



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO DEPORTIVO (CANCHA SINTÉTICA DE INDOR-FUTBOL, CANCHA DE ECUAVOLY, PISCINA, HIDROMASAJE, SAUNA Y BAR RESTAURANTE) PARA EL CANTÓN BALSAS PROVINCIA DE EL ORO”

Tesis previa a la obtención del Título de Ingenieros Comerciales

AUTORES:

*Ronald Vinicio Gallardo Chamba
Cesar Israel Ortiz Quízhpe*

DIRECTOR DE TESIS:

Lcdo. Diego Falconí

Loja - Ecuador

Lcdo. Diego Falconí, DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Haber dirigido, asesorado y revisado el presente trabajo de tesis denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO DEPORTIVO (CANCHA SINTÉTICA DE INDOR-FÚTBOL, CANCHA DE ECUAVOLY, PISCINA, HIDROMASAJE, SAUNA Y BAR-RESTAURANTE) PARA EL CANTÓN BALSAS PROVINCIA DE EL ORO”** previo a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL, realizado por los estudiantes: Ronald Vinicio Gallardo Chamba y Cesar Israel Ortiz Quizhpe, mismo que siendo realizado bajo mi dirección y control, cumple con los requisitos establecidos en las Normas Generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, y por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, Noviembre del 2011

Lcdo. Diego Falconí

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Las ideas, conceptos opiniones, interpretaciones, diseños, resultados, conclusiones y recomendaciones vertidos en el presente trabajo investigativo son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

Ronald Vinicio Gallardo Chamba

Cesar Israel Ortiz Quizhpe

AGRADECIMIENTO

Dejamos nuestro agradecimiento imperecedero a la Universidad Nacional de Loja por brindarnos la oportunidad de superarnos, también a los directivos del Área Jurídica Social y Administrativa, al personal docente de la carrera de Administración de Empresas que supieron transmitir sus conocimientos y experiencia durante nuestra formación académica, y de manera muy especial al Lcdo. Diego Falconí en calidad de director de tesis, por habernos brindado sus valiosos conocimientos, colaborando desinteresadamente en el desarrollo y culminación del presente trabajo investigativo.

Los Autores

DEDICATORIA

Expreso mi profundo agradecimiento a Dios quien guía nuestra vida, a mis padres, hermanos, y amigos quienes con su apoyo incondicional se convirtieron en fuente de apoyo y motivación para culminar con éxito esta etapa de preparación en mi vida.

Ronald V. Gallardo Ch.

Dedico este trabajo a Dios quien supo iluminarme en los momentos más difíciles de mi vida, también a mi recordado padre quien con su ejemplo supo guiarme por buenos pasos, a mi maravillosa madre, hermanos, familiares y amigos, por brindarme su apoyo y afecto desinteresado, quienes han sido pilar fundamental para la consecución de mis metas trazadas en mi vida personal y profesional.

Cesar I. Ortiz Q.

a. RESUMEN

El proyecto de factibilidad para la implementación de un complejo deportivo (cancha sintética de indor futbol, cancha de ecuavoly, piscina, hidromasaje, sauna y bar-restaurante) en el Cantón Balsas Provincia de El Oro fue elaborado con la finalidad de contribuir al desarrollo económico y social del Cantón, mediante la implementación de estas propuestas que están encaminadas a fomentar las actividades deportivas y de recreación en condiciones favorables.

En la realización del presente trabajo, se hizo necesario la utilización de materiales, métodos y técnicas de investigación que permitieron recopilar y procesar la información apropiada a los requerimientos del estudio. En primera instancia se realizó el estudio de mercado, el mismo que fue desarrollado en el Cantón Balsas, se trabajó con la Población Económicamente Activa (PEA). Se determinó la demanda de los servicios en el medio, obteniendo como resultado que la demanda efectiva para el primer año, en lo que tiene que ver a la cancha sintética de indor futbol es de 2.697 juegos anuales, mientras que en la cancha de ecuavoly la demanda será de 2.673 juegos anuales, y en la piscina, sauna e hidromasaje la demanda efectiva será de 21.681 personas.

Con los datos obtenidos en el estudio de mercado nos basamos para elaborar el estudio técnico en el cual se determinó la capacidad instalada del complejo deportivo, dando como resultado lo siguiente: tanto la cancha sintética de indoor fútbol como la cancha de ecuvoly tendrán una capacidad instalada para ofrecer 8395 juegos al año, mientras que la capacidad instalada de la piscina, sauna e hidromasaje será para atender a 175.200 personas diarias; así también se determinó la capacidad utilizada que está dada en base a la demanda que deseamos cubrir. El complejo deportivo estará ubicado en la ciudad de balsas en la ciudadela el paraíso en un área de 4.200m² que reúne las condiciones necesarias para el funcionamiento de la empresa.

En la elaboración del estudio financiero se determinó en primer lugar las inversiones a realizarse, teniendo 358.356,72 dólares en activos fijos, 1.632,00 dólares en activos diferidos y 9.662,14 en activo corriente, dando una inversión total de 369.650,86 dólares. Del valor total de las inversiones el 46% será cubierto por aportaciones de los socios con un valor de 169.650,86 dólares, y el 54% restante 200.000,00 dólares será financiado por el banco nacional de fomento. En este sentido la determinación del costo total de producción para el primer año asciende a 160.475,94 dólares, para los siguientes años se tomó referencia el incremento de la demanda y se estimó un incremento en los costos del 3% de acuerdo al índice inflacionario. Tras ver analizado diversos factores para la fijación de los precios de los servicios se determinó que el total de ingresos por venta de los servicios para el

primer año es de 248.645,10 dólares, hay que recalcar que en las ventas también se tomó como referencia un incremento anual del 3%. El estado de pérdidas y ganancias indica un margen de utilidad positiva para la empresa, que para el primer año es de 53.402,90 dólares.

En la evaluación financiera el flujo de caja refleja un valor positivo para la empresa 70.415,21 dólares para el primer año. El (VAN) valor actual neto es de 252.885,57 dólares lo que asegura un incremento en el valor de la empresa al final de la vida útil del proyecto. La tasa interna de retorno es de 21,43% que es superior a la tasa de oportunidad. La relación beneficio costo nos indica que la empresa por cada dólar invertido obtendrá una rentabilidad de 0,68 dólares. Por otro lado la empresa recuperara la inversión en un periodo de 6 años, 4 meses y 6 días. El análisis de sensibilidad nos demuestra que la empresa puede soportar un incremento máximo en los costos hasta un 20,7% y una disminución máxima de los ingresos de hasta el 12,47%.

La organización jurídica de la empresa será bajo la forma de compañía de responsabilidad limitada, para la organización administrativa se contara con dos organigramas el estructural y el funcional, además se detalla un manual de funciones para cada uno de los puestos de trabajo en la empresa.

Al término del trabajo investigativo se plantearon conclusiones y recomendaciones que surgieron de acuerdo al estudio realizado, así como la

bibliografía que se constituyó en una guía de orientación para el desarrollo de este trabajo y finalmente están los anexos.

SUMMARY

The feasibility project of the implementation of a sports complex(soccer synthetic pitch Indore, ecuavoly court, pool, whirlpool, sauna and bar-restaurant)in the Canton Province of El Oro Balsas was developed with the aim of contributing to economic development social and Canton, through the implementation of these proposals are aimed at promoting sports and recreational activities on favorable terms.

In carrying out the present work, was necessary to use materials, methods and research techniques to collect and process the appropriate information to study requirements. In the first instance, the market research conducted. It was developed in the Balsas Canton, worked with the economically active population (PEA). We determined the demand for environmental services, resulting in effective demand for the first year, you have to see football field is synthetic indor annual games of 2697, while on the court's ecuavoly 2673 demand will be annual games, and swimming pool, sauna and whirlpool effective demand will be 21.681 people.

With data market research is the basis for developing the technical study in which the installed capacity was determined and used the sports complex, resulting in the following: both indor synthetic football pitch and the pitch will have ecuavoly 8395 installed capacity to deliver games a year, while the installed capacity of the pool, sauna and whirlpool will be to serve 175.200

people daily, and also found that capacity utilization is given based on the demand we want to cover. The sports complex will be located in the city of rafts in the citadel paradise on a 4.200 m² area that qualifies for the operation of the company.

In preparing the financial study first determined the investments to be made, with \$358.356,72 in fixed assets, deferred assets \$1632,00 and 9662,12 in current assets, giving a total investment of \$369.650,86. The total investment value 46% will be covered by member's contributions with a value of \$169.650, 86 and the \$200.000, 00 remaining 54% will be funded by the National Bank building. In this sense the determination of the total cost of production for the first year amounts to \$160.475, 94 for the following year's reference was made increasing demand and estimated a cost increase of 3% according to the inflation rate. After seeing analyzed various factors for the pricing of services is determined that the total revenue from sales of services for the first year is \$248.645, 10 should be stressed that sales were also taken as a reference annual increase of 3%. The state income indicates a positive profit margin for the company, which the first year is 53.402,90.

The financial evaluation cash flow reflects a positive value for the company \$70.415, 21 for the first year. The (NPV) net present value is \$252.885, 57 which ensures an increase in the value of the company at the end of the life of the project. The internal rate of return is 21.43% which is higher than the

rate of opportunity. The cost benefit ratio indicates that the company will get for each dollar invested a return of \$0.68. On the other hand the company to recover the investment over a period of 6 years, 4 months and 6 days. The sensitivity analysis shows that the company can withstand a maximum increase in costs to 20.7% and a maximum decrease of revenue of up to 12.47%.

The legal organization of the company will be in the form of limited liability, for the administrative organization charts included two structural and functional, well detailed manual functions for the jobs in the company. At the end of the legwork has been raised conclusions and recommendations that emerged according to the study and the literature was incorporated as a guide for the development of this work and finally there are the appendices.

