precio Unitario | Precio Total |
| Balones | 100 | Unidades | \$8,00 | \$800,00 |
| Chalecos | 40 | Unidades | \$4,50 | \$180,00 |
| Conos | 30 | Unidades | \$1,80 | \$54,00 |
| Platillos | 40 | Unidades | \$1,40 | \$56,00 |
| Varas | 20 | Unidades | \$2,60 | \$52,00 |
| Micro vallas | 20 | Unidades | \$4,60 | \$92,00 |
| Cinturón de resistencia | 5 | Unidades | \$12,50 | \$62,50 |
| Bandas de delimitación | 3 | Unidades | \$3,80 | \$11,40 |
| Red speed | 3 | Unidades | \$42,00 | \$126,00 |
| TOTAL | | | | \$1.433,90 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: (Precios proforma, 2017)

Equipo de Computo

Es un dispositivo electrónico, que ayudan a optimizar recursos y contribuye a un proceso de mejora continua mejorando la calidad del servicio, el centro lo utilizará para guardar los datos de las estudiantes inscritas, además de realizar actividades de comunicación y socialización de las prácticas del centro.

Tabla 48. Precios Equipos de Computo

| Equipo de Computo | | | | |
|--------------------------|----------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| Equipo | Consumo Anual | Unidades | Precio Unitario | Precio Total |
| Computador Hp i5 | 1 | Unidad | \$900,00 | \$900,00 |
| Impresora | 1 | Unidad | \$250,00 | \$250,00 |
| TOTAL | | | | \$1.150,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: (Precios proforma, 2017)

Muebles y Enseres

Son diversos objetos que facilitan una actividad económica específica permitiendo desarrollarla con comodidad, el centro contara con una oficina dentro de las canchas el cual ayudara a la atención de los clientes de una manera correcta.

Tabla 49. Precios Muebles y Enseres

| Muebles y Enseres | | | | |
|--------------------------|----------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| Muebles y Enseres | Consumo Anual | Unidades | Precio Unitario | Precio Total |
| Mostrador | 1 | Unidad | \$350,00 | \$350,00 |
| Escritorio | 1 | Unidad | \$420,00 | \$420,00 |
| Sillas múltiples | 3 | Unidades | \$160,00 | \$480,00 |
| TOTAL | | | | \$1.250,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: (Precios proforma, 2017)

Equipo de Oficina

Para (Zapata, Cantabilidad General, 2012)

“Para las unidades auxiliares, es el valor de los gastos, a costo de adquisición, que realizó la unidad económica por los elementos de escritura, consumibles de computación y en general todos aquellos materiales que se emplean en las oficinas, que fueron consumidos por la unidad económica. Incluye: los provenientes de otras unidades económicas de la misma empresa.”

Tabla 50. Precios Equipo de Oficina

| Equipo de Oficina | | | | |
|--------------------|---------------|----------|-----------------|-----------------|
| Equipo de Oficina | Consumo Anual | Unidades | Precio Unitario | Precio Total |
| Resma de papel | 3 | Unidades | \$3,00 | \$9,00 |
| Carpetas de cartón | 100 | Unidades | \$0,90 | \$90,00 |
| Esferos | 20 | Unidades | \$0,60 | \$12,00 |
| Flash memory | 1 | Unidad | \$12,00 | \$12,00 |
| Resaltador | 6 | Unidades | 0,55 | \$3,30 |
| TOTAL | | | | \$126,30 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: (Precios proforma, 2017)

Total Activos Fijos

Tabla 51. Total de Activos Fijos

| Activo Fijo | Valor | Porcentaje de Depreciación | Total Depreciación |
|-------------------|-------------------|----------------------------|--------------------|
| Equipo deportivo | \$1.433,90 | 10% | \$143,39 |
| Equipo de computo | \$1.150,00 | 33% | \$379,50 |
| Muebles y enseres | \$1.250,00 | 10% | \$125,00 |
| Equipo de oficina | \$126,30 | 10% | \$12,63 |
| TOTAL | \$3.960,20 | | \$660,52 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: Investigación Propia

Análisis

La inversión que realizar el Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres Gises Soccer Dream estará constituido en un total de \$3960,20 en activos fijos el cual en su mayoría está compuesto por el equipo deportivo necesario para las prácticas y en los muebles y enseres que son fundamentales para la comodidad tanto de padres de familia como de las alumnas en el momento de la visita a las oficinas del centro.

Las depreciaciones se realizaran como lo estipula el Servicio de Rentas Internas:

a) la depreciación de los activos fijos se realizara de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas, y similares 5% anual.

(II) Instalaciones, Maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte, y equipo caminero móvil 20% anual.

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual (Servicio de Rentas Internas , 2017)

6.2. Inversión en Activos Intangibles

Activos diferidos

Los activos diferidos son los costos o gastos que tiene una organización por pagar pero que no se registran en el momento del desembolso sino que se los pospone o proyecta para cargarlos en periodos futuros, también representan a los bienes o servicios de los cuales se pretende recibir beneficios en periodos futuros. (Zapata, Contabilidad General, 2012)

Para nuestro emprendimiento la naturaleza de los activos que se van a utilizar será de arriendos pagados por anticipado para obtener el derecho al uso de la cancha por tres meses y la cuanta de Publicidad.

Arriendos pagados por anticipado

Es una cuanta perteneciente al activo diferido que registra el pago por el uso de cualquier tipo de infraestructura para la realización de una actividad comercial o el ofrecimiento de algún servicio. (Bravo, 2013)

Gastos de Publicidad

Estos gastos de publicidad están generalmente destinados a la generación de ingresos de una manera inmediata, pero a su vez se los puede realizar con antelación ya sea para el lanzamiento de algún producto o servicio o para los estudios de mercado. (García M. , 2012)

Tabla 52. Total Activo Diferido

| Activo Diferido | Valor | Tiempo(meses) | Total |
|----------------------------------|----------|---------------|-------------------|
| Arriendos pagados por anticipado | \$240,00 | 3 | \$720,00 |
| Publicidad | \$50,00 | 12 | \$600,00 |
| TOTAL | | | \$1.320,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: Investigación Propia

Análisis

La activos diferidos del Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres Gises Soccer Dream están compuesto solamente por dos cuentas, en su mayoría se compondrá por los arriendos pagados por anticipado y otra parte por publicidad los mismos que serán amortizados tomando en cuenta el número de años y la vida útil del proyecto de emprendimiento.

6.3. Inversiones en Activos Circulantes o capital de trabajo

6.3.1. Activo corriente o circulante

Se conoce como activo circulante el efectivo y otros activos que se esperan sean convertidos en efectivo, vendidos o consumidos durante un año o un ciclo normal de operaciones, si éste es mayor de un año. Por lo tanto, este término involucra activos tales como: - Efectivo en caja y Banco – Cuentas y Documentos por Cobrar – Estimación para Cuentas Incobrables – Inventarios. (Mercadería, Materia Prima, Productos en Proceso, Productos terminados, etc.) – Gastos Pagados por Anticipado (Primas de seguros, Intereses pagados por publicidad, Papelería y útiles de oficina, impuestos anticipados, etc.) (Zapata, Contabilidad General, 2012)

➤ **Caja-Bancos**

Esta cuenta es una de las primeras al momento de establecer una organización, es el efectivo con lo que cuenta la misma con característica deudora y se emplea para gastos, imprevistos esta cuenta indica el efectivo, cheques o vales que se encuentran en caja. (Ramírez, 2002)

Por la naturaleza del proyecto se contará con \$1000 destinados a esta cuenta proveniente de ahorros y aportes personales.

➤ **Inventario (existencias)**

Dentro de un sistema contable se define a un inventario como una cuenta donde dentro de ella se especifican las diversas denominaciones de existencias (Fierro, 2011), a su vez se define como los bienes de una empresa destinados a la venta o a la producción de productos para una posterior venta, como es la materia prima, los productos en proceso, artículos terminados y otros materiales que se utilizan. (Olando, 2012).

Para el proyecto nos basaremos en la NIC 2 para empresas de con el fin de realizar el cálculo correcto de nuestros inventarios.

El párrafo 19 de la NIC 2 “Inventarios” establece que en el caso que un prestador de servicios tenga inventarios, los medirá por los costos que suponga su producción. Estos costos se componen fundamentalmente de mano de obra y otros costos del personal directamente involucrado en la prestación del servicio, incluyendo personal de supervisión y otros costos indirectos atribuibles.

La mano de obra y los demás costos relacionados con las ventas, y con el personal de administración general, no se incluirán en el costo de los inventarios, sino que se contabilizarán como gastos del periodo en el que se hayan incurrido.

Los costos de los inventarios de un prestador de servicios no incluirán márgenes de ganancia ni costos indirectos no atribuibles que, a menudo, se tienen en cuenta en los precios facturados por el prestador de servicios. (Cueva, 2010)

Tabla 53. Inventario

| Inventario | | | |
|-------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| Artículos | Cantidad | Precio Unitario | Precio Total |
| Uniformes | \$100,00 | \$15,00 | \$1.500,00 |
| Maletas | \$100,00 | \$8,00 | \$800,00 |
| Toma todos | \$100,00 | \$2,50 | \$250,00 |
| TOTAL | | | \$2.550,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: Investigación Propia

➤ Cuentas por Cobrar

Las cuentas por cobrar son créditos comerciales a favor de la empresa originados por la venta de mercadería o servicios e incluyen los garantizados tanto por facturas o notas de entrega y demás documentos abalizados. (Sarmiento, 2012)

Para establecer las cuentas por cobrar del proyecto se trabajara con un presupuesto por resultados:

PpR (Presupuesto por resultados)

El presupuesto por resultados es una estrategia para cambiar la forma para realizar un presupuesto, este presupuesto plantea el diseño de actividades para la resolución de problemas, además asegura que las personas reciban los bienes y servicios de forma segura (Ministerio de Economía y Finanzas, 2015)

El presupuesto por resultados se requiere que sea de una forma clara y objetiva para alcanzar los objetivos esperados, además el compromiso que debe tener la empresa por alcanzar sus metas, se determinan los diferentes responsables ya sea para la rendición de cuentas como también para la implementación de la generación de mecanismos para dar una buena información sobre los productos (Ministerio de Finanzas Guatemala, 2016)

Es el promedio de pago de las ventas que serán a crédito:

Datos

Se ha establecido como periodo promedio de recuperación de 30, 45 hasta 60 días.

Aplicación

Ecuación 2. Presupuesto por Resultados

$$PpR = 30 + 45 + 60$$

$$PpR = 135/3$$

$$PpR = 45$$

Calculo

Para realizar el cálculo se toma como referencia los días 30, 45 y 60 como días de recuperación.

Análisis

Después de aplicar la respectiva fórmula se obtiene que el presupuesto por recuperación es de 45 días debido a la naturaleza del proyecto.

Para determinar las cuentas por cobrar se aplica la siguiente fórmula:

Ecuación 3. Cuentas por cobrar

$$Cuentas\ por\ cobrar = \frac{ventas\ anuales}{360} * periodo\ promedio\ de\ recuperación$$

Datos:

Ventas anuales= DPI Real*Precio

Ventas anuales= (234*\$30)*12 meses

Ventas anuales= \$84240

Ppr (Presupuesto por Resultados)= 45 días

Aplicación

$$Cuentas\ por\ cobrar = \frac{84240}{360} * 45$$

$$Cuentas\ por\ cobrar = 10530$$

Cálculo

Para el cálculo de las cuentas por cobrar se realiza la división de las ventas anuales de 84240 para 360 días del año, todo multiplicado por el PpR 45.