INTRODUCCIÓN

b. INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios el ser humano se ha preocupado por su sobrevivencia, buscando diferentes alternativas que poco a poco le permitan tener una vida más satisfactoria. Dentro de las múltiples alternativas el ser humano siempre ha tenido la necesidad de realizar actividades de recreación y esparcimiento, sea está a través de ejercicios, juegos, paseos, etc., que le brinden un bienestar personal, y de la oportunidad de relacionarse mejor con otros individuos.

En la actualidad el cantón balsas no cuenta con los suficientes espacios acondicionados en donde sus habitantes puedan realizar actividades deportivas o de recreación en condiciones favorables que le permitan a través de estas alternativas tener un mejor estilo de vida.

Partiendo de estos antecedentes se decide realizar un proyecto para determinar la factibilidad de la implementación de un complejo deportivo (cancha sintética de indor futbol, cancha de ecuavoly, piscina, hidromasaje, sauna y bar-restaurante) en el Cantón Balsas.

El contenido de esta investigación está estructurado de la siguiente manera:

Consta de un resumen en donde se expresa los aspectos más significativos del presente trabajo, una revisión literaria en el cual se encuentran inmersas las diferentes definiciones de los temas que se requieren para el desarrollo

del trabajo, el uso de materiales y métodos de investigación que nos permitieron guiar el trabajo investigativo.

Así mismo la estructuración del presente estudio está constituida por el estudio de mercado, en el que a través de la aplicación de encuestas, entrevistas y observaciones directas, se obtuvo información relevante que determinara la factibilidad de la creación del complejo deportivo. Esta información nos permitió determinar, la demanda, oferta y estrategias de comercialización.

Con el estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto sobre la base del análisis de ciertos factores como: demanda, oferta, tecnología, abastecimiento de materia prima, etc. También se logró establecer la macro y micro localización del proyecto.

En la ingeniería del proyecto se estructuró el proceso del servicio y la distribución de la planta.

A través del estudio financiero se cuantifican las inversiones, gastos operacionales, los posibles ingresos que se generaran y todos los recursos necesarios para la realización del proyecto tomando en consideración las proformas de las diferentes casas comerciales que nos ayudaran a determinar el monto necesario de inversión, así como las diferentes entidades bancarias que nos permitirán financiar el proyecto; del cual

obtenemos los costos totales, y en base a ello encontramos los costos fijos y variables para analizar el punto de equilibrio.

Se realizó la evaluación financiera con algunos indicadores económicos tales como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y el Análisis de Sensibilidad que nos sirvió de referencia para determinar la factibilidad del proyecto.

Un estudio organizacional en donde se determinó la organización jurídica de la empresa, los niveles jerárquicos, organigramas tanto estructural como funcional y el manual de funciones. Finalmente se incluyen las conclusiones que se las pudieron determinar a lo largo de la realización del proyecto y sus respectivas recomendaciones, así como los anexos y la bibliografía utilizada.

REVISIÓN
DE
LITERATURA

c. REVISIÓN DE LITERATURA

1. EMPRESA

“Se denomina empresa a aquella organización cuya finalidad es realizar algún tipo de actividad comercial, industrial o prestación de servicios con fines de lucro”¹.

1.1. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

“Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas. Dichas empresas, además cuentan con funciones, funcionarios y aspectos disímiles, a continuación se presentan los tipos de empresas según sus ámbitos y su producción.

1.1.1. Según la actividad o giro

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:

- ✓ Empresas del sector primario.
- ✓ Empresas del sector secundario
- ✓ Empresas del sector terciario.

¹ <http://www.abcpedia.com/diccionario/definicion-empresa.html>

Una clasificación alternativa es:

- a. **Industriales.** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas. Las industrias, a su vez, se clasifican en:
 - ✓ Extractivas. Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.
 - ✓ Manufactureras: Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados.
- b. **Comerciales.** Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:
 - ✓ Mayoristas: Venden a gran escala o a grandes rasgos.
 - ✓ Minoristas (detallistas): Venden al por menor.
 - ✓ Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.
- c. **Servicio.** Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:

- ✓ Transporte
- ✓ Turismo
- ✓ Instituciones financieras
- ✓ Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones)
- ✓ Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo)
- ✓ Educación
- ✓ Finanzas
- ✓ Salud

1.1.2. Según la procedencia de capital

- ✓ Empresa privada: si el capital está en manos de accionistas particulares (empresa familiar si es la familia)
- ✓ Empresa de autogestión: si los propietarios son los trabajadores, etc.
- ✓ Empresa pública: si el capital y el control está en manos del Estado
- ✓ Empresa mixta: si el capital o el control son de origen tanto estatal como privado o comunitario.

1.1.3. Según la forma jurídica

Atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios. Podemos distinguir:

- ✓ Empresas individuales: si sólo pertenece a una persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada o EIRL. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.
- ✓ Empresas societarias o sociedades: constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria, la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad por acciones simplificada SAS.
- ✓ Las cooperativas u otras organizaciones de economía social.

1.1.4. Según su tamaño

No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores. Este criterio delimita la magnitud de las empresas de la forma mostrada a continuación:

- ✓ Micro empresa: si posee 10 o menos trabajadores.
- ✓ Pequeña empresa: si tiene un número entre 11 y 49 trabajadores.

- ✓ Mediana empresa: si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
- ✓ Gran empresa: si posee más de 250 trabajadores.

1.1.5. Según su ámbito de actuación

En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir

- ✓ Empresas locales: son aquellas empresas que venden sus productos o servicios dentro de una localidad determinada.
- ✓ Empresas nacionales: son aquellas empresas que actúan dentro de un solo país.
- ✓ Empresas internacionales: si su radio de actuación abarca a dos o más países.

1.1.6. Según la cuota de mercado que poseen las empresas

- ✓ **Empresa aspirante:** aquélla cuya estrategia va dirigida a ampliar su cuota frente al líder y demás empresas competidoras, y dependiendo de los objetivos que se plantee, actuará de una forma u otra en su planificación estratégica.
- ✓ **Empresa especialista:** aquélla que responde a necesidades muy concretas, dentro de un segmento de mercado, fácilmente defendible frente a los competidores y en el que pueda actuar casi en condiciones de monopolio. Este segmento debe tener un tamaño lo

suficientemente grande como para que sea rentable, pero no tanto como para atraer a las empresas líderes.

- ✓ **Empresa líder:** aquélla que marca la pauta en cuanto a precio, innovaciones, publicidad, etc., siendo normalmente imitada por el resto de los actuantes en el mercado.
- ✓ **Empresa seguidora:** aquélla que no dispone de una cuota suficientemente grande como para inquietar a la empresa líder”.²

2. PROYECTO DE INVERSIÓN

Introducción

Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada.

En la valoración económica pueden existir elementos perceptibles por una comunidad como perjuicio o beneficio, pero que al momento de su ponderación en unidades monetarias, sea imposible o altamente difícil materializarlo. En la economía contemporánea se hacen intentos, por llegar a

² <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

aproximarse a métodos de medición que aborden los elementos cualitativos, pero siempre supeditados a una apreciación subjetiva de la realidad.

No contemplar lo subjetivo o intangible presente en determinados impactos de una inversión puede alejar de la práctica la mejor recomendación para decidir, por lo que es conveniente intentar alguna metódica que inserte lo cualitativo en lo cuantitativo.

PROYECTO			
ESTUDIO DE MERCADO	ESTUDIO TÉCNICO	ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN	ESTUDIO FINANCIERO

Un Proyecto está formado por cuatro estudios principales.

2.1. EL ESTUDIO DEL MERCADO

“El estudio de mercado es aquella etapa de un proyecto que tiene por objeto estimar la demanda, es decir la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios y una cierto período de tiempo”³.

Es la función que vincula a los consumidores, clientes y el público con el mercadólogo a través de la información la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar, y

³ “ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN”; Guía de Estudio, Módulo X; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005; 114pp.

evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del mismo. Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma será analizado, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no, y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.1.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Es el proceso que consiste en dividir al mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

2.1.1.1. Segmentación geográfica

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como: naciones, estados, con dados, ciudades o barrios, se puede operar en una o dos áreas, o en todas.

2.1.1.2. Segmentación por conducta

En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes costumbres o sus respuestas a un producto.

2.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Definición: “La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio y una plaza determinada

y que los consumidores están dispuestos a adquirir. Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a qué precio”⁴.

Para realizar el análisis de la demanda se debe tomar en cuenta:

- ✓ Los tipos de consumidores.
- ✓ Segmentarlos por actividad, edad, sexo, ubicación geográfica, ingresos.
- ✓ Conocer los gustos y preferencias.

2.1.2.1. Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad personas que utilizan el servicio que se está ofertando en un momento determinado.

2.1.2.2. Demanda Actual

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que los agentes económicos desean y pueden comprar a un precio dado y en un momento determinado.

⁴ Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Modulo “9”, Área Jurídica, Social y Administrativa. Edición año 2008.

2.1.2.3. Demanda Efectiva

Está constituida por el conjunto de bienes y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

2.1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA (COMPETENCIA)

Definición.- Es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para los que adquieran. Para realizar el análisis competidor se debe tener en cuenta:

- ✓ El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- ✓ Fortalezas y debilidades de los competidores.
- ✓ Quienes están ofreciendo ese mismo bien o servicio.
- ✓ Las características de los bienes o servicios de la competencia y el precio.

2.1.4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El propósito de plan de comercialización es de prevenir a la empresa acerca de su posición actual y futura, puesto que los alcances de hoy y sus planes para el futuro depende de juicios anticipados de las condiciones del mercado. La comercialización es un instrumento de la dirección de

empresas que suministra a las mismas los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

El plan de comercialización está elaborado en base a:

2.1.4.1. Precio

El precio es el valor de mercado de los bienes o servicios, medido en términos de lo que un comprador está dispuesto a dar para obtenerlos, los dos determinantes principales del precio son los costos y la competencia.

2.1.4.2. Promoción

La promoción es el conjunto de actividades encaminadas a lograr un mayor volumen de ventas a costa de crear y satisfacer una necesidad.

2.1.4.3. Publicidad

Publicidad, término utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios.

La publicidad es uno de los recursos más utilizados para la venta de bienes o servicios, es además una comunicación masiva, sus mensajes llegan de forma rápida permitiendo obtener información que envía el propio público sobre sus gustos y preferencias; se realiza mediante los medios de comunicación.

Objetivos de la comunicación:

- ✓ Estimular las ventas de bienes o servicios establecidos.
- ✓ Atraer nuevos nichos de mercado.
- ✓ Ayuda a la etapa de lanzamiento de bienes o servicios.

2.1.4.4. La Plaza o Distribución

Son áreas económicas totalmente activas, a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final.

En este caso se define dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Dentro de la mezcla del marketing, la función de la distribución consiste en hacer llegar el producto a su mercado meta. La actividad más importante para lograr esto es arreglar su venta (y la transferencia de la propiedad) del fabricante al consumidor final. Otras actividades (o funciones) comunes son promover el producto, almacenado y correr parte del riesgo financiero durante el proceso de distribución.

2.2. EL ESTUDIO TÉCNICO⁵

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de Mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos.

2.2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

2.2.1.1. TAMAÑO

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicara menor riesgo de mercado para el proyecto.

⁵ PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

2.2.1.1.1. Capacidad teórica

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como temperatura, altitud, humedad, etc.; que componen el medio ambiente en el que se instala. Esta capacidad se denomina teórica por cuanto una vez salida de fábrica la maquinaria es muy difícil que se pueda instalar en lugares que reúnen las mismas condiciones en las que esta fue diseñada y construida.

2.2.1.1.2. Capacidad instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de la vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

2.2.1.1.3. Capacidad utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y

generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

2.2.1.1.4. Reservas

Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción.

2.2.1.1.5. Capacidad financiera

Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante el alcanzar las condiciones económica-financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer el mercado financiero.

Cuando no es posible conseguir el financiamiento total para la inversión, si la situación lo permite, la base de implementación podría hacerse por etapas.

2.2.1.1.6. Capacidad administrativa

Al igual que en campo financiero, debe tenerse claro en panorama respecto a si para la operación de nueva unidad productiva se cuenta o se pueda conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento

eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender.

2.2.1.2. LOCALIZACIÓN

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

2.2.1.2.1. Microlocalización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementara la empresa la empresa dentro de un mercado local.

2.2.1.2.2. Macrolocalización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.

Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

2.2.1.2.3. Factores de localización

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

2.2.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

2.2.2.1. Componente Tecnológico

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que este acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no deberá ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva.

2.2.2.2. Infraestructura Física

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

2.2.2.3. Distribución en planta

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos:

- ✓ Control, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.

- ✓ Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.
- ✓ Distancia, el flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.
- ✓ Seguridad, toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.
- ✓ Espacio, el espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones, si no en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.
- ✓ Flexibilidad, la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.
- ✓ Globalidad, la distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente.

2.2.2.4. Proceso de Producción

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno. Posteriormente debe incluirse el flujograma del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; además es importante

incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc.

2.2.2.4.1. Diseño del Producto

El producto originado del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en el para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellos se tiene:

- ✓ Presentación
- ✓ Unidad de medida
- ✓ Tiempo de vida, etc.

2.2.2.4.2. Flujoograma de Proceso

El flujoograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujoograma de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujoograma debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.

2.3. EL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

- ✓ Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- ✓ Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- ✓ Como organizaras la empresa cuando el proyecto este en operación.

(Baca, 1994)⁶

2.3.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

2.3.1.1. Base Legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos tenemos:

2.3.1.1.1. Acta Constitutiva

Es el documento certificadorio de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de los socios son con los cuales se constituye la empresa.

⁶ BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de proyectos, 2da Edición, 1994.

2.3.1.1.2. La razón social o denominación

Es el nombre bajo el cual la empresas operara, el mismo debe estar acuerdo al tipo de empresa conformado y conforme lo establece la Ley.

2.3.1.1.3. Domicilio

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicara en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

2.3.1.1.4. Objeto de la sociedad

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

2.3.1.1.5. Capital social

Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como esta se ha conformado.

2.3.1.1.6. Tiempo de duración de la sociedad

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los

esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para que tiempo o plazo operara.

2.3.1.1.7. Administradores

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.

2.3.1.2. Estructura Empresarial

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa, es la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

2.3.1.2.1. Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

✓ **Nivel Legislativo-Directivo**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

✓ **Nivel Ejecutivo**

Este nivel está conformado por el Gerente-Administrador, el cual será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

✓ **Nivel Asesor**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las razones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

✓ **Nivel de Apoyo**

Este nivel se conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

✓ **Nivel Operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

2.3.1.2.2. Organigramas

- ✓ Organigrama Estructural
- ✓ Organigrama Funcional
- ✓ Organigrama de Posición

2.3.1.2.3. Manuales

✓ **Manual de Funciones**

Aunque en la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normalidad interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- ✓ Relación de dependencia (Ubicación Interna)
- ✓ Dependencia Jerárquica (Relaciones de autoridad)
- ✓ Naturaleza de trabajo
- ✓ Tareas principales
- ✓ Tareas secundarias
- ✓ Responsabilidades
- ✓ Requerimiento para el puesto

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.

2.4. EL ESTUDIO FINANCIERO

Se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?., Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

2.4.1. TIPOS DE PROYECTO

2.4.1.1. Proyecto de inversión privado.

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

2.4.1.2. Proyecto de inversión pública o social.

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los terminas evolutivos estarán referidos al termino de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

2.4.2. FASES EN LA ETAPA DE PREINVERSION.

La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases.

2.4.2.1. Generación y análisis de la idea de proyecto.

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de un la existencia de otros

proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o a totalidad del país). Es necesario indicar los criterios que han permitido detectar la existencia del problema, verificando la confiabilidad y pertinencia de la información utilizada. De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que desea o el servicio que se pretende dar.

2.4.2.2. Estudio de la prefactibilidad.

En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de prefactibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

- a. El mercado.
- b. La tecnología.
- c. El tamaño y la localización.

d. Las condiciones de orden institucional y legal.

Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnica, para después seguir con los económicos. Ambos análisis permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes.

2.4.2.3. Estudio de factibilidad

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la preinversión, se bordan los mismos puntos de la prefactibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de prefactibilidad, y que han sido incluidas en los términos de referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El análisis de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento.

Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el cual tiene importancia significativa la secuencia de afinamiento y análisis de la información.

2.4.3. ETAPAS DE INVERSIÓN

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

2.4.3.1. Financiamiento: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

- 2.4.3.2. Estudio definitivos:** Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo y a que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.
- 2.4.3.3. Ejecución y montaje:** Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

2.4.3.4. Puesta en marcha: Denominada también "**Etapa De Prueba**"

consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner "a punto" la empresa, para el inicio de su producción normal.

2.4.4. ETAPAS DE OPERACIÓN.

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos.

La determinación de la vida útil de un proyecto puede determinarse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de procesamiento). Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operario, en casos excepcionales 15 años.

2.4.5. ETAPA DE EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

El proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes. La evaluación de resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a la luz de lo que inicio el proceso. La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

1. Evaluar el impacto real del proyecto (empleo, divisas y descentralización), ya entrando en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.
2. Asimilar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar los proyectos futuros.

2.4.6. INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

2.4.6.1. VALOR ACTUAL NETO

“El valor actual neto se utiliza para determinar el saldo actualizado luego de la vida útil del proyecto. Bajo este concepto es factible realizarlo cuando el V.A.N. es positivo (mayor acero); siempre y cuando la tasa de actualización utilizada sea un porcentaje que corresponda al costo de oportunidad en el mercado financiero local.

Criterios de decisión:

- ✓ Si el V.A.N. es mayor que uno, el proyecto es conveniente-
- ✓ Si el V.A.N. es negativo, el proyecto no es conveniente y se rechaza la inversión.
- ✓ Si el V.A.N. es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista, ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

FORMULAS:**1 Fórmula para obtener el factor de actualización**

$$Fa = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

2 Fórmula para obtener el valor actual neto (V.A.N.)

$$VAN = \sum FNA - I$$

2.4.6.2. TASA INTERNA DE RETORNO

Significa la tasa de interés más alta que un inversionista estaría dispuesto a pagar sin perder dinero; si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

Se tendrá un buen criterio del proyecto cuando dicha tasas sea superior al costo del capital en el mercado financiero.

Criterios de decisión:

- ✓ Si la T.I.R. es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto.
- ✓ Si la T.I.R. es igual que el costo del capital, es indiferente realizar el proyecto.
- ✓ Si la T.I.R. es menor que el costo de capital no se debe realizar el proyecto.

Para calcular la T.I.R. tomamos una tasa Mayor y una Menor.

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA TIR

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

2.4.6.3 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtienen por cada unidad monetaria invertida.

Sirve para decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

- ✓ Si la R.B.C. es mayor que uno se acepta el proyecto
- ✓ Si la R.B.C. es igual a una, es indiferente la realización del proyecto.
- ✓ Si la R.B.C. es menor que uno, se debe rechazar el proyecto.

FORMULA PARA OBTENER RBC.

$$\text{R. B. C.} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}} - 1$$

2.4.6.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El periodo de recuperación de capital es el tiempo que tarda en recuperarse el capital que fue invertido para iniciar las actividades de la empresa. Mediante este criterio se determina el número de periodos necesarios para calcular la inversión inicial.

FORMULA:

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversion} + \frac{\text{Inversión} - \text{primeros flujos}}{\text{flujo del año que supera la inversion}}$$

2.4.6.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad trata de interpretar la incertidumbre de aquellas variables cuyas condiciones futuras se desconocen.

Las variables de mayor grado de incertidumbre son los ingresos y los costos.