Análisis

Después de realizar los cálculos se obtiene \$10530 de cuentas por cobrar.

Total Activo Corriente

Tabla 54. Total Activo Corriente

| ACTIVO CORRIENTE | |
|--|-------------------|
| Caja, Banco | \$1000,00 |
| Inventario | \$2.250,00 |
| Cuentas por cobrar | \$10530,00 |
| Total activo corriente o circulante | \$13900,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: Investigación Propia

Análisis

Los activos corrientes o circulantes están conformado por caja con un valor de \$1000,00 valor que se cuenta para imprevistos a presentarse en el Centro, con un inventario de \$2250 disponible y las cuentas por cobrar por un valor de \$10530; obteniendo un total de \$13900 de activo circulante.

6.3.2. Pasivo Circulante

Son deudas y obligaciones cuya liquidación se espera llevar a cabo dentro de un año o de un ciclo normal de operaciones si éste es mayor de un año. La clasificación de las principales cuentas del pasivo circulante son: Proveedores, Retenciones por pagar, Impuestos por pagar, Gastos acumulados por pagar, Cobros anticipados, Acreedores varios. (Bravo, 2013)

Fórmula

Ecuación 3. Pasivo corriente

$$\text{Pasivo Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Tasa Circulante}}$$

Datos

| | |
|--------------------------------|-------|
| TC (Mercado Bancario BCE 2017) | 2,5 |
| Activo Corriente | 13900 |

Aplicación

$$\text{Pasivo Corriente} = \frac{13900}{2,5}$$

$$\text{Pasivo Corriente} = \$5560$$

Cálculo

Para obtener el pasivo corriente se procede a despejar la fórmula de la tasa circulante, dividiendo el activo corriente que es \$13900 para 2,5 que es la tasa circulante, esta tasa es la que se maneja en el mercado bancario.

Análisis

Al aplicar la formula se obtiene que el pasivo corriente o circulante es de \$5560.

6.3.3. Capital de Trabajo

En el mundo moderno el capital de trabajo corresponde a una de las partidas más importantes, ya que es el capital neto con lo que una organización puede y debe trabajar sus operaciones, en pocas palabras el capital de trabajo es la diferencia entre los activos corrientes y pasivos corrientes de una empresa. (Fierro, 2011)

Tabla 55. Capital de Trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO | |
|---------------------------|------------|
| Total Activo corriente | 13900,00 |
| Total Pasivo corriente | (-)5560,00 |
| Capital de trabajo | \$8340,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: Investigación Propia

Fórmula

Ecuación 4. Capital de trabajo

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Total Activo corriente} - \text{Total Pasivo corriente}$$

$$\text{Capital de trabajo} = 13900 - 5560$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$8340$$

Cálculo

Para realizar el cálculo se procede a aplicar la fórmula del capital de trabajo siendo igual al total activo corriente \$13900 menos el total pasivo corriente \$5560

Análisis

Después de aplicar la respectiva fórmula se obtiene que el capital de trabajo es de \$8340

6.4. Resumen de Inversiones

Inversión inicial

Ecuación 5. Inversión Inicial

$$\text{Inversión inicial} = \text{Activo fijo} + \text{Activo diferido} + \text{Capital de trabajo}$$

$$\text{Inversión inicial} = 3960,20 + 1320 + 8340$$

$$\text{Inversión inicial} = \$13620,20$$

“Girls Soccer Dream” Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres, tiene una inversión inicial de \$13620,20 por sus activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

6.5.Financiamiento

El financiamiento para el centro se lo realizara en dos partes, el primero por el capital propio y la segunda parte por capital ajeno en otras palabras a través de préstamos de instituciones financieras.

Este hace referencia a la forma de obtener dinero es decir las fuentes de origen donde una empresa se dota de dinero con el fin de cumplir con sus obligaciones en un determinado periodo de tiempo. (Zapata, Contabilidad General, 2012)

Tabla 56. Financiamiento

| Proyecto con Financiamiento | Monto | % de aportación a las Fuentes |
|-----------------------------|-----------------|-------------------------------|
| Capital Propio | 3620,20 | 26,6% |
| Institución Financiera | 10000 | 73,4% |
| TOTAL | 13620,20 | 100% |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: Investigación Propia

El centro cuenta con capital propio una cantidad de \$3620,20 que es equivalente al 26,6% del total de la inversión inicial, por ello se buscara un financiamiento en instituciones financieras de \$10000 equivalente al 73,4%.

Para el proyecto se ha tomado en cuenta algunas instituciones financieras en la ciudad gracias a sus facilidades y las tasas de interés.

Tabla 57. Comparación Instituciones Financieras

| Institución financiera | Monto | Tasa de interés activa | Meses de plazo | Base |
|------------------------|----------|------------------------|----------------|---------|
| Banco Produbanco | 10000,00 | 11,23% | 12-36 | 1000,00 |
| Banco Pacífico | 10000,00 | 11,22% | 12-36 | 500,00 |
| Banco Guayaquil | 10000,00 | 11,83% | 12-36 | 1000,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: Produbanco, Banco del Pacifico, Banco del Guayaquil

Después de realizar el cuadro comparativo se tiene como resultado que el crédito a realizar una buena opción es en el Banco del Pacifico ya que la base para el préstamo es de \$500 y una tasa de interés de 11,22% y un plazo de hasta tres años es decir de 36 meses.

6.6. Plan de Inversiones

Este hace referencia al resumen de todas la inversiones que se realizara para el centro ya sea en activos fijos, diferidos y el capital de trabajo y como se dotaran para ser debidamente cubiertos.

Tabla 58. Plan de Inversión

| Inversión | Valor (USD) | Valor % |
|--|--------------------|---------------|
| Activos Fijos | 3960,20 | 29,1 |
| Activo Diferido | 1320,00 | 9,7 |
| Capital de Trabajo | 8340,00 | 61,2 |
| TOTAL INVERSIÓN | \$ 13620,20 | 100,00 |
| Financiamiento recursos propios | 3620,20 | 26,6 |
| Financiamiento Instituciones Financieras | 10000,00 | 73,4 |
| TOTAL FINANCIAMIENTO | \$ 13620,20 | 100,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: Investigación Propia

Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres, presenta una inversión del 29,1% en sus activos fijos, 9,7% en activos diferidos y unos 61,2% de capital de trabajo, mismos que serán financiados el 26,6% por capital propio y el 73,4% con un crédito en determinada Institución Financiera.

6.7. Presupuesto de Costos

El presupuesto de costos es una expresión cuantitativa formal de los objetivos trazados de una empresa para la producción, que se propone alcanzar en un determinado periodo de tiempo, tomando en cuenta las diferentes variables que puedan existir en la organización, (Zapata, Contabilidad de costos; herramientas para la toma de decisiones, 2012), a su vez se dice que es una estimación programada de manera sistemática de las

condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

| Equipo Deportivo | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| Equipamiento | Consumo Anual | Unidades | Precio Unitario | Precio Total |
| Balones | 100 | Unidades | \$8,00 | \$800,00 |
| Chalecos | 40 | Unidades | \$4,50 | \$180,00 |
| Conos | 30 | Unidades | \$1,80 | \$54,00 |
| Platillos | 40 | Unidades | \$1,40 | \$56,00 |
| Varas | 20 | Unidades | \$2,60 | \$52,00 |
| Micro vallas | 20 | Unidades | \$4,60 | \$92,00 |
| Cinturón de resistencia | 5 | Unidades | \$12,50 | \$62,50 |
| Bandas de delimitación | 3 | Unidades | \$3,80 | \$11,40 |
| Red speed | 3 | Unidades | \$42,00 | \$126,00 |
| TOTAL | | | | \$1.433,90 |

➤ Costo del Servicio

Por la naturaleza del proyecto este no cuenta con un costo de producción debido a que el Centro no produce ningún producto para ponerlo a la venta sino que se utiliza los diferentes equipamientos o insumos deportivos para poder ofrecer el servicio de entrenamiento.

Tabla 59. Insumos Deportivos

| CARGO DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN | | |
|--|------------------|--------------------|
| DEPRECIACIÓN | | |
| DESCRIPCIÓN | VALOR | VALOR DEPR. |
| Equipo deportivo | 1433,90,00 | 143,39 |
| Muebles y enseres | 1250,00 | 125 |
| Equipo de Oficina | 126,30 | 12,63 |
| Equipos de cómputo | 1150,00 | 379,50 |
| TOTAL DEPRECIACIÓN | \$3960,20 | \$660,52 |
| AMORTIZACIÓN | | |
| Detalle | Valor | Valor Depr. |
| Publicidad | 600,00 | 120,00 |

| | | |
|----------------------------------|----------------|-----------------|
| Arriendos pagados por anticipado | 720,00 | 144,00 |
| TOTAL AMORTIZACIÓN | 1320,00 | 264,00 |
| TOTAL | | \$924,52 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Contabilidad de servicios

El cálculo para las depreciaciones se las realiza con el método de línea recta, es decir se toma el valor del bien dividido para el porcentaje estipulado por la Ley del Régimen Tributario, de esta forma llegar a la reducción periódica; no se toma el valor residual por consecuencia que la maquinaria y demás se adquirirá totalmente nueva. De igual manera se realiza para la amortización siendo el 20%

Tabla 60. Mantenimiento Equipo de Computo

| MANTENIMIENTO DE EQUIPO | | | |
|--------------------------------|----------------------|------------------------|---------------------|
| DESCRIPCIÓN | CONSUMO ANUAL | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
| Computador hp CORE i3 | 2 (semestral) | 50,00 | 100,00 |
| Impresora | 2 (semestral) | 15,00 | 30,00 |
| TOTAL | | | 130,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Computron

El mantenimiento del equipo se lo estima de manera semestral para el computador y la impresora, es decir se lo realizará dos veces al año.

Tabla 61. Mano de Obra Directa

| MANO DE OBRA DIRECTA | | | |
|-----------------------------|----------------------|------------------------|---------------------|
| DESCRIPCIÓN | CONSUMO ANUAL | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
| Entrenadores | 2 | 400,00 | 9400,00 |
| TOTAL | | | 9400,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: CONADES (Consejo Nacional de Salarios)

Costo de Servicio Total

| COSTOS DE SERVICIO | |
|-----------------------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR |
| Insumos deportivos | 1433,90 |
| Cargo Depreciación y amortización | 924,52 |
| Mantenimiento de equipo | 130,00 |
| Mano de obra directa | 9400,00 |
| TOTAL COSTOS DE SERVICIO | \$11888,42 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente formato: Contabilidad de Servicios

El total de costos de servicio es de \$11888,42 anuales.

➤ Costos administrativos

Se denominan como costos administrativos aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no son directamente identificables con la financiación, comercialización y producción. (Salinas, 2012)

Los gastos administrativos se generan en el área administrativa los cuales son relacionados con la dirección y operaciones generales así como servicios básicos, sueldos, oficinas generales (Thompson, 2010)

Los gastos administrativos son todos los gastos relacionados con el trabajo administrativos es decir tiene que ver con sueldos, teléfono, entre otros, para que la Empresa pueda funcionar.

Tabla 62. Sueldos y Salarios Administración

| SUELDOS Y SALARIOS | | | |
|-------------------------|---------------|-----------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | CONSUMO ANUAL | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
| Gerente General | 1 | 500,00 | 6000,00 |
| Asesoría Administrativa | 1 | 375,00 | 4500,00 |
| Jefe de Marketing | 1 | 450,00 | 5400,00 |
| TOTAL | | | 15900,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: CONADES (Consejo Nacional de Salarios)

Costos administrativos totales

Debido a que se arrendara las canchas el centro no deberá pagar el servicio de luz, agua e internet.