Criterios de decisión:

- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que la unidad, el proyecto sería un riesgo.
- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad resultante es menor a la unidad, entonces se interpreta que el proyecto es factible hasta el porcentaje aplicado para los cálculos”⁷.

FORMULAS:**1. NUEVA TIR**

$$\text{N. TIR} = \text{Tasa Menor} + \text{Dif. de Tasas} \frac{\text{Van Menor}}{\text{Van Menor} - \text{Van Mayor}}$$

2. DIFERENCIA DE TASAS

$$\text{DT} = \text{TIR Original} - \text{Nueva TIR}$$

3. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = \frac{\text{Dif. Obtenida}}{\text{TIR proyecto}} * 100$$

4. CALCULO DE SENSIBILIDAD

$$\text{C. S} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

⁷ PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

MATERIALES

Y

MÉTODOS

d. MATERIALES Y MÉTODOS

Para realizar el presente proyecto se utilizaron los siguientes materiales y métodos.

1. MATERIALES

- ✓ Equipo de computación
- ✓ Útiles de oficina
- ✓ Material Audio-Visual
- ✓ Material didáctico

2. MÉTODOS

- ✓ **Método Descriptivo- Analítico**

Se lo aplico en la redacción del proyecto especialmente, en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos que se encontraron en la obtención de datos e información que fueron aplicados en la construcción de las fases del proyecto. La investigación fue de tipo descriptivo en vista que se presentaron los hechos tal como ocurren en la realidad. Por otra parte, también la investigación entro en un estudio de predicción, en razón de que se realizó proyecciones de algunas variables como la demanda, precios, ingresos, costos, utilidades, etc.

Permitió descubrir todos los efectos o fenómenos que se producen en el Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo y en el Estudio Financiero, con su respectivo análisis; para luego confrontar los resultados del proyecto en estudio

✓ **Método Inductivo**

La aplicación de este método se basó en la aplicación de técnicas, como la encuesta a través de la cual se determinó los gustos y preferencias de las personas en relación los servicios que ofrecerá la Empresa.

✓ **Método Deductivo**

Se basa en la presentación de conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales sobre proyectos de inversión, los mismos que se aplicaron para determinar la factibilidad del Complejo Deportivo.

3. TÉCNICAS

✓ **Observación directa**

Con esta técnica se realizó una observación a diferentes sitios relacionados con el proyecto, determinando ventajas, limitantes que tendrá la ejecución del proyecto, esta técnica permitió conocer la forma como se prestan los servicios.

✓ Encuesta

Se aplicó a una muestra representativa de la población, esto representa un número de 340 encuestas y con ello determinar las condiciones de oferta y demanda del servicio.

4. PROCEDIMIENTO

Para la realización del trabajo en el Cantón Balsas se procedió de la siguiente manera:

1. Se identificó el segmento al cual va dirigido los servicios, esto es la población económicamente activa del Cantón Balsas.
2. Una vez identificado el segmento se procedió a determinar el tamaño de la muestra.

Determinación del tamaño de la muestra

De acuerdo con los datos obtenidos del Sexto Censo de población y Quinto de vivienda 2001, el cantón Balsas cuenta con una población económicamente activa de **1.819** personas.

Según datos establecidos por el INEC del 2001 la población de Balsas creció a un ritmo de 2.5% promedio anual.

Para proyectar la población al 2010 se utilizó la siguiente fórmula:

POBLACIÓN DE BALSAS

$$P_f = P_o (1+t)^n$$

En donde:P_f= Población finalP_o= Población inicial

T= Tasa de crecimiento poblacional (Cantón Balsas)

N= Número de años

Aplicación de la fórmula:

$$P_f = 1819(1+2.5\%)^9$$

$$P_f = 1819(1.025\%)^9$$

$$P_f = 2272 \text{ (P.E.A. 2010)}$$

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

e= Error experimental (5%)

N= Población total

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{2272}{1 + 2272(0.05)^2} = \frac{2272}{1 + 2272(0.0025)}$$

$$n = \frac{2272}{6.68} \quad \mathbf{340 \text{ Encuestas.}}$$

3. Con los datos provenientes del Estudio de Mercado al conocer la existencia de demanda para los servicios, se procedió a realizar el Estudio Técnico con cuyos fundamentos se realizó los cálculos correspondientes al monto de las inversiones para determinar luego los Costos de Producción y establecer los precios de venta para los servicios. Contando con estos valores de ingresos y egresos se estructuró el Flujo de Caja para poder explicar los indicadores como el Valor Actual Neto (V.A.N.), Tasa Interna de Retorno (T.I.R.), Relación Beneficio Costo (R.B.C.), Periodo de Recuperación de Capital (P.R.C.) y Análisis de Sensibilidad (A.S.); mediante los cuales se determinó la factibilidad de implementar el proyecto, finalmente se establecieron las conclusiones y recomendaciones.

RESULTADO

DE

ENCUESTAS

e. RESULTADO DE ENCUESTAS

1. ¿Está actualmente trabajando?

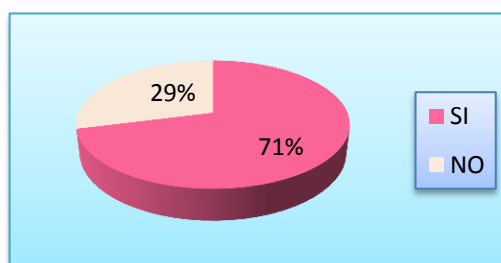
CUADRO N° 1

ALTERNATIVAS	F	%
SI	241	71%
NO	99	29%
TOTAL	340	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 1



Fuente: Cuadro N° 1

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De las 340 personas encuestadas el 71% de ellas que representa a 241 personas contestaron que actualmente cuentan con un trabajo, y el 29% restante que son 99 personas manifestaron que en la actualidad no tenían trabajo.

2. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

CUADRO N° 2

INGRESOS (USD)	F	Xm	F.Xm	%
001 -200	28	100,50	2.814,00	12%
201- 400	131	300,50	39.365,50	54%
401- 600	51	500,50	25.525,50	21%
601- 800	19	700,50	13.309,50	8%
801- 1.000	6	900,50	5.403,00	3%
1.001- 1.200	3	1.100,50	3.301,50	1%
1.201- 1.400	3	1.300,50	3.901,50	1%
TOTAL	241		93.620,50	100%

Fuente: Encuesta demandantes

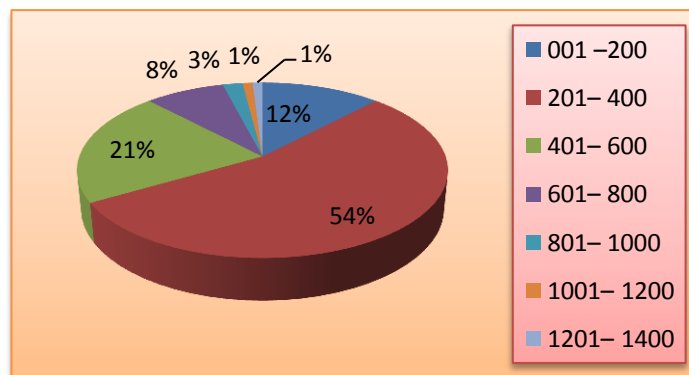
Elaboración: Los autores

$$\text{Ingreso promedio mensual} = \frac{\sum F \cdot X_m}{N}$$

$$\text{Ingreso promedio mensual} = \frac{93.620,50}{241}$$

$$\text{Ingreso promedio mensual} = 388.47$$

GRAFICO N° 2



Fuente: Cuadro N° 2

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De los 241 encuestados que respondieron que actualmente si tienen trabajo la mayor parte que es el 54% y que representa a 131 personas manifestaron que sus ingresos mensuales están entre \$201 a \$400; el 21% que son 51 personas tienen ingresos entre \$401 a \$600; el 12% que corresponde a 28 personas ganan un promedio de \$1 a \$200; el 8% que son 19 personas tienen ingresos entre \$601 a \$800; el 3% que representa a 6 personas obtienen en promedio de \$801 a \$1.000; el 1% que son 3 personas tienen ingresos de \$1.001 a \$1.200 y el mismo número de personas reciben en promedio de \$ 1.201 a 1.400.

3. ¿Realiza usted actividades deportivas o de recreación?

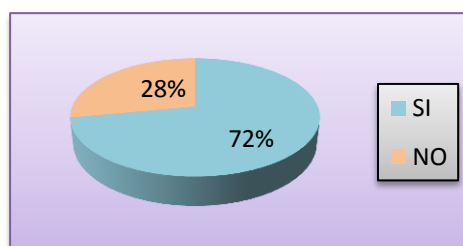
CUADRO N° 3

ALTERNATIVAS	F	%
SI	245	72%
NO	95	28%
TOTAL	340	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 3



Fuente: Cuadro N° 3

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

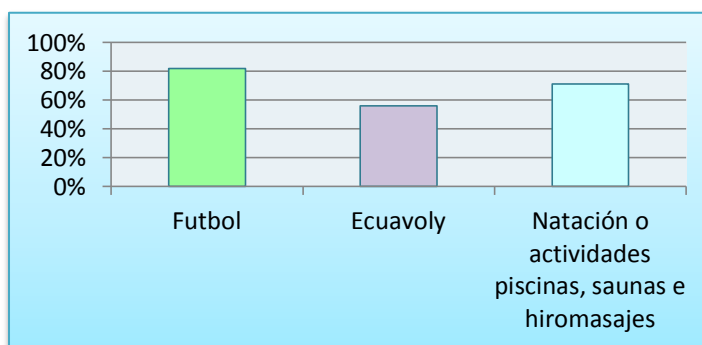
El 72% de la población encuestada que equivale a 245 personas confesaron que realizan actividad deportiva o de recreación, mientras que el 28% que son 95 personas dijeron no realizar ninguna de estas actividades.

4. ¿Cuál de estos deportes o actividades realiza usted?**CUADRO N° 4**

ALTERNATIVAS	F	%
Futbol	200	82%
Ecuavoly	137	56%
Natación o actividades en piscina, sauna e hidromasaje	174	71%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 4

Fuente: Cuadro N° 4

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

Tomando en cuenta que de la población encuestada 245 personas realizan actividades deportivas o de recreación, de ellas casi todas practican el futbol, 200 personas esto representa el 82%; el 71% de esa población que es 174

personas realizan la natación o actividades en piscinas, saunas e hidromasajes, y el 56% que corresponde a 137 personas practican el ecuavoly.

5. ¿Ha practicado usted futbol en un escenario con césped sintético?

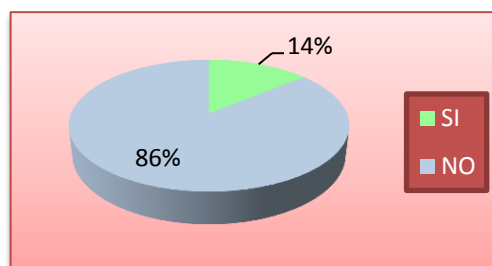
CUADRO N° 5

ALTERNATIVAS	F	%
SI	28	14%
NO	172	86%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 5



Fuente: Cuadro N° 5

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De las 200 encuestas realizadas a las personas que contestaron que realizan la práctica deportiva del futbol la mayoría el 86% que corresponde a 172 personas contestaron no haber jugado en una cancha sintética, mientras que solo el 14% que son 28 personas han tenido la posibilidad de jugar en estos escenarios acondicionados.

6. ¿Cuál es el precio que pago por la utilización de la cancha sintética?

CUADRO N° 6

ALTERNATIVAS (X.m)	F	F.Xm	%
\$24	2	48	7%
\$25	6	150	21%
\$26	12	312	43%
\$28	7	196	25%
\$30	1	30	4%
TOTAL	28	736	100%

Fuente: Encuesta demandantes

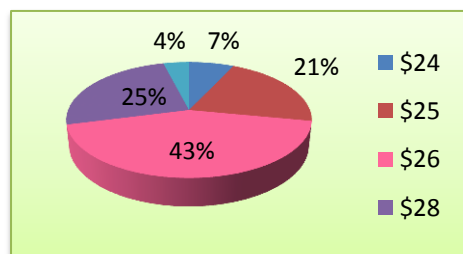
Elaboración: Los autores

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \frac{\sum F \cdot X_m}{N}$$

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \frac{736}{28}$$

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \$26$$

GRAFICO N° 6



Fuente: Cuadro N° 6

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

Con respecto a los precios que han pagado los usuarios de estos servicios (28 personas) tenemos los siguientes resultados: el 43% que son 12 personas

han pagado un valor de \$26.00; el 25% que son 7 personas contestaron haber pagado \$ 28.00; el 21% que son 6 personas pagaron \$ 25.00; el 7% que son 2 personas pagaron \$ 24.00; y 1 persona que representa el 4% pago 30.00.

7. ¿Cada que tiempo y con qué frecuencia realiza la actividad del fútbol?

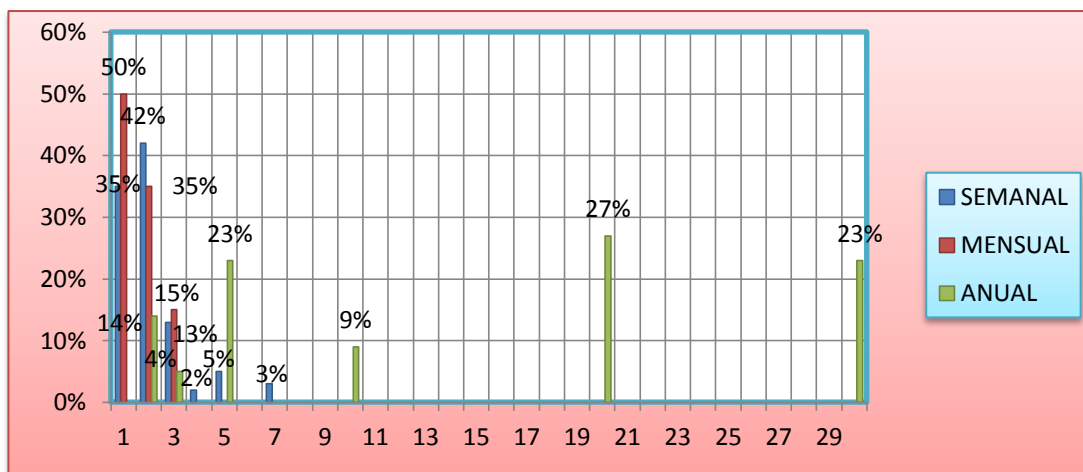
CUADRO N° 7

SEMANA			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	55	55	35%
2	66	132	42%
3	21	63	13%
4	3	12	2%
5	8	40	5%
6	0	0	0%
7	5	35	3%
TOTAL	158	337	100%
MES			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	10	10	50%
2	7	14	35%
3	3	9	15%
TOTAL	20	33	100%
AÑO			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
2	3	6	14%
3	1	3	4%
5	5	25	23%
10	2	20	9%
20	6	120	27%
30	5	150	23%
TOTAL	22	324	100%
	Σ 200		

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 7



Fuente: Cuadro N° 7
Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De los 158 encuestados que juegan cada semana el 42% que corresponde a 66 personas juegan 2 veces por semana, el 35% 55 personas juegan 1 vez, 13% que son 21 personas lo hacen 3 veces por semana, el 5% que son 8 personas juegan 5 veces en la semana, el 3% 5 personas juegan todos los días (7) y el 2% que son 3 personas juegan 4 veces.

De las 20 personas que juegan solo unos días al mes el 50% que corresponde a 10 personas juegan una vez, el 35% que representa a 7 personas juegan en dos ocasiones y el 15% restante que son 3 personas lo hacen 3 veces al año.

Son 22 personas las que manifestaron que solo juegan pocas veces al año, de ellas el 27% que son 6 personas juegan en promedio 20 veces, el 23% que representa a 5 personas juegan unas 5 veces al año, en igual cantidad lo

hacen unas 30 veces, el 14% que son 3 personas lo hacen 2 veces, el 9% que representa a 2 encuestados juegan en promedio 10 veces y el 4% restante una persona juega en promedio 3 veces al año.

CUADRO N° 8
PROMEDIO DE JUEGOS DE FUTBOL AL AÑO POR PERSONA

TIEMPO	TOTAL JUEGOS	FACTOR DE ANUALIZACIÓN	CANTIDAD ANUAL DE JUEGOS
SEMANTAL	337	52	17.524
MENSUAL	33	12	396
ANUAL	324	1	324
TOTAL			18.244

Fuente: Cuadro N° 7

Elaboración: Los autores

$$\text{Número de juegos por año} = \frac{\text{de juegos anuales}}{N}$$

$$\text{Número de juegos por año} = \frac{18.244}{200}$$

$$\text{Número de juegos por año} = 91 \text{ JUEGOS ANUALES}$$

En promedio cada persona realiza 91 juegos de futbol al año.

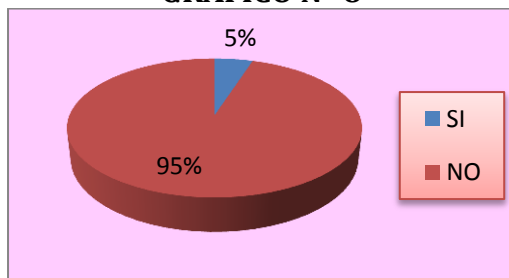
8. ¿Ha practicado ecuavoly en una cancha acondicionada para alquiler?

CUADRO N° 9

ALTERNATIVAS	F	%
SI	7	5%
NO	130	95%
TOTAL	137	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 8

Fuente: Cuadro N° 9
Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

Son 137 personas que contestaron que practican el ecuavoly; de estas la mayoría no han utilizado una cancha de ecuavoly acondicionada para alquiler, esto representa el 95% de los encuestados que son 130 personas, y solo el 5 % que son 7 personas han utilizado estos escenarios. Casi todos manifestaron que en los lugares en donde han practicado este deporte no han tenido que pagar ningún valor para poder jugar.

9. ¿Cuál es el precio que pago por la utilización de la cancha de ecuavoly?

CUADRO N° 10

ALTERNATIVAS (X.m)	F	F.Xm	%
\$1	1	1	14%
\$3	4	12	57%
\$4	2	8	29%
TOTAL	7	21	100%

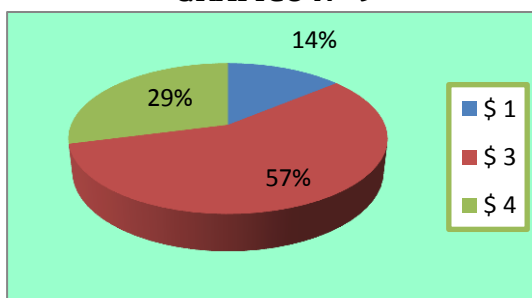
Fuente: Encuesta demandantes
Elaboración: Los autores

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \frac{\sum F \cdot X_m}{N}$$

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \frac{21}{7}$$

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \$3$$

GRAFICO N° 9



Fuente: Cuadro N° 10
Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De las 7 personas que han utilizado una cancha de ecuavoly acondicionada para alquiler más de la mitad el 57% que son 4 personas pagaron \$ 3.00, el 29% que corresponde a 2 personas pagaron \$ 4.00, y el 14% restante una sola persona pago \$ 1.00. El precio promedio es de \$ 3.00.