Tabla 63. Total Costos Administrativos

| COSTOS ADMINISTRATIVOS | |
|------------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | Valor |
| Sueldos y Salarios | 15900,00 |
| TOTAL | \$15900,00 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

El total de los costos administrativos es de \$15900 anuales para el emprendimiento.

➤ Costos Financieros

El costo financiero es el que está integrado por los gastos de fondos financieros es decir de créditos, es el costo por poseer una inversión (Investor S.A., 2015)

El costo financiero hace referencia exclusivamente a comisiones, intereses y gastos que deriven el título de crédito o contrato respectivo, estos costos deben ser cubiertos en un cierto periodo de tiempo (Hernández A., 2014)

Total Costo Financiero

| DESCRIPCIÓN | INTERÉS TOTAL |
|---|----------------|
| Interés por préstamo tasa activa referencial 11,22% | 1731,60 |
| TOTAL | 1731,60 |

*Tabla de Amortización: Anexo

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Banco del Pacifico

• Resumen presupuesto de costos

| COSTOS DE SERVICIO | | TOTALES |
|-----------------------------------|---------|---------|
| Insumos deportivos | 1433,90 | |
| Cargo Depreciación y amortización | 924,52 | |

| | | |
|---------------------------------|----------|-------------------|
| Mantenimiento de equipo | 130,00 | |
| Mano de obra directa | 9400,00 | |
| TOTAL | | \$11888,42 |
| COSTOS ADMINISTRATIVOS | | |
| Sueldos y Salarios | 15900,00 | |
| TOTAL | | \$15900,00 |
| COSTOS FINANCIEROS | | |
| Interés Préstamo Bancario | 1731,60 | |
| TOTAL | | \$1731,60 |
| TOTAL COSTO DEL PROYECTO | | \$29520,02 |

Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Investigación propia


El total de costos del proyecto es de \$29520,02

6.7.1. Situación financiera actual

Balance General

El término balance significa relación de igualdad entre dos partes, en este caso debe existir la igualdad entre los bienes económicos que poseen una empresa y las obligaciones que esta contrajo con el fin de adquirirlos. (Zapata, Contabilidad General, 2012)

Tabla 64. Balance General

|  <p style="text-align: center;">Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en mujeres "Girls Soccer Dream" BALANCE GENERAL</p> | | | |
|---|--------------------|--------------------------------|--------------------|
| ACTIVO | | PASIVO | |
| Caja-Bancos | \$1.000,00 | Pasivo Corriente | \$5.560,00 |
| Cuentas por Cobrar | \$10.530,00 | TOTAL PASIVO CIRCULANTE | \$5.560,00 |
| Inventario | \$2.250,00 | Largo Plazo | |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | \$13.780,00 | Prestamo Bancario | \$10.000,00 |
| Tangibles | | TOTAL PASIVO L.P. | \$10.000,00 |
| Equipamento deportivo | \$1.433,90 | | |
| (-) Depre. Acu. Equipamento deportivo | \$143,39 | | |
| Equipo de Computo | \$1.150,00 | TOTAL PASIVO | \$15.560,00 |
| (-) Depre. Acu. Equipo de Computo | \$379,50 | | |
| Muebles y Enseres | \$1.250,00 | | |
| (-) Depre. Acu. Muebles y Enseres | \$125,00 | | |
| Equipo de Oficina | \$126,30 | | |
| (-) Depre. Acu. Equipo de Oficina | \$12,63 | | |
| TOTAL TANGIBLES | \$3.299,68 | | |
| Intangibles | | | |
| Publicidad | \$600,00 | | |
| Arrendos Prepagados | \$720,00 | | |
| (-) Amortización Acumulada Neta | \$264,00 | CAPITAL | \$2.575,68 |
| TOTAL INTANGIBLES | \$1.056,00 | TOTAL PATRIMONIO | \$2.575,68 |
| | | | |
| TOTAL ACTIVO | \$18.135,68 | TOTAL PASIVO+PATRIMONIO | \$18.135,68 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Cálculo

Para realizar el cálculo del balance general se suma el activo corriente, el activo tangible e intangible, obteniendo así el total de activos; para obtener el pasivo se suma el pasivo corriente, el pasivo a largo plazo en este caso; mientras que para el patrimonio se resta el activo menos el pasivo.


Análisis

El balance general muestra un total de activos de \$18135,68; un total de pasivos de \$15560 y un total de patrimonio de \$2575,68; lo que evidencia que no se obtienen cifras rojas.

6.7.2. Situación Financiera Proyectada

La proyección de los siguientes valores del estado de situación inicial se realiza en base a la tasa de inflación del 1.12% (año 2017) según el Banco Central de Ecuador del año 1 (2018) al año 5 (2022). Se recalca que las depreciaciones van disminuyendo porque cada año se va depreciando el valor del activo.

Tabla 65. Balance General Proyectado

| | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 | Año 2021 | Año 2022 |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|  <p style="text-align: center;">Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en mujeres "Girls Soccer Dream" BALANCE GENERAL</p> | | | | | | |
| ACTIVO | | | | | | |
| Caja-Bancos | \$1.000,00 | \$1.011,20 | \$1.022,53 | \$1.033,98 | \$1.045,56 | \$1.057,27 |
| Cuentas por Cobrar | \$10.530,00 | \$10.647,94 | \$10.767,19 | \$10.887,79 | \$11.009,73 | \$11.133,04 |
| Inventario | \$2.250,00 | \$2.275,20 | \$2.300,68 | \$2.326,45 | \$2.352,51 | \$2.378,85 |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | \$13.780,00 | \$13.934,34 | \$14.090,40 | \$14.248,21 | \$14.407,79 | \$14.569,16 |
| Tangibles | | | | | | |
| Equipamento deportivo | \$1.433,90 | \$1.290,51 | \$1.147,12 | \$1.003,73 | \$860,34 | \$716,95 |
| (-) Depre. Acu. Equipamento deportivo | \$143,39 | \$143,39 | \$143,39 | \$143,39 | \$143,39 | \$143,39 |
| Equipo de Computo | \$1.150,00 | \$770,50 | \$391,00 | \$11,50 | \$1.162,88 | \$775,64 |
| (-) Depre. Acu. Equipo de Computo | \$379,50 | \$379,50 | \$379,50 | \$379,50 | \$387,24 | \$387,24 |
| Muebles y Enseres | \$1.250,00 | \$1.125,00 | \$1.000,00 | \$875,00 | \$750,00 | \$625,00 |
| (-) Depre. Acu. Muebles y Enseres | \$125,00 | \$125,00 | \$125,00 | \$125,00 | \$125,00 | \$125,00 |
| Equipo de Oficina | \$126,30 | \$113,67 | \$101,04 | \$88,41 | \$75,78 | \$63,15 |
| (-) Depre. Acu. Equipo de Oficina | \$12,63 | \$12,63 | \$12,63 | \$12,63 | \$12,63 | \$12,63 |
| TOTAL TANGIBLES | \$3.299,68 | \$2.639,16 | \$1.978,64 | \$1.318,12 | \$2.180,74 | \$1.512,48 |
| Intangibles | | | | | | |
| Publicidad | \$600,00 | \$606,72 | \$613,52 | \$620,39 | \$627,33 | \$634,36 |
| Arriendos Prepagados | \$720,00 | \$728,06 | \$736,22 | \$744,46 | \$752,80 | \$761,23 |
| (-)Amortizacion Acumulada Neta | \$264,00 | \$266,96 | \$269,95 | \$272,97 | \$276,03 | \$279,12 |
| TOTAL INTANGIBLES | \$1.056,00 | \$1.601,74 | \$1.619,68 | \$1.637,82 | \$1.656,16 | \$1.674,71 |
| TOTAL ACTIVO | \$18.135,68 | \$18.175,24 | \$17.688,72 | \$17.204,15 | \$18.244,70 | \$17.756,36 |
| PASIVO | | | | | | |
| Pasivo Corriente | \$5.560,00 | \$5.622,27 | \$5.685,24 | \$5.748,92 | \$5.813,30 | \$5.878,41 |
| TOTAL PASIVO CIRCULANTE | \$5.560,00 | \$5.622,27 | \$5.685,24 | \$5.748,92 | \$5.813,30 | \$5.878,41 |
| Largo Plazo | | | | | | |
| Prestamo Bancario | \$10.000,00 | \$10.112,00 | \$10.225,25 | \$10.339,78 | \$10.455,58 | \$10.572,69 |
| TOTAL PASIVO L.P. | \$10.000,00 | \$10.112,00 | \$10.225,25 | \$10.339,78 | \$10.455,58 | \$10.572,69 |
| TOTAL PASIVO | \$15.560,00 | \$15.734,27 | \$15.910,50 | \$16.088,69 | \$16.268,89 | \$16.451,10 |
| CAPITAL | \$2.575,68 | \$2.440,96 | \$1.778,23 | \$1.115,46 | \$1.975,81 | \$1.305,26 |
| TOTAL PATRIMONIO | \$2.575,68 | \$2.440,96 | \$1.778,23 | \$1.115,46 | \$1.975,81 | \$1.305,26 |
| TOTAL PASIVO+PATRIMONIO | \$18.135,68 | \$18.175,24 | \$17.688,72 | \$17.204,15 | \$18.244,70 | \$17.756,36 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

6.7.3. Presupuesto de ingreso

Para este tomaremos el precio ya establecido en el capítulo 3 por lo que se procederá a evidenciar cual sería el ingreso estimado para el centro.

Tabla 66. Presupuesto de Ingresos Bruto

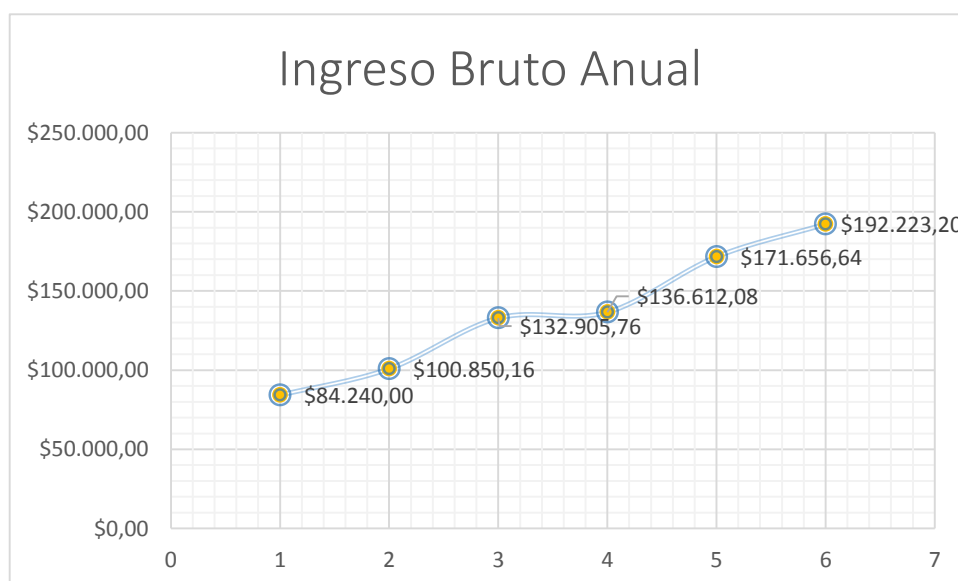
| PROYECCIÓN DE PRECIOS | | |
|-----------------------|---------|-----------|
| AÑO | PRECIO | INFLACIÓN |
| 2017 | \$30,00 | 1,12% |
| 2018 | \$30,34 | \$0,34 |
| 2019 | \$30,68 | \$0,34 |
| 2020 | \$31,02 | \$0,34 |
| 2021 | \$31,37 | \$0,35 |
| 2022 | \$31,72 | \$0,35 |

| AÑOS | DPI REAL | PRECIO | INGRESOS MENSUALES | INGRESOS ANUALES BRUTOS |
|----------|----------|--------|--------------------|-------------------------|
| (0) 2017 | 234 | 30 | 7020,00 | \$84.240,00 |
| (1) 2018 | 277 | 30,34 | 8404,18 | \$100.850,16 |
| (2) 2019 | 361 | 30,68 | 11075,48 | \$132.905,76 |
| (3) 2020 | 367 | 31,02 | 11384,34 | \$136.612,08 |
| (4) 2021 | 456 | 31,37 | 14304,72 | \$171.656,64 |
| (5) 2022 | 505 | 31,72 | 16018,60 | \$192.223,20 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Gráfico 29. Ingresos Brutos Anuales



Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Cálculo

El cálculo de los ingresos brutos se lo realiza mediante la multiplicación del DPI real por el precio.