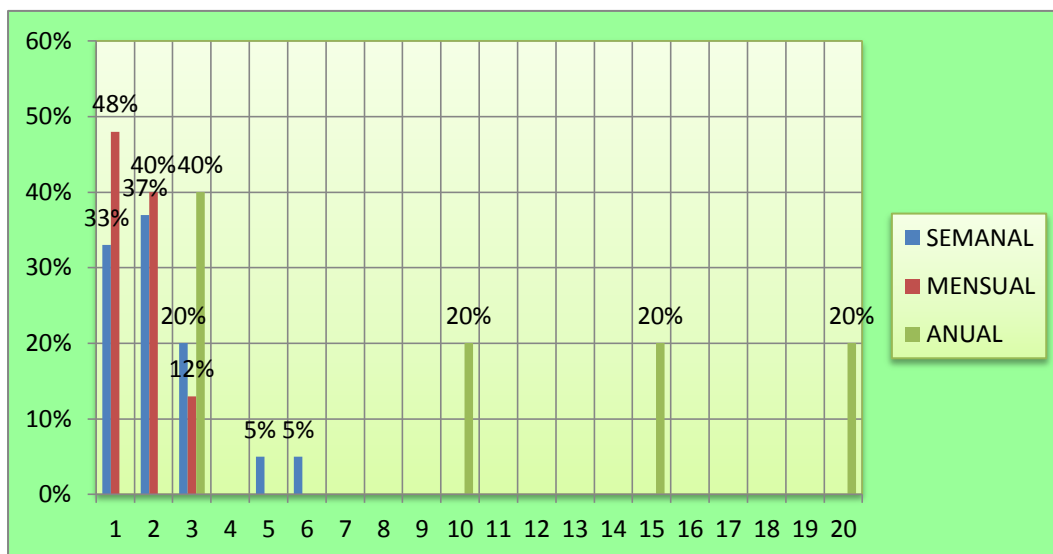
10.¿Cada que tiempo y con qué frecuencia realiza la actividad del ecuavoly?

CUADRO Nº 11			
SEMANTAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	26	26	33%
2	29	58	37%
3	16	48	20%
5	4	20	5%
6	4	24	5%
TOTAL	79	176	100%
MENSUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	23	23	48%
2	19	38	40%
3	6	18	12%
TOTAL	48	79	100%
ANUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
3	4	12	40%
10	2	20	20%
15	2	30	20%
20	2	40	20%
TOTAL	10	102	100%
	Σ 137		

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 10



Fuente: Cuadro N° 11

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

El 37% de 79 encuestados que juegan cada semana que son 29 personas juegan 2 veces por semana, el 33% que representa a 26 personas juegan 1 vez a la semana, el 20% 16 lo hacen en 3 ocasiones, mientras que el 5% que son 4 personas juegan 5 veces; así mismo igual cantidad de personas juegan 6 veces cada año.

De 48 personas que juegan ecuavoly cada mes el 48% que son 23 personas juegan una sola vez al mes, el 40% que corresponde a 19 personas juegan en 2 ocasiones y finalmente el 12% que equivale a 6 encuestados juegan 3 veces al mes.

De las personas que respondieron jugar ocasionalmente al año que son 10 el 40 % que corresponde a 4 personas respondieron que juegan 3 veces al año, el 20% que equivale a dos personas lo hacen 10 veces al año; así mismo el mismo número de personas respondieron jugar 15 y 20 veces al año respectivamente.

**CUADRO N° 12
PROMEDIO DE JUEGOS DE ECUAVOLY AL AÑO POR PERSONA**

TIEMPO	TOTAL VISITAS	FACTOR DE ANUALIZACIÓN	CANTIDAD ANUAL DE JUEGOS
SEMANAL	176	52	9.152
MENSUAL	79	12	948
ANUAL	102	1	102
TOTAL			10.202

Fuente: Cuadro N° 11

Elaboración: Los autores

$$\text{Número de juegos por año} = \frac{\text{de juegos anuales}}{N}$$

$$\text{Número de juegos por año} = \frac{10.202}{137}$$

$$\text{Número de juegos por año} = 74 \text{ JUEGOS ANUALES}$$

En promedio cada persona realiza 74 juegos de ecuavoly al año.

11. ¿Ha utilizado usted las instalaciones de una piscina?

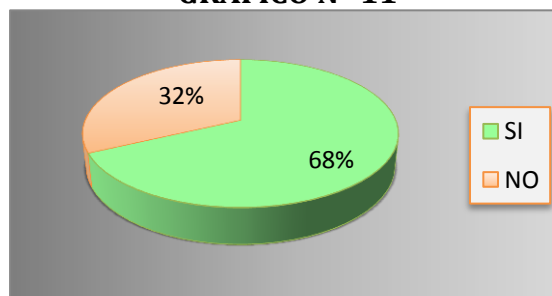
CUADRO N°13

ALTERNATIVAS	F	%
SI	119	68%
NO	55	32%
TOTAL	174	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 11



Fuente: Cuadro N° 13

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De los 174 encuestados que realizan natación o actividades en piscinas, saunas e hidromasajes el 68% que corresponde a 119 personas respondieron que si han utilizado una piscina y el 32% restante que son 55 personas no han utilizado una piscina.

12. ¿Cada que tiempo y con qué frecuencia asiste usted a una piscina?

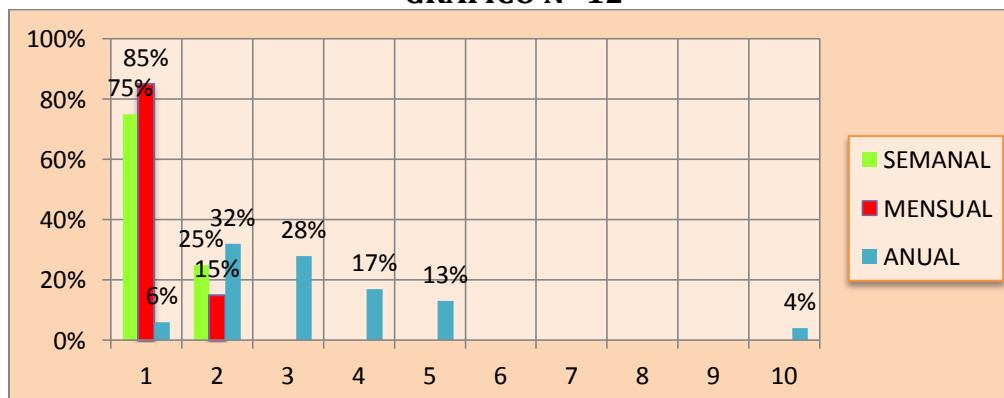
CUADRO N° 14

SEMANAL			
DIAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	3	3	75%
2	1	2	25%
TOTAL	4	5	100%
MENSUAL			
DIAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	11	11	85%
2	2	4	15%
TOTAL	13	15	100%
ANUAL			
DIAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	6	6	6%
2	33	66	32%
3	29	87	28%
4	17	68	17%
5	13	65	13%
10	4	40	4%
TOTAL	102	332	100%
Σ 119			

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 12



Fuente: Cuadro N° 14

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De las 4 personas que acuden cada semana a una piscina el 75% que serían 3 personas van una vez por semana y el 25% restante 1 persona asiste 2 veces a la semana.

Del total de 13 personas que acuden cada mes a la piscina el 85% que son 11 personas contestaron ir una ocasión al mes, y el 15% restante contestaron acudir en dos ocasiones cada mes.

De las 102 personas que asisten a la piscina en ocasiones al año el 32% que corresponde a 33 personas lo harían en 2 ocasiones, el 28% que son 29 personas asistirían 3 veces, el 17% que son 17 personas lo harían 4 veces, el 13% que corresponde a 13 personas acudirían 5 veces, el 6% que equivale a 6 personas lo harían 1 sola vez y finalmente el restante 4% que son 4 personas asistirían en promedio 10 veces al año.

**CUADRO N° 15
PROMEDIO DE VISITAS A LA PISCINA EN EL AÑO POR PERSONA**

TIEMPO	TOTAL VISITAS	FACTOR DE ANUALIZACIÓN	CANTIDAD ANUAL DE VISITAS
SEMANAL	5	52	260
MENSUAL	15	12	180
ANUAL	332	1	332
TOTAL			772

Fuente: Cuadro N° 14

Elaboración: Los autores

$$\text{Número de visitas por año} = \frac{\text{de visitas anuales}}{N}$$

$$\text{Número de visitas por año} = \frac{772}{119}$$

Número de visitas por año = 6 visitas anuales

En promedio cada persona realiza 6 visitas al año a la piscina.

13. ¿Ha utilizado usted las instalaciones de un sauna e hidromasaje?

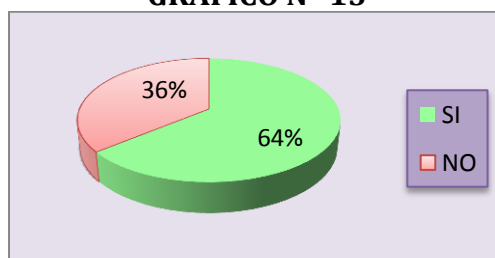
CUADRO N° 16

ALTERNATIVAS	F	%
SI	112	64%
NO	62	36%
TOTAL	174	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 13



Fuente: Cuadro N° 16

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De los 174 encuestados el 64% que equivale a 112 personas si han utilizado los servicios de sauna e hidromasaje y el 36% que son 62 personas no han tenido la posibilidad de utilizar estos servicios.

14.¿Cada que tiempo y con qué frecuencia asiste usted al sauna e hidromasaje?