Análisis

El presupuesto de ingresos para el centro se estima en el año 1 es de \$\$84.240,00 mientras que para el año 5 se espera un ingreso bruto de \$ \$192.223,20.

6.7.4. Estado de resultados proyectado

Tabla 67. Estado de Resultados Proyectado

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|  <p style="text-align: center;">Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en mujeres "Girls Soccer Dream" ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</p> | | | | | | |
| Ingresos | \$84.240,00 | \$85.183,49 | \$86.137,54 | \$87.102,28 | \$88.077,83 | \$89.064,30 |
| (-)Costo del Servicio | \$11.888,42 | \$12.021,57 | \$12.156,21 | \$12.292,36 | \$12.430,04 | \$12.569,25 |
| (=)Utilidad Bruta | \$72.351,58 | \$73.161,92 | \$73.981,33 | \$74.809,92 | \$75.647,79 | \$76.495,05 |
| (-)Costos Administrativos | \$15.900,00 | \$16.078,08 | \$16.258,15 | \$16.440,25 | \$16.624,38 | \$16.810,57 |
| (-)Costos Financieros | \$1.731,60 | \$1.750,99 | \$1.770,61 | \$1.790,44 | \$1.810,49 | \$1.830,77 |
| (=)Utilidad antes de Impuestos | \$54.719,98 | \$55.332,84 | \$55.952,57 | \$56.579,24 | \$57.212,93 | \$57.853,71 |
| Impuesto a la Renta MIPYME | | | | | | |
| (-)25% | \$13.680,00 | \$13.833,21 | \$13.988,14 | \$14.144,81 | \$14.303,23 | \$14.463,43 |
| (=)Utilidad después de Impuestos | \$41.039,99 | \$41.499,63 | \$41.964,43 | \$42.434,43 | \$42.909,70 | \$43.390,28 |
| (-)Repartición utilidades trabajadores 15% | \$6.156,00 | \$6.224,94 | \$6.294,66 | \$6.365,16 | \$6.436,45 | \$6.508,54 |
| (=)Utilidad Neta | \$34.883,99 | \$35.274,69 | \$35.669,76 | \$36.069,27 | \$36.473,24 | \$36.881,74 |
| (+)Carga Depreciación y Amortización | \$924,52 | \$934,87 | \$945,35 | \$955,93 | \$966,64 | \$977,47 |
| (=)Flujo Neto de Efectivo | \$35.808,51 | \$36.209,56 | \$36.615,11 | \$37.025,20 | \$37.439,88 | \$37.859,21 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia


Análisis

En el presente balance se determinó que el flujo neto de efectivo es de \$35808,51

6.7.5. Flujo de caja

Es un informe financiero que presenta de forma detallada el flujo tanto de ingresos como de egresos que tiene una organización en un determinado periodo de tiempo, se detallara los ingresos como son efectivos de venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos e intereses ganados, y los egresos se detallaran en los costos inducidos por la actividad de la empresa y créditos a pagar. (Salinas, 2012)

Tabla 68. Flujo de Caja Neto

|  <p style="text-align: center;">Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en mujeres "Girls Soccer Dream" FLUJO DE CAJA</p> | | | | | | |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| INGRESOS OPERACIONALES | \$13.620,20 | \$84.240,00 | \$85.183,49 | \$86.137,54 | \$87.102,28 | \$88.077,83 |
| (+)Recursos propios | \$3.620,20 | | | | | |
| (+)Recursos ajenos | \$10.000,00 | | | | | |
| (+)Ingresos por ventas | | \$84.240,00 | \$85.183,49 | \$86.137,54 | \$87.102,28 | \$88.077,83 |
| (-) EGRESOS OPERACIONALES | \$29.520,02 | \$29.850,64 | \$30.184,97 | \$30.523,04 | \$30.864,90 | \$30.864,90 |
| (+)Costos operacionales | | \$13.620,02 | \$13.772,56 | \$13.926,82 | \$14.082,80 | \$14.240,52 |
| (+)Costos administrativos | | \$15.900,00 | \$16.078,08 | \$16.258,15 | \$16.440,25 | \$16.624,38 |
| (=)FLUJO OPERACIONAL | \$13.620,20 | \$54.719,98 | \$55.332,84 | \$55.952,57 | \$56.579,24 | \$57.212,93 |
| INGRESOS NO OPERACIONALES | | | | | | |
| (+)Créditos a contraerse a corto plazo | | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 |
| (-) EGRESOS NO OPERACIONALES | | \$1.731,60 | \$1.750,99 | \$1.770,61 | \$1.790,44 | \$1.810,49 |
| (+)Ínteres pago prestamos largo plazo | | \$1.731,60 | \$1.750,99 | \$1.770,61 | \$1.790,44 | \$1.810,49 |
| Otros egresos | | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 |
| (=)FLUJO NO OPERACIONAL | | \$1.731,60 | \$1.750,99 | \$1.770,61 | \$1.790,44 | \$1.810,49 |
| (=)FLUJO NETO DE CAJA | \$13.620,20 | \$52.988,38 | \$53.581,85 | \$54.181,97 | \$54.788,80 | \$55.402,44 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

6.8.Punto de equilibrio

Este es el punto donde no existe ni perdidas ni ganancias, es decir los costos fijos y los costos variables igualan a los ingresos y por ello no existe ni una perdida ni una utilidad.

El punto de equilibrio es un punto de actividad en donde los costos son iguales a los ingresos, es decir llega a un punto en donde no existe ni perdida ni utilidad (Crece Negocios, 2015)

Tabla 69. Costos Fijos y Variables

| DETALLE | COSTOS FIJOS | VALOR | COSTO VARIABLE | VALOR |
|-----------------------------|--|-----------------|-------------------------|---------------|
| Costo de Servicio | Cargo amortización, depreciación y mantenimiento | 1054,52 | Suministros de oficina | 126,30 |
| | Insumos deportivos | 1433,90 | | |
| | Mano de obra directa | 9400,00 | | |
| Costo Administrativo | Arriendo | 2880,00 | | |
| | Sueldos y salarios | 15900,00 | | |
| Costo Financiero | Intereses préstamo bancario | 1731,60 | | |
| TOTAL | COSTOS FIJOS | 32400,02 | COSTOS VARIABLES | 126,30 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Cálculo

Para la obtención de los costos fijos y variables se suman los costos de servicio, administrativos y financieros.

Análisis

Después de realizar el cálculo respectivo se obtiene como costo fijo un total de \$32400,02 y los costos variables un total de \$126,30.

6.8.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias

Fórmula:

Ecuación 6. Punto de equilibrio monetario

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Datos

PE: punto de equilibrio

CF: Costos fijos 32400,02

CV: Costos variables 126,30

V: Ventas 84240

$$PE = \frac{32400,02}{1 - \frac{126,30}{84240}}$$

$$PE = \$32448,67 \text{ unidades monetarias}$$

Cálculo

Para determinar el punto de equilibrio se divide los costos fijos para uno menos los costos variables dividido para las ventas.

Análisis

Después de realizar el cálculo se obtiene como resultado que el punto de equilibrio en unidades monetarias es de \$32448,67

6.8.2. Punto de equilibrio en personas

Ecuación 2. Punto de equilibrio en unidades

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

Datos

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos 32400,02

CVU: Costos variables unitarios $126.30/234= 0,54$

PVU: Precio de venta unitario 30

$$PE = \frac{32400,02}{30 - 0,54}$$

$$PE = \frac{32400}{29,46}$$

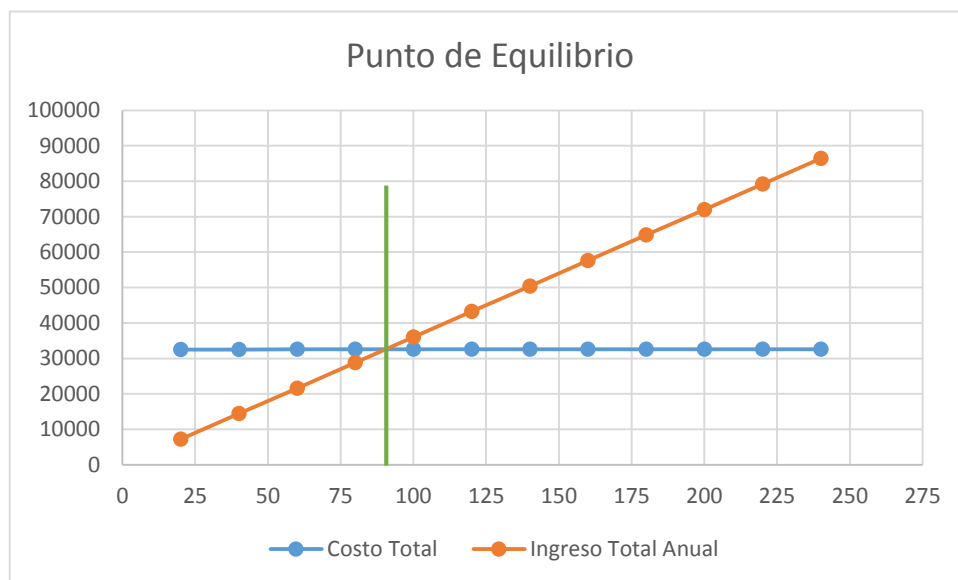
PE = 1100 Personas

Análisis

Después de realizar el cálculo se obtiene como resultado que el punto de equilibrio en personas de 1100 al año es decir que el centro debe recibir alrededor de 91 estudiantes al mes para cumplir con todas sus obligaciones.

6.8.3. Punto de equilibrio graficado

Gráfico 30. Punto de Equilibrio Graficado



Elaborado por: Gorky Revelo
Fuente: Investigación propia

6.9. Tasa de descuentos y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

Tmar

Es la tasa mínima atractiva de retorno de un proyecto, es la rentabilidad mínima que se desea obtener al realizar las operaciones mercantiles o comerciales de una empresa, se la

utiliza como una de los elementos esenciales para la evaluación financiera de un proyecto.
(Toro, 2014)

6.9.1. Cálculo Tmar 1 sin financiamiento

Ecuación 7. Tmar1 sin financiamiento

$$Tmar1 = i + f$$

Datos

Tmar: Tasa mínima atractiva de retorno?

i (Riesgo país) 9,3 % = 0,093 (Banco Central del Ecuador 2017)

f: (Inflación) 0,16% = 0,0016 (Banco Central del Ecuador 2017)

Aplicación

$$TMAR 1 = 0,093 + 0,0016$$

$$TMAR 1 = 0,0946$$

$$TMAR 1 = 9,46\%$$

Cálculo

TMAR 1 se encontrara aplicando la fórmula establecida en la que se el riesgo país que es de 9,3% más la tasa de inflación que es de 0,16% estos datos son proporcionados por el Banco Central del Ecuador.

Análisis

Obtenemos que el TMAR 1 es decir la tasa mínima de retorno es de 9,46% la misma que es mayor a la tasa activa del Banco Central del Ecuador siendo esta de 7,72%.

6.9.2. Cálculo Tmar2 sin financiamiento

Ecuación 8. Tmar2 sin financiamiento

$$Tmar2 = i + f(2)$$

Datos

TMAR (Tasa mínima atractiva de retorno)

i (Riesgo país) 9,3 % = 0,093 (Banco Central del Ecuador 2017)

f: (Inflación)

0,16% = 0,0016 (Banco Central del Ecuador 2017)

Aplicación

$$\text{TMAR } 2 = 0,093 + 0,0016(2)$$

$$\text{TMAR } 2 = 0,0962$$

$$\text{TMAR } 2 = 9,62\%$$

Cálculo

TMAR 2 se encontrara aplicando la fórmula establecida en la que se el riesgo país que es de 9,3% más la tasa de inflación que es de 0,16% por 2 estos datos son proporcionados por el Banco Central del Ecuador.

Análisis

El TMAR 2 es decir la tasa mínima de retorno es de 9,62% para el emprendimiento del centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres.

6.9.3. Cálculo Temar1 Global Mixto

Tabla 70. Tmar1 Mixta Global

| PROYECTO CON FINANCIAMIENTO | MONTO | % DE APORTACIÓN A LAS FUENTES | TMAR ANUAL | PONDERACIÓN |
|-----------------------------|-----------------|-------------------------------|---------------|--------------|
| Capital propio | 3620,20 | 26,6% | 9,46% | 2,52% |
| Inversión financiera | 10000,00 | 73,4% | 8,08% | 5,93% |
| TOTAL | 13620,20 | 100% | 17,54% | 8,45% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Cálculo

Para la obtención del TMAR 1 mixto global se multiplica el porcentaje de la aportación de las fuentes por el TMAR anual, en la cual el capital propio corresponde al 9,46% y el 8,08% de la institución financiera.

Análisis

En el emprendimiento del centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres, el TMAR global mixto será de 8,45% resultando ser muy atractivo para los

inversionistas del emprendimiento debido a que su tasa mínima atractiva de retorno será superior a la de la institución financiera que está en 8,08% aproximadamente.

6.9.4. Cálculo Tmar2 global mixta

Tabla 71. Tmar 2 Global Mixta

| PROYECTO CON FINANCIAMIENTO | MONTO | % DE APORTACIÓN A LAS FUENTES | TMAR ANUAL | PONDERACIÓN |
|-----------------------------|-----------------|-------------------------------|---------------|-------------|
| Capital propio | 3620,20 | 26,6% | 9,62% | 2,56% |
| Inversión financiera | 10000,00 | 73,4% | 8,08% | 5,94% |
| TOTAL | 13620,20 | 100% | 17,71% | 8,5% |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Cálculo

Para la obtención del TMAR 2 mixto global se multiplica el porcentaje de la aportación de las fuentes por el TMAR2 anual, en la cual el capital propio corresponde al 9,62% y el 8,08 de la institución financiera.

Análisis

En el emprendimiento del centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres, el TMAR global mixto será de 8,5% resultando ser muy atractivo para los inversionistas del emprendimiento debido a que su tasa mínima atractiva de retorno será superior a la de la institución financiera que está en 8,08% aproximadamente.

6.10. Valor actual neto

El VAN es una herramienta financiera muy poderosa que nos da la posibilidad de evaluar la rentabilidad que nos ofrecen los diferentes proyectos de inversión, financieramente es la diferencia entre el dinero que entra a la organización y la cantidad que se invierte en un mismo proyecto para evidenciar si tiene frutos. (Finnerty, 2000)

El VAN cuenta con una tasa de interés que se llama tasa de corte y es la que se usa para actualizarse constantemente. Dicha tasa de corte, la da la persona que va a evaluar dicho proyecto y que se hace en conjunto con las personas que van a invertir.

El Valor Actual Neto (VAN) es el flujo de efectivo de un proyecto para determinar la viabilidad del mismo.

6.10.1. Calculo VAN1

Para el cálculo se toma en cuenta la tasa mínima de rendimiento con financiamiento 1 es decir el Tmar1 global el 8,45%.

Ecuación 9. VAN 1

$$VAN1 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Datos

| AÑOS | 1 AÑO | 2 AÑO | 3 AÑO | 4 AÑO | 5 AÑO |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| FNE | 36.209,56 | 36.615,11 | 37.025,20 | 37.439,88 | 37.859,21 |
| T-MAR 1 | 8,45% | | | | |
| Inversión inicial | 13620,20 | | | | |

$$VAN1 = -13620,20 + \frac{36209,56}{(1 + 0,0845)^1} + \frac{36615,11}{(1 + 0,0845)^2} + \frac{37025,20}{(1 + 0,0845)^3} + \frac{37439,88}{(1 + 0,0845)^4} + \frac{37859,21}{(1 + 0,0845)^5}$$

$$VAN1 = -13620,20 + 33388,25 + 31131,58 + 29027,44 + 27065,51 + 25236,19$$

$$VAN1 = 132228,78$$

Cálculo:

Se va aplicar la fórmula establecida para calcular el VAN1 en la cual se suma la división de los flujos netos de efectivo de cada año para la constante que es uno más la TMAR 1, y al final se resta la inversión inicial.

Análisis:

El rendimiento para el emprendiendo del centro calculando la VAN 1 es de \$ 132228,78.

6.11. Indicadores financieros

Estas razones son el producto de comparar resultados numéricos ya sea del balance general o del estado de resultados con el fin de tener una perspectiva financiera del funcionamiento de una organización, se los utiliza en su mayoría para identificar tendencias, en algunos casos estos indicadores pueden predecir la quiebra en un futuro. (Block & Bartley, 2013)

6.11.1. Índice de solvencia

Ecuación 11. Índice de Solvencia

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{18135,68}{15560}$$

$$\text{Solvencia} = \$1,17$$

Análisis

Según el indicador de solvencia el centro está en la capacidad de recuperar \$1,17 por cada dólar invertido, obtenido mediante la división del activo total para el pasivo total.

6.11.2. Índice de liquidez

Ecuación 12. Índice de liquidez

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{13780}{5560}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \$2,48$$

Análisis

El centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres, en el indicador de liquidez cuenta con \$2,48 para poder cumplir las obligaciones de pago por cada dólar de deuda a corto plazo, después de haber dividido el activo corriente para el pasivo corriente.

6.11.3. Índice de endeudamiento

Ecuación 13. Índice de endeudamiento

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{15560}{18135,68} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 85,8\%$$

Análisis

Según el indicador de endeudamiento el porcentaje de participación de los acreedores dentro del centro sobre el total de activos es de 85,8%, obtenido a después de dividir el pasivo total para el activo total por cien.

6.11.4. Índice de apalancamiento

Ecuación 14. Índice de apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{15560}{2575,68}$$

$$\text{Apalancamiento} = 6,04 \text{ veces}$$

Análisis

El porcentaje de compromiso con los acreedores de la empresa es mayor a 1, esto se interpreta que es necesario y conveniente financiar la actividad de la empresa mediante deuda porque se produce una utilidad mayor a la deuda.

6.12. Relación Costo-beneficio

Es una herramienta financiera que consiste en tomar los ingresos y egresos presentes netos para compararlos y determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se está poniendo en el proyecto, este mide la relación entre los costos y los beneficios en un proyecto de inversión con el fin de evaluar si existirá o no una determinada rentabilidad. (Brigham & Houston, 2011)

Ecuación 15. Costo- Beneficio

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

Datos:

Sumatoria de los Ingresos brutos: \$734.247,84

Sumatoria Costo total del proyecto (proyectado):

| COSTOS TOTALES | | | | | | |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| COSTOS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| COSTO DEL SERVICIO | \$11.888,42 | \$12.021,57 | \$12.156,21 | \$12.292,36 | \$12.430,04 | \$12.569,25 |
| COSTO ADMINISTRATIVO | \$15.900,00 | \$16.078,08 | \$16.258,15 | \$16.440,25 | \$16.624,38 | \$16.810,57 |
| COSTO FINANCIERO | \$1.731,60 | \$1.750,99 | \$1.770,61 | \$1.790,44 | \$1.810,49 | \$1.830,77 |
| TOTAL | \$29.520,02 | \$29.850,64 | \$30.184,97 | \$30.523,04 | \$30.864,90 | \$31.210,59 |
| TOTAL: \$152.634,15 | | | | | | |

$$R \frac{B}{C} = \frac{734247,84}{152634,15}$$

$$R \frac{B}{C} = \$4,81$$

El centro de formación profesional de fútbol especializado en mujeres según la relación costo- beneficio tiene \$4,81 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido,

resultado obtenido a través de la división de la sumatoria total de ingresos brutos y la sumatoria total de egresos.

6.13. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo que sirve para evaluar el proyecto de inversión este periodo de recuperación es considerado como un indicador que mide la liquidez así como también el riesgo, permite anticipar los eventos a corto plazo (PyMES futuras, 2012)

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo que se requiere para que la empresa recupere la inversión inicial del emprendimiento, esto se calcula a partir de las entradas del efectivo (Trujillo, 2014)

Es el procedimiento por el cual permite definir o saber el tiempo de recuperación de la inversión inicial del emprendimiento.

Ecuación 16. Periodo de recuperación de la inversión

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

Datos

Inversión inicial: 13620,20

Sumatoria Flujo Neto de Caja:

| AÑOS | 1 AÑO | 2 AÑO | 3 AÑO | 4 AÑO | 5 AÑO | TOTAL |
|------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| FNE | \$52.988,38 | \$53.581,85 | \$54.181,97 | \$54.788,80 | \$55.402,44 | \$270.943,44 |

Número de años: 5

$$PRI = \frac{13620,20}{\frac{270943,44}{5}}$$

$$PRI = 0,25$$

Años: 0

Meses: 0,25*12=3

Días: 0

Análisis

El periodo de recuperación de inversión del emprendimiento del Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres es de 3 meses, lo que demuestra la factibilidad del proyecto ya que nos es mayor a 5 años.

6.14. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la tasa de rentabilidad de los flujos netos de efectivo para los productos la reinversión comparando la tasa mínima de rendimiento requerida (Pymesfuturo.com, 2012).

La Tasa interna de retorno contribuye a determinar la rentabilidad del proyecto, la cual es única e independiente del coste asumido por los recursos aportados (Arguedas Sanz & González Arias, 2016).