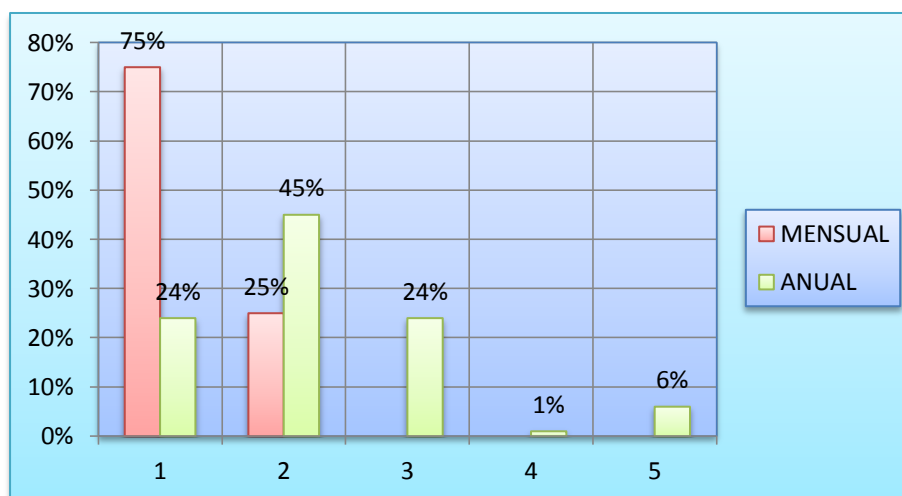
CUADRO N° 17

MENSUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	3	3	75%
2	1	2	25%
TOTAL	4	5	100%
ANUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	26	26	24%
2	49	98	45%
3	26	78	24%
4	1	4	1%
5	6	30	6%
TOTAL	108	236	100%
	Σ 112		

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 14



Fuente: Cuadro N° 17

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De las 4 encuestados que contestaron acudir a estos lugares en ocasiones al mes el 75% que son 3 personas lo hacen en una ocasión y el 25% que corresponde a 1 encuestado acude dos veces por mes.

Son 108 las personas que contestaron acudir pocas veces al año a estos lugares, de estas el 45% que equivale a 49 personas lo hacen en dos ocasiones, el 24% que son 26 personas acuden una sola vez, la misma cantidad lo hacen en 3 ocasiones, mientras que el 6% 6 personas asisten 5 veces y el 1% restante que representa una persona acude 4 veces al año.

CUADRO N° 18
PROMEDIO DE VISITAS AL SAUNA E HIDROMASAJE EN EL AÑO POR PERSONA

TIEMPO	TOTAL VISITAS	FACTOR DE ANUALIZACIÓN	CANTIDAD ANUAL DE VISITAS
MENSUAL	5	12	60
ANUAL	236	1	236
TOTAL			296

Fuente: Cuadro N° 17

Elaboración: Los autores

$$\text{Número de visitas por año} = \frac{\text{de visitas anuales}}{N}$$

$$\text{Número de visitas por año} = \frac{296}{112}$$

$$\text{Número de visitas por año} = 3 \text{ visitas anuales}$$

En promedio es de que cada persona realiza 3 visitas en el año al sauna e hidromasaje.

15.¿Cuál es el precio que pago por la utilización de la piscina, sauna e hidromasaje?

CUADRO N° 19

ALTERNATIVAS (Xm)	F	F.Xm	%
\$1	10	10	8%
\$2	13	26	11%
\$3	67	201	56%
\$4	21	84	18%
\$5	8	40	7%
TOTAL	119	361	100%

Fuente: Encuesta demandantes

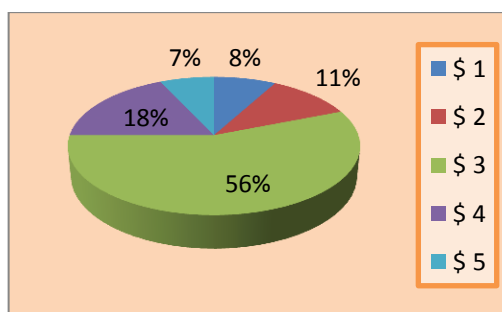
Elaboración: Los autores

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \frac{\sum F \cdot X_m}{N}$$

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \frac{361}{119}$$

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \$3$$

GRAFICO N 15



Fuente: Cuadro N° 19

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

En los lugares en donde se ofrecen estos servicios algunos tienen los tres servicios, en otros solo tienen uno o dos, pero por lo general se cobra un solo valor en conjunto. Por tal motivo se formuló una sola pregunta, y así se obtuvo los siguientes datos: el 56% de 119 encuestados que corresponde a 67 personas manifestaron haber pagado un valor de \$ 3.00, el 18% que son 21 personas pagaron \$ 4.00, el 11% que equivale a 13 personas pagaron \$ 2.00, el 8% que son 10 personas pagaron \$1.00, y el 7% restante que equivale a 8 personas pagaron \$5.00. **El precio promedio es de \$ 3.00**

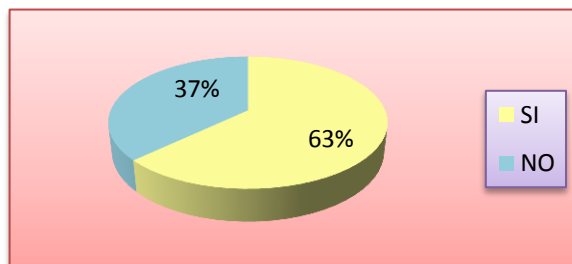
16. ¿En caso de crearse un complejo deportivo con cancha sintética de indor futbol, cancha de ecuavoly, piscina, hidromasaje, sauna, y bar-restaurante en la ciudad de Balsas Provincia de el Oro, usted estaría dispuesto a utilizar estos servicios?

CUADRO N° 20

ALTERNATIVAS	F	%
SI	154	63%
NO	91	37%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 16

Fuente: Cuadro N° 20
Elaboración: Los autores

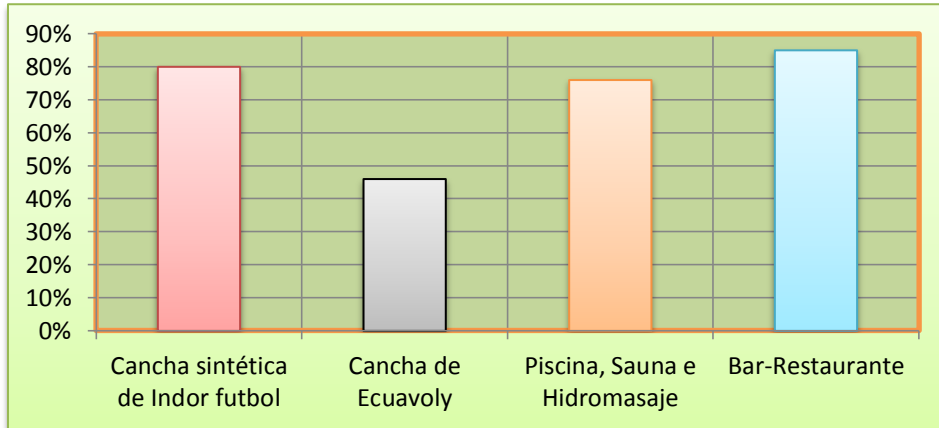
INTERPRETACIÓN:

Del total de los encuestados que respondieron realizar actividades deportivas o de recreación que son 245 encuestados el 63% que representa a 154 personas si acudirían al complejo deportivo y solo el 37% que corresponde a 91 personas son quienes no asistirían normalmente a este centro deportivo.

17.¿Mencione cuál de estos servicios estaría dispuesto a utilizar?**CUADRO N° 21**

ALTERNATIVAS	F	%
Cancha sintética de Indor futbol	123	80%
Cancha de Ecuavoly	71	46%
Piscina, Sauna e Hidromasaje	117	76%
Bar-Restaurante	131	85%

Fuente: Encuesta demandantes
Elaboración: Los autores

GRAFICON° 17

Fuente: Cuadro N° 21

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

A las 154 personas que contestaron que acudirían al complejo deportivo se les pregunto qué servicios utilizarían y se obtuvo los siguientes resultados: El 85% que corresponde a 131 personas utilizarían los servicios del bar-restaurante, el 80% que son 123 personas utilizarían la cancha sintética de indor futbol, el 76% que equivale a 117 personas utilizaría la piscina, sauna e hidromasaje y por último el 46% que son 71 persona utilizarían la cancha de ecuavoly.

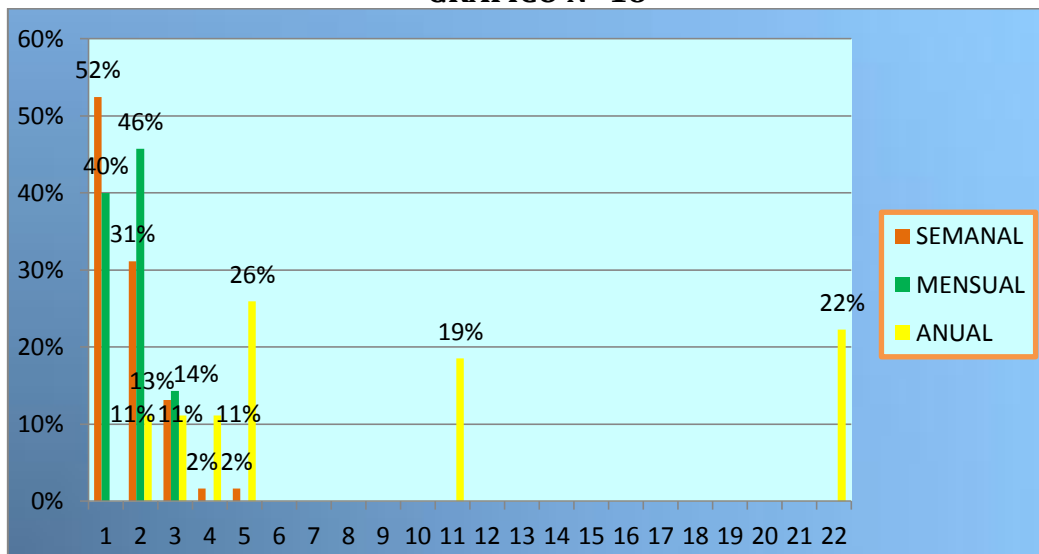
18.¿Cada que tiempo y con qué frecuencia utilizaría la nueva cancha sintética de indor futbol?