La tasa interna de retorno TIR es una herramienta financiera indispensable para el emprendimiento ya que contribuya a determinar la rentabilidad del mismo mediante su cálculo.

| AÑOS | 1 AÑO | 2 AÑO | 3 AÑO | 4 AÑO | 5 AÑO |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| FNE | 36.209,56 | 36.615,11 | 37.025,20 | 37.439,88 | 37.859,21 |
| Inversión inicial | -13620,20 | | | | |

TIR= 2,665471107

El objetivo del TIR es igualar los flujos netos de efectivo anuales con la inversión inicial, por ello se procede a aplicar el TIR calculado con el fin de conocer si se igualaran los valores.

$$\begin{aligned} VAN = & -13620,20 + \frac{36209,56}{(1 + 2,665471107)^1} + \frac{36615,11}{(1 + 2,665471107)^2} \\ & + \frac{37025,20}{(1 + 2,665471107)^3} + \frac{37439,88}{(1 + 2,665471107)^4} \\ & + \frac{37859,21}{(1 + 2,665471107)^5} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} VAN = & -13620,20 + 9878,555554 + 2725,214821 + 751,8098502 \\ & + 207,4031012 + 57,21666557 \end{aligned}$$

$$VAN = 0$$

Análisis


El porcentaje del TIR es decir de la tasa interna de retorno para el Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres es de 2,665471107, dando como resultado un VAN 0 lo cual es adecuado para la comprobación de un correcto TIR siendo factible así el proyecto de inversión.

6.15. Análisis de sensibilidad

Dentro de la evaluación de proyectos este análisis consiste en la simulación de cual seria los cálculos dependiendo de los diferentes escenarios, modificando las diferentes variables mientras el resto de los componentes permanecen constantes. (Block & Bartley, 2013)

6.15.1. Escenario optimista +20%

Tabla 72. Escenario Optimista +20%

|  <p style="text-align: center;">Centro de Formación de Fútbol Especializado en Mujeres "Girls Soccer Dream" Flujos Netos de Efectivo Escenario Optimista</p> | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| | 36209,56 | 36615,11 | 37025,2 | 37439,88 | 37859,21 |
| Más el 20% | 43451,47 | 43938,13 | 44430,24 | 44927,86 | 45431,05 |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

➤ VAN 1

A Valor presente actual o valor actual neto.

Ecuación 18. VAN1 Escenario optimista +20%.

$$VAN1 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Datos

| AÑOS | 1 AÑO | 2 AÑO | 3 AÑO | 4 AÑO | 5 AÑO |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| FNE | 43451,47 | 43938,13 | 44430,86 | 44927,86 | 45431,05 |
| T-MAR 1 | 8,45% | | | | |
| Inversión inicial | 13620,20 | | | | |

$$VAN1 = -13620,20 + \frac{43451,47}{(1 + 0,0845)^1} + \frac{43938,13}{(1 + 0,0845)^2} + \frac{44430,86}{(1 + 0,0845)^3} + \frac{44927,86}{(1 + 0,0845)^4} + \frac{45431,05}{(1 + 0,0845)^5}$$

$$VAN1 = -13620,20 + 40065,90 + 37357,90 + 34832,93 + 32478,61 + 30283,43$$

$$VAN1 = 175018,77$$

Análisis

El valor actual neto es mayor a cero por esta razón el emprendimiento es factible. Este proyecto tiene la capacidad de recuperar el valor de inversión y por ende generar una utilidad con una tasa mínima de rendimiento del 8,45%

➤ Tasa Costo-Beneficio

Ecuación 20. Tasa Beneficio- Costo. Escenario optimista +20%

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

Datos:

Sumatoria de los Ingresos brutos: \$734.247,84

Sumatoria Costo total del proyecto (proyectado):

| COSTOS TOTALES | | | | | | |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| COSTOS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| COSTO PRODUCCION | \$11.888,42 | \$14.266,10 | \$17.119,32 | \$20.543,19 | \$24.651,83 | \$29.582,19 |
| COSTO ADMINISTRATIVO | \$15.900,00 | \$19.080,00 | \$22.896,00 | \$27.475,20 | \$32.970,24 | \$39.564,29 |
| COSTO VENTAS | \$1.731,60 | \$2.077,92 | \$2.493,50 | \$2.992,20 | \$3.590,65 | \$4.308,77 |
| COSTO FINANCIERO | \$29.520,02 | \$35.424,02 | \$42.508,83 | \$51.010,59 | \$61.212,71 | \$73.455,26 |
| TOTAL | \$11.888,42 | \$14.266,10 | \$17.119,32 | \$20.543,19 | \$24.651,83 | \$29.582,19 |
| TOTAL: \$263.611,42 | | | | | | |

$$R \frac{B}{C} = \frac{734247,84}{263611,42}$$

$$R \frac{B}{C} = \$2,79$$

El Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres según la relación costo- beneficio tiene \$2,79 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, resultado obtenido a través de la división de la sumatoria total de ingresos brutos y la sumatoria total de egresos.

➤ **Periodo de recuperación de inversión (PRI)**

Ecuación 21. PRI- Escenario optimista +20%

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

Datos

Inversión inicial: 13620,20

Sumatoria Flujo Neto: \$222178,75

| AÑOS | 1 AÑO | 2 AÑO | 3 AÑO | 4 AÑO | 5 AÑO | TOTAL |
|------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| FNE | 43451,47 | 43938,13 | 44430,24 | 44927,86 | 45431,05 | 222178,75 |

Número de años: 5

$$PRI = \frac{13620,20}{\frac{222178,75}{5}}$$

$$PRI = \frac{13620,20}{44435,75}$$

$$PRI = 0,31$$

Años: 0

Meses: $0,31 \times 12 = 3,72$

Días: $0,72 \times 30 = 21$

Análisis

El periodo de recuperación de inversión del emprendimiento del centro es de 3 meses 21 días, lo que demuestra la factibilidad del proyecto ya que nos es mayor a 5 años.

➤ Tasa interna de retorno (TIR)

Ecuación 22. TIR- Escenario optimista +20%

| AÑOS | 1 AÑO | 2 AÑO | 3 AÑO | 4 AÑO | 5 AÑO |
|-------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| FNE | 43451,47 | 43938,13 | 44430,24 | 44927,86 | 45431,05 |
| Inversión inicial | -13620,20 | | | | |

$$TIR = 3,198838416$$

El objetivo del TIR es igualar los flujos netos de efectivo anuales con la inversión inicial, por ello se procede a aplicar el TIR calculado con el fin de conocer si se igualaran los valores.

$$VAN = -13620,20 + \frac{43451,47}{(1 + 3,198838416)^1} + \frac{43938,13}{(1 + 3,198838416)^2} + \frac{44430,24}{(1 + 3,198838416)^3} + \frac{44927,86}{(1 + 3,198838416)^4} + \frac{45431,05}{(1 + 3,198838416)^5}$$

$$VAN = -13620,20 + 10348,45062 + 2492,202144 + 600,1933417 + 144,54366 + 34,8102373$$


$$VAN = 0$$

Análisis

El porcentaje del TIR es decir de la tasa interna de retorno para el centro es de 3,198838416 dando como resultado que es una tasa mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento por lo cual el proyecto es factible económicamente para dicha empresa. Este proyecto es rentable pues el TIR es mayor que la TMAR.

6.15.2. Escenario pesimista -20%

Tabla 73. Escenario Pesimista -20%

|  Centro de Formación de Fútbol Especializado en Mujeres "Girls Soccer Dream" Flujos Netos de Efectivo Escenario Pesimista | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| | 36209,56 | 36615,11 | 37025,2 | 37439,88 | 37859,21 |
| Menos 20% | 28967,65 | 29292,09 | 29620,16 | 29951,90 | 30287,37 |

➤ VAN 1

Valor presente actual o valor actual neto.

Ecuación 23. VAN Escenario pesimista -20%.

$$VAN1 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Datos

| AÑOS | 1 AÑO | 2 AÑO | 3 AÑO | 4 AÑO | 5 AÑO |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| FNE | 28967,65 | 29292,09 | 29620,16 | 29951,90 | 30287,37 |
| T-MAR 1 | 8,45% | | | | |
| Inversión inicial | 13620,20 | | | | |

$$VAN1 = -13620,20 + \frac{28967,65}{(1 + 0,0845)^1} + \frac{29292,09}{(1 + 0,0845)^2} + \frac{29620,16}{(1 + 0,0845)^3} + \frac{29951,90}{(1 + 0,0845)^4} + \frac{30287,37}{(1 + 0,0845)^5}$$

$$VAN1 = -13620,20 + 26710,60 + 24905,27 + 2321,95 + 21652,41 + 20188,95$$

$$VAN1 = 103058,98$$

Análisis

El valor actual neto es mayor a cero por esta razón el emprendimiento es factible. Este proyecto tiene la capacidad de recuperar el valor de inversión y por ende generar una utilidad con una tasa mínima de rendimiento del 8,45%

➤ Tasa Costo-Beneficio

Ecuación 25. Tasa Beneficio- Costo. Escenario pesimista -20%

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

Datos:

Sumatoria de los Ingresos brutos: \$734.247,84

Sumatoria Costo total del proyecto (proyectado):

| COSTOS TOTALES | | | | | | |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| COSTOS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| COSTO PRODUCCION | \$11.888,42 | \$9.510,74 | \$7.608,59 | \$6.086,87 | \$4.869,50 | \$3.895,60 |
| COSTO ADMINISTRATIVO | \$15.900,00 | \$12.720,00 | \$10.176,00 | \$8.140,80 | \$6.512,64 | \$5.210,11 |
| COSTO FINANCIERO | \$1.731,60 | \$1.385,28 | \$1.108,22 | \$886,58 | \$709,26 | \$567,41 |
| TOTAL | \$29.520,02 | \$23.616,02 | \$18.892,81 | \$15.114,25 | \$12.091,40 | \$9.673,12 |
| TOTAL: \$79.387,60 | | | | | | |

$$R \frac{B}{C} = \frac{734247,84}{79387,60}$$

$$R \frac{B}{C} = \$9,25$$

El Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres según la relación costo- beneficio tiene \$9,25 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, resultado obtenido a través de la división de la sumatoria total de ingresos brutos y la sumatoria total de egresos.

➤ **Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

Ecuación 26. PRI. Escenario pesimista -20%

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

Datos

Inversión inicial: 13620,20

Sumatoria Flujo Neto: \$148119,17

| AÑOS | 1 AÑO | 2 AÑO | 3 AÑO | 4 AÑO | 5 AÑO | TOTAL |
|------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| FNE | 28967,65 | 29292,09 | 29620,16 | 29951,90 | 30287,37 | 148119,17 |

Número de años: 5

$$PRI = \frac{13620,20}{\frac{148119,17}{5}}$$

$$PRI = \frac{13620,20}{29623,83}$$

$$PRI = 0,46$$

Años: 0

Meses: $0,46 \times 12 = 5,52$

Días: $0,52 \times 30 = 16$

Análisis

El periodo de recuperación de inversión del emprendimiento del Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres es de 5 meses y 16 días, lo que demuestra la factibilidad del proyecto ya que nos es mayor a 5 años.

➤ Tasa interna de retorno (TIR)

Ecuación 27. TIR- Escenario pesimista -20%

| AÑOS | 1 AÑO | 2 AÑO | 3 AÑO | 4 AÑO | 5 AÑO |
|-------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| FNE | 28967,65 | 29292,09 | 29620,16 | 29951,90 | 30287,37 |
| Inversión inicial | -13620,20 | | | | |

$$TIR = 2,130536614$$

El objetivo del TIR es igualar los flujos netos de efectivo anuales con la inversión inicial, por ello se procede a aplicar el TIR calculado con el fin de conocer si se igualaran los valores.

$$VAN = -13620,20 + \frac{28967,65}{(1 + 2,130536614)^1} + \frac{29292,09}{(1 + 2,130536614)^2} + \frac{29620,16}{(1 + 2,130536614)^3} + \frac{29951,90}{(1 + 2,130536614)^4} + \frac{30287,37}{(1 + 2,130536614)^5}$$

$$VAN = -13620,20 + 9253,253219 + 2988,909429 + 965,5427801 + 311,852539 + 100,732032$$

$$VAN = 0$$

Análisis

El porcentaje del TIR es decir de la tasa interna de retorno del Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres es de 2,130536614, dando como resultado que es una tasa mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento por lo cual el proyecto es factible económicamente para dicha empresa. Este proyecto es rentable pues el TIR es mayor que la TMAR.

6.1. Cuadro de sensibilidad

Tabla 74. Cuadro de Sensibilidad

| VARIACIONES | ESCENARIO OPTIMISTA | VALOR | ESCENARIO REAL | ESCENARIO PESIMISTA | VALOR |
|---------------------------------|---------------------|-----------------|----------------|---------------------|-------------------|
| Valor Actual Neto 1 | (+20) | \$175018,77 | \$ 132228,78 | (-20%) | \$ 103058,98 |
| Tasa Interna De Retorno | (+20) | 3,1988 | 2,6654 | (-20%) | 2,1305 |
| Relación Beneficio- Costo | (+20) | \$2,79 | \$4,81 | (-20%) | \$9,25 |
| Periodo Interno De Recuperación | (+20) | 2 meses 16 días | 3 meses | (-20%) | 5 meses y 16 días |

Elaborado por: Gorky Revelo

Fuente: Investigación propia

Después de realizar el análisis correspondiente se tiene como resultados que el Valor Neto Actual en el escenario optimista como pesimista asegura a los inversionistas que existe no solo recuperación de la inversión sino también existe utilidad.

La tasa interna de retorno (TIR) en el escenario optimista es de 3,1988 mientras en el escenario pesimista es de 2,1305 siendo estos valores mayores a cero y al Tmar del emprendimiento.

En la relación costo- beneficio en el escenario optimista es de \$12,79 y en el escenario pesimista es de \$9,25 lo que resulta que en cualquier escenario obtendrá ganancias por cada dólar invertido. El periodo de recuperación en el escenario optimista es de 2 meses 16 días mientras que en escenario pesimista es de 5 meses y 16 días.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- La creación del Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres permitirá el desarrollo potencial de nuevos mercados a través de la producción de nuevos y distintos servicios de entrenamiento, satisfaciendo las necesidades de nuestro grupo objetivo, esto dará un mejor resultado en la participación de mercado y reconocimiento tanto del centro y de su servicio.
- En el emprendimiento se determina la factibilidad mediante una investigación de la oferta y la demanda el cual arrojó datos positivos para la formación e implementación del centro.
- El Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres define a sus estrategias de comercialización mediante un plan de acción basado en las 4Cs, el cual está conformado por el cliente, coste, conveniencia y comunicación, definiendo así la publicidad en medios radiales y en redes sociales, siendo esta última la que se manejará en mayor nivel con el fin de generar interés hacia el centro por parte de posibles clientes, además el nicho de mercado que va dirigido es altamente competitivo por lo cual se debe trabajar en mejorar las estrategias a medida que pasa el tiempo.
- En el Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres la factibilidad técnica se enfoca en la capacidad operativa para cubrir la demanda potencial en mercado es decir que 234 estudiantes anuales por esta razón se define la ingeniería del proyecto en relación al DPI Real, sus estado de situación inicial más el resto de recursos con los que la empresa debe contar para alcanzar su metas y objetivos planteados.
- Para el Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres se establecerá un modelo de administración basado en resultados, teniendo en cuenta que es un proyecto pequeño se necesitara poco personal administrativo y de apoyo para las actividades cotidianas, con la premisa de aumentar el personal directo de los entrenamientos en un corto tiempo.

- En el Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres la evaluación económica se la ve reflejada en la evaluación del tiempo presente y a la vez futura mediante la aplicación de fórmulas e indicadores en los cuales se tiene como resultado que la Empresa si puede cubrir todos los costos que la empresa incurra ya que su capacidad de recuperación es de \$1,17 por cada dólar invertido obtenido mediante la división del activo total para el pasivo total; además cuenta con una liquidez de \$2,48 para poder cumplir sus obligaciones por cada dólar de deudas de corto plazo. Esto indica a los inversionistas que el proyecto o emprendimiento es rentable, con un crecimiento anual.

7.2.Recomendaciones

- Crear el Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres, que cumpla con estándares de calidad, satisfaciendo las necesidades, los gustos y preferencias de nuestro grupo objetivo ofreciendo espacios, equipamiento y personal adecuado para el entrenamiento.
- Realizar estudios constantes de investigación de mercados, de esta forma identificar lo que en verdad las estudiantes desean aprender del centro, preferencias que se van dando a medida que pasa el tiempo, además tomar en cuenta las exigencias futuras para estar a la par con la innovación y los cambios en la sociedad.
- El Centro logre mantener su segmento de mercado actual sin olvidar que existe un mercado potencial a cubrir en un futuro, con estrategias y propuestas viables de comercialización mediante una profundización del programa de las 4Cs y la integración del mix de marketing tomando al producto (servicio), precio, plaza y promoción para una adecuada aplicación de técnicas que permita alcanzar los niveles de ingreso esperados.
- Realizar una correcta evaluación a la ingeniería del proyecto, mediante dicho estudio se puede obtener los resultados de cuántas estudiantes se necesita para que el centro no incurra en pérdidas y así tomar decisiones para evitar una futura desaparición del emprendimiento.
- Evaluar el estado económico que se encuentra el centro, con métodos y técnicas actuales de diagnóstico para conocer si existe riesgo en corto tiempo, mediante la aplicación de métodos estadísticos que permitan la correcta evaluación de las

cifras en tiempo presente y futuro de esta manera demostrar la rentabilidad del Centro.

CAPÍTULO VIII REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arguedas Sanz, R., & González Arias, J. (2016). *Finanzas empresariales*. Madrid, España: Centro de estudios Ramón Areces.
- Blank, S. (20 de 01 de 2014). *www.emarketinghoy.com/*. Recuperado el 04 de 07 de 2017, de <http://www.emarketinghoy.com/como-evaluar-el-tamano-del-mercado-de-un-emprendimiento-web/>
- Block, S., & Bartley, D. (2013). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico : McGraw Hill.
- Bonta, P., & Farber, M. (2014). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Mexico: Editorial Norma .
- Bravo, M. (2013). *Contabilidad General*. Mexico: Publicaciones UCAB.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: Patria.
- Burack, E. (2012). *Planificación y aplicaciones creativas de recursos humanos; una orientación estratégica* . Madrid.
- Campos, C. (2014). *Marketing y Patrocinio Deportivo*. España: GPE COLECCIÓN GESTIÓN DEPORTIVA .
- Cardona A., M., Vera A., L. D., & Tabares Quiroz, J. (2012). Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura e y fondo emprender en Medellín. *Revista Cuadernos de Investigacion Universidad EAFIT*.
- Carrillo, M. (2012). *Analisis de Mercados* . España : Editorial Vertice.
- Charles, L., Joseph, H., & Carl, M. (2013). *Marketing 8va. Edición*. Pearson Educación.

- Chávez, D. (2014). Fútbol Femenino: Antecedentes, Actualidad y Cobertura . *Scielo*, 15-19.
- Cueva, C. (2010). *Contabilidad de Costos enfoque Gerencial y de Gestión*. Quorum Ediciones.
- Esparza, M. (2016). La indumentaria deportiva en la modernidad y en la posmodernidad. *Revista de la Universidad de Guadalajara Mexico*, 1-8.
- Ferré, J. (2012). *Los Estudios de Mercado: Cómo Hacer un Estudio de Mercado de Forma Práctica. Todo lo Que Conviene Saber para Hacer Estudios con Escasos Recursos*. Barcelona: Ediciones Díaz de Santos.
- Fierro, Á. (2011). *Contabilidad General* . Bogotá.
- Finnerty, J. (2000). *Financiamiento de proyectos; técnicas modernas de Ingeniería Económica* . Mexico: Prentice Hall.
- Galá, R. (25 de 01 de 2017). *www.emprendedores.es*. Recuperado el 04 de 07 de 2017, de <http://www.emprendedores.es/gestion/como-determinar-tamano-mercado-negocio>
- García, J. A., & Valencia, M. I. (2014). *Planeación, Diseño y Layout de Instalacione: Un enfoque por competencias*. Barcelona: Grupo Editorial Patria.
- García, M. (2012). *Las Claves de la Publicidad*. Madrid: Gráficas Dehon.
- Hernandez, L. (2015). *Metodología de la Investigación*. Barcelona.
- Idrovo, M. (2014). Desarrollo Deportivo . *Scielo*.
- Infante, C. (2014). Deporte Ilustrado. *Scielo*, 8-10.
- Internas, S. d. (2017). *SRI.GOV*.
- Kerin, & Berkowitz. (2012). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. Pearson Educación.
- Martínez, F., María, Á., Celis, F., & Lilena, F. (2015). *Contabilidad General; con enfoque NIFF para las pymes* . Bogotá.
- Miño, J. (2014). Deporte Femenino: Una Oportunidad No Vista. *Revista Estadio*, 10-12.

- Noriega, J. (16 de Septiembre de 2016). La Historia del Fútbol Femenino. *Telefé*, págs. 10-13.
- Olando, F. (2012). *Contabilidad general, un sistema de información*. Bogotá.
- OMPI. (2015). El Deporte y la Tecnología. *Revista de la OMPI*, 1-10.
- Pérez, J. (2013). El entrenamiento deportivo: conceptos, modelos y aportes científicos relacionados con la actividad deportiva. *Revista Digital efDepotes*, 2-16.
- Polo, A. (2012). *Manual de Deportes* . Norma.
- Pymesfuturo.com*. (2012). Recuperado el 17 de 07 de 2017, de <https://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>
- Ramírez, L. (2002). *Plan general de contabilidad*. Madrid: Prentice Hall.
- Rencoret, J. (2015). *El azar no existe. Guía simple para emprendimientos con innovación*. Bogota: Editorial Dunken.
- Reyes, P. (2013). El Deporte una alternativa a los Problemas de la Sociedad . *Redalik*.
- Rodríguez, M. (2013). Metodología de la enseñanza para las áreas técnicas y básicas profesionales. *Maestría Deportiva* , 9-79.
- Sabrás, F. S. (2013). *Ingeniería de Proyectos*. EUNSA. Ediciones Universidad de Navarra, S.A.
- Salinas, A. (2012). *Contabilidad de costos; análisis para la toma de decisiones*. Mexico: McGraw-Hill.
- Samaniego, J. (2015). El Futbol Femenino en el Ecuador . *Revista Estadio*.
- Sarmiento, R. (2012). *Laboratorio de contabilidad general*. Quito.
- SENPLADES. (Marzo de 2017). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>
- SENPLADES. (Marzo de 2017). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>
- Serna, H. (2013). *Planificación Estratégica* .

- Serrano, K. (2012). *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica*. Editorial UOC.
- Servicio de Rentas Internas* . (27 de Junio de 2017). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>
- Tanquino, M. (2015). El Perfil del Entrenador Deportivo y su Incidencia en el Desarrollo de los Deportistas. *Scielo*, 10-12.
- Toro, F. (2014). *Gestión de proyectos con enfoque PMI*. Bogotá.
- Torre, M. (2014). Actitudes y Aptitudes de la Practica Deportiva Latinoamericana. *Scielo*, 10-16.
- Torrelles, Á. S., & Frattarola, C. (2012). MANUAL PARA LA ORGANIZACIÓN Y EL ENTRENAMIENTO EN LAS ESCUELAS DE FÚTBOL. Barcelona: Editorial Paidotribo.
- Ubidia, L. (2016). La psicología de la Formacion Deportiva. *Scielo*, 8-22.
- Zapata, P. (2012). *Cantabilidad General*. McGraw-Hill Interamericana.
- Zapata, P. (2012). *Contabilidad de costos; herramientas para la toma de decisiones*. Bogotá.
- Zapata, P. (2012). *Contabilidad de costos; herramientas para la toma de decisiones*. Bogotá.

Anexos

Anexo 1. ENCUESTA APLICADA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS
ENCUESTA



Estimado(a) padre o madre de familia la presente tiene como finalidad conocer la demanda y expectativas al lanzar al mercado un Centro de Formación Profesional de Fútbol Especializado en Mujeres, razón por lo cual sus respuestas son importantes y se solicita hacerlo de manera objetiva.

Objetivo:

Estimar la demanda actual de mujeres que practican deporte y la cantidad actual de mujeres que les gustaría practicar el fútbol.

Instrucciones:

1. Lea detenidamente antes de contestar.
2. Marque con una "X" en la respuesta que considere correcta.
3. Si su respuesta es No en la pregunta 1, ha finalizado la encuesta.
4. Si su respuesta es No en la pregunta 3, ha finalizado la encuesta.

1. ¿Su Hija practica algún tipo de deporte actualmente?

SI

NO

2. ¿Le gustaría que su hija practicara el Fútbol?

SI

NO

3. ¿Estaría usted dispuesto a inscribir a su hija en un Centro de Formación Profesional de Fútbol especializado en Mujeres?

SI

NO

4. ¿Qué días preferiría que se realicen las prácticas de Fútbol en este Centro?

Lunes-Miércoles-Viernes

Martes-Jueves-Viernes

Jueves-Viernes-Sábados

5. ¿En qué horario se facilitaría la asistencia de su hija al Centro de Formación Futbolística?

En la Mañana de 9h00-11h00

En la Tarde de 15h00-1700

En la Noche de 18h00-20h00

6. ¿En Cuál de estas categorías aplicaría su hija?

8-10 años

11-14 años

15-17 años

18 en adelante

7. ¿Cuáles competencias le gustaría que su hija desarrolle en el Centro?

Agilidad

Velocidad

Flexibilidad

Fuerza

8. ¿Dónde le gustaría que desarrolle las actividades el Centro?

Canchas Fútbol City

Skandinar

Canchas de Miraflores

Canchas El Fortín

9. ¿Qué nombre preferiría para el Centro de Formación?

Girls Dream Soccer

Guaytambas Fútbol Club

Creando una Estrella

10. ¿Qué slogan preferiría para el Centro de Formación?

Yo también soy parte del deporte, formación y futuro.

Formando a Estrellas

El sueño de nosotros, el latido de millones

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio del Centro de Formación Futbolística?

25 Dólares

30 Dólares

35 Dólares

40 Dólares

12. ¿Cómo le gustaría que fuera la Forma de Pago?

Efectivo

Tarjeta de Crédito

Transferencia Electrónica

Otra.....

Anexo 2. LOGOTIPO



Anexo 3. PROFORMAS

SAN JOSÉ DEPORTES
 Dir: Mera 06-34 y Av. Cevallos
 Telf: 03 2423989
 AMBATO - ECUADOR

RUC N° 1802558120001
PROFORMA
N° 000180

| CUIDAD | DIA | MES | AÑO |
|--------|-----|-----|------|
| Ambato | 31 | 07 | 2017 |

Sr (es): Lordy Alejandro Rosales RUC: _____
 Dirección: _____ Telf: _____

| CANT. | DETALLE | P. Unit | TOTAL |
|--------------------------------|-------------------------|--------------|--------|
| 100 | Balón nacional N° 405 | 6.00 | 600.00 |
| 40 | Chalcos deportivos | 4.00 | 160.00 |
| 40 | Platillos empujamiento | 2.50 | 100.00 |
| 30 | Conos deportivos 9" | 3.00 | 90.00 |
| 20 | Vallas de 6" | 8.00 | 160.00 |
| 20 | Vallas 2 en 1. 9" a 12" | 13.00 | 260.00 |
| 300mts | elastico | 25/m. | 7,500 |
| SET DE ENTRENAMIENTO FUTBOL | | | |
| 6 Vallas de 6" | | | |
| 10 Conos 9" | | | |
| 40 Conos disco (platos) de 2" | | | |
| 2 pocaleras de 4m | | | |
| 1 Valla de empujamiento 15" | | | |
| 6m de 15' | | | |
| 3 botines de 120cm + 2 Chps. | | | |
| 2 pelotas de reacción | | | |
| 1 cuerda de saltar | | | |
| 1 Conjuntin de evasión + bho. | | | |
| | | SUB TOTAL \$ | |
| | | IVA 0% | |
| | | TOTAL \$ | |

 Firma Autorizada

original: Adquirente copia: Emisor



PAQUETES PUBLICITARIOS

PAQUETE "A"

| | |
|----------------------|------------|
| LUNES A VIERNES | 10 DIARIAS |
| BONIFICACIÓN SÁBADO | 5 DIARIAS |
| BONIFICACIÓN DOMINGO | ----- |

PAQUETE "B"

| | |
|----------------------|-----------|
| LUNES A VIERNES | 8 DIARIAS |
| BONIFICACIÓN SÁBADO | 4 DIARIAS |
| BONIFICACIÓN DOMINGO | ----- |

PAQUETE "C"

| | |
|----------------------|-----------|
| LUNES A VIERNES | 5 DIARIAS |
| BONIFICACIÓN SÁBADO | 3 DIARIAS |
| BONIFICACIÓN DOMINGO | ----- |

PAQUETE "NOCTURNO"

| | |
|---------------------|-------------|
| LUNES A VIERNES | 6 DIARIAS |
| BONIFICACIÓN SÁBADO | 3 MENCIONES |

HORARIO DE 22H00 A 06H00

MENCIONES EN VIVO Y EVENTOS ARTÍSTICOS

INFORMES: (03) 2 85 13 69
Ext 101 - 102

Anexo 4. TABLA DE AMORTIZACIÓN PRESTAMO

| SIMULA | | | | | | | | | | | |
|--------|------------|-----------------|---------------------------------|-----------------|------------------------|---------------|-----------------------|--------------------|---------------|---------------|---|
| Cuota | Fecha | Capital inicial | Amortización mensual de capital | Interés mensual | Total cuota financiera | Saldo Capital | Seguro de desgravamen | Seguro de incendio | Total seguros | Total a pagar | |
| 1 | 2017-08-31 | \$ 10,000.00 | \$ 277.78 | \$ 93.60 | \$ 371.38 | \$ 9,722.22 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 371.38 | ^ |
| 2 | 2017-09-30 | \$ 9,722.22 | \$ 277.78 | \$ 90.90 | \$ 368.68 | \$ 9,444.44 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 368.68 | |
| 3 | 2017-10-30 | \$ 9,444.44 | \$ 277.78 | \$ 88.50 | \$ 366.28 | \$ 9,166.66 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 366.28 | |
| 4 | 2017-11-29 | \$ 9,166.66 | \$ 277.78 | \$ 85.80 | \$ 363.58 | \$ 8,888.88 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 363.58 | |
| 5 | 2017-12-29 | \$ 8,888.88 | \$ 277.78 | \$ 83.10 | \$ 360.88 | \$ 8,611.10 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 360.88 | |
| 6 | 2018-01-28 | \$ 8,611.10 | \$ 277.78 | \$ 80.70 | \$ 358.48 | \$ 8,333.32 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 358.48 | |
| 7 | 2018-02-27 | \$ 8,333.32 | \$ 277.78 | \$ 78.00 | \$ 355.78 | \$ 8,055.54 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 355.78 | |
| 8 | 2018-03-29 | \$ 8,055.54 | \$ 277.78 | \$ 75.30 | \$ 353.08 | \$ 7,777.76 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 353.08 | |
| 9 | 2018-04-28 | \$ 7,777.76 | \$ 277.78 | \$ 72.90 | \$ 350.68 | \$ 7,499.98 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 350.68 | |
| 10 | 2018-05-28 | \$ 7,499.98 | \$ 277.78 | \$ 70.20 | \$ 347.98 | \$ 7,222.20 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 347.98 | |
| 11 | 2018-06-27 | \$ 7,222.20 | \$ 277.78 | \$ 67.50 | \$ 345.28 | \$ 6,944.42 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 345.28 | |
| 12 | 2018-07-27 | \$ 6,944.42 | \$ 277.78 | \$ 65.10 | \$ 342.88 | \$ 6,666.64 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 342.88 | |
| 13 | 2018-08-26 | \$ 6,666.64 | \$ 277.78 | \$ 62.40 | \$ 340.18 | \$ 6,388.86 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 340.18 | |
| 14 | 2018-09-25 | \$ 6,388.86 | \$ 277.78 | \$ 59.70 | \$ 337.48 | \$ 6,111.08 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 337.48 | |
| 15 | 2018-10-25 | \$ 6,111.08 | \$ 277.78 | \$ 57.30 | \$ 335.08 | \$ 5,833.30 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 335.08 | |
| 16 | 2018-11-24 | \$ 5,833.30 | \$ 277.78 | \$ 54.60 | \$ 332.38 | \$ 5,555.52 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 332.38 | |
| 17 | 2018-12-24 | \$ 5,555.52 | \$ 277.78 | \$ 51.90 | \$ 329.68 | \$ 5,277.74 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 329.68 | |
| 18 | 2019-01-23 | \$ 5,277.74 | \$ 277.78 | \$ 49.50 | \$ 327.28 | \$ 4,999.96 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 327.28 | |
| 19 | 2019-02-22 | \$ 4,999.96 | \$ 277.78 | \$ 46.80 | \$ 324.58 | \$ 4,722.18 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 324.58 | |
| 20 | 2019-03-24 | \$ 4,722.18 | \$ 277.78 | \$ 44.10 | \$ 321.88 | \$ 4,444.40 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 321.88 | |
| 21 | 2019-04-23 | \$ 4,444.40 | \$ 277.78 | \$ 41.70 | \$ 319.48 | \$ 4,166.62 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 319.48 | |
| 22 | 2019-05-23 | \$ 4,166.62 | \$ 277.78 | \$ 39.00 | \$ 316.78 | \$ 3,888.84 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 316.78 | |
| 23 | 2019-06-22 | \$ 3,888.84 | \$ 277.78 | \$ 36.30 | \$ 314.08 | \$ 3,611.06 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 314.08 | |
| 24 | 2019-07-22 | \$ 3,611.06 | \$ 277.78 | \$ 33.90 | \$ 311.68 | \$ 3,333.28 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 311.68 | |
| 25 | 2019-08-21 | \$ 3,333.28 | \$ 277.78 | \$ 31.20 | \$ 308.98 | \$ 3,055.50 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 308.98 | v |
| | | | \$ 10,000.00 | \$ 1,731.60 | \$ 11,731.60 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 11,731.60 | | |