CUADRO N° 22

SEMANTAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	32	32	52%
2	19	38	31%
3	8	24	13%
4	1	4	2%
5	1	5	2%
TOTAL	61	103	100%
MENSUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	14	14	40%
2	16	32	46%
3	5	15	14%
TOTAL	35	61	100%
ANUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
2	3	6	11%
3	3	9	11%
4	3	12	11%
5	7	35	26%
10	5	50	19%
20	6	120	22%
TOTAL	27	232	100%
	Σ 123		

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 18

Fuente: Cuadro N° 22
Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

El 52% de 61 encuestados que corresponde a 32 personas asistirían una vez a la semana a la cancha sintética, el 31% que son 19 personas lo harían en dos ocasiones, el 13% 8 personas asistirían tres veces, el 2% una personas en cinco ocasiones y el 2% restante que es una persona asistiría cuatro veces a la semana.

De 35 encuestados que acudirían cada mes El 46% que son 16 personas lo harían en dos oportunidades, mientras que el 40% que representa a 14 personas asistirían en una sola oportunidad y el 14% restante que son 5 personas lo harían tres veces al mes.

De las 27 personas que acudirían en ocasiones en el año a la cancha sintética el 26% que son 7 personas asistirían unas 5 veces al año, el 22% que corresponde a 6 personas lo harían en 20 ocasiones, el 19% que son 5 personas asistirían en 10 oportunidades, el 11% que son 3 personas acudirían dos veces, la misma cantidad lo harían en 3 ocasiones y el 11% restante que son 3 personas asistiría 4 veces al año.

CUADRO Nº 23
PROMEDIO DE JUEGOS DE FUTBOL EN LA CANCHA SINTÉTICA EN EL AÑO
POR PERSONA

TIEMPO	TOTAL VISITAS	FACTOR DE ANUALIZACIÓN	CANTIDAD ANUAL DE JUEGOS
SEMANAL	103	52	5.356
MENSUAL	61	12	732
ANUAL	232	1	232
TOTAL			6.320

Fuente: Cuadro Nº 22

Elaboración: Los autores

$$\text{Número de juegos por año} = \frac{\text{de juegos anuales}}{N}$$

$$\text{Número de juegos por año} = \frac{6.320}{123}$$

$$\text{Número de juegos por año} = 51 \text{ JUEGOS ANUALES}$$

En promedio cada persona realizara 51 juegos de futbol al año en la cancha sintética.

19. ¿Estaría de acuerdo en pagar \$ 26.00 por el alquiler de una hora de la nueva cancha sintética de indor futbol?

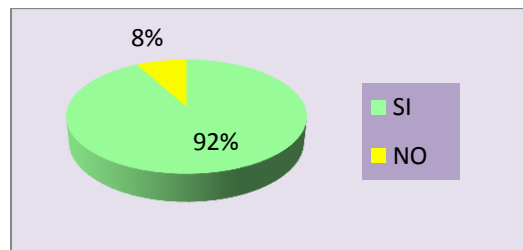
CUADRO N° 24

ALTERNATIVAS	F	%
SI	113	92%
NO	17	8%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 19



Fuente: Cuadro N° 24

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De los 123 encuestados que acudirán a la cancha sintética de indor futbol el 92% que representa a 113 personas si estarían de acuerdo en pagar \$ 26.00 la hora por alquiler de la cancha, mientras que el 8% que son 17 personas no estarían de acuerdo con pagar ese valor.

20. Indique para que cantidad de jugadores le gustaría que se haga la nueva cancha sintética de indor futbol.

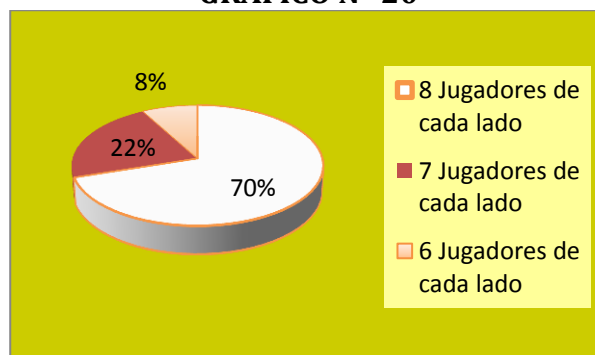
CUADRO N° 25

ALTERNATIVAS	F	%
8 Jugadores de cada lado	86	70%
7 Jugadores de cada lado	27	22%
6 Jugadores de cada lado	10	8%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 20



Fuente: Cuadro N° 25

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

A las 123 personas que asistirán a la cancha sintética de indor futbol se les pregunto para que cantidad de jugadores les gustaría que se haga la cancha y se obtuvo los siguientes resultados: el 70% que corresponde a 86 personas la prefieren para 8 jugadores de cada lado, mientras que el 22% que equivale a 27 personas la prefieren para 7 de cada lado y el 8% restante que son 10 personas les gustaría que sea para 6 jugadores de cada lado.

21. ¿Cada que tiempo y con qué frecuencia utilizaría la nueva cancha de ecuavoly?

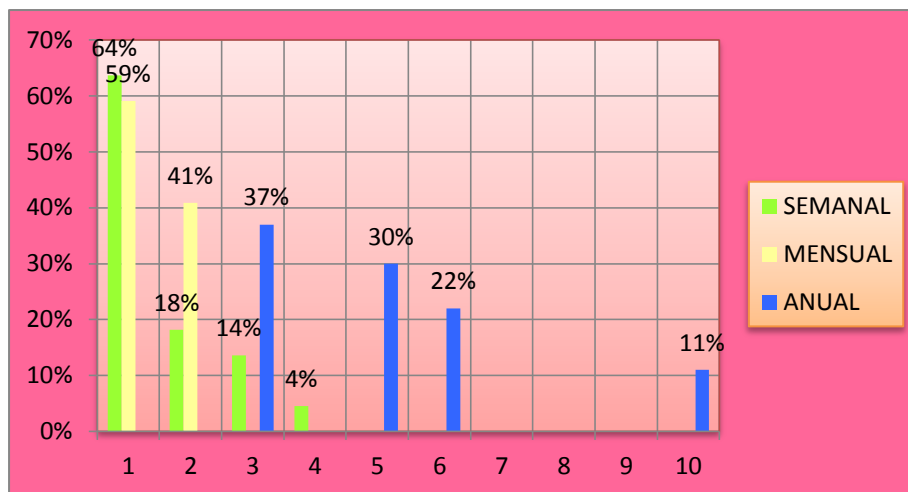
CUADRO N° 26

SEMANTAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	14	14	64%
2	4	8	18%
3	3	9	14%
4	1	4	4%
TOTAL	22	35	100%
MENSUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	13	13	59%
2	9	18	41%
TOTAL	22	31	100%
ANUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
3	10	30	37%
5	8	40	30%
6	6	36	22%
10	3	30	11%
TOTAL	27	136	100%
	Σ 71		

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO Nº 21



Fuente: Cuadro Nº 26
Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

El 64% de 22 encuestados que representa 14 personas utilizarán la cancha de ecuavoly una sola vez en la semana, el 18% que son 4 personas lo harían en 2 oportunidades, el 14% que equivale a 3 personas la ocuparían en 3 ocasiones, y el restante 4% que corresponde a una persona lo harían 4 veces a la semana.

De los 22 encuestados que acudirían a la cancha de ecuavoly cada mes el 59% que corresponde a 13 personas lo harían una sola vez y el restante 41% que representa a 9 personas acudirían dos ocasiones al año.

Son 27 los encuestados que respondieron que asistirían en ocasiones al año a la cancha, y de estas el 37% que representa a 10 personas lo harían en unas 3 oportunidades, el 30% que son 8 personas la utilizarían unas 5 veces, el 22%

que corresponde a 6 personas acudirían en 6 oportunidades y el 11% restante que son 3 personas lo haría en 10 oportunidades al año.

CUADRO N° 27
PROMEDIO DE JUEGOS DE ECUAVOLY AL AÑO POR PERSONA

TIEMPO	TOTAL VISITAS	FACTOR DE ANUALIZACIÓN	CANTIDAD ANUAL DE JUEGOS
SEMANAL	35	52	1820
MENSUAL	31	12	372
ANUAL	136	1	136
TOTAL			2.328

Fuente: Cuadro N° 26

Elaboración: Los autores

$$\text{Número de juegos por año} = \frac{\text{de juegos anuales}}{N}$$

$$\text{Número de juegos por año} = \frac{2.328}{71}$$

$$\text{Número de juegos por año} = 33 \text{ JUEGOS ANUALES}$$

En promedio cada persona realizara 33 juegos de ecuavoly al año.

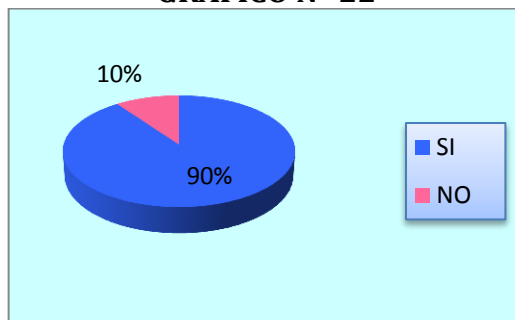
22. ¿Estaría de acuerdo en pagar \$ 3.00 por el alquiler de una hora de la nueva cancha de ecuavoly?

CUADRO N° 28

ALTERNATIVAS	F	%
SI	64	90%
NO	7	10%
TOTAL	71	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 22

Fuente: Cuadro N° 28
Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

El 90% de 71 personas que utilizaran la cancha de ecuavoly que corresponde a 64 personas si estarían de acuerdo en pagar \$ 3.00 por el alquiler de la cancha y solo el 10% que representa a 7 personas no están de acuerdo en pagar ese valor.

23.¿Cada que tiempo y con qué frecuencia utilizaría la nueva piscina, sauna e hidromasaje?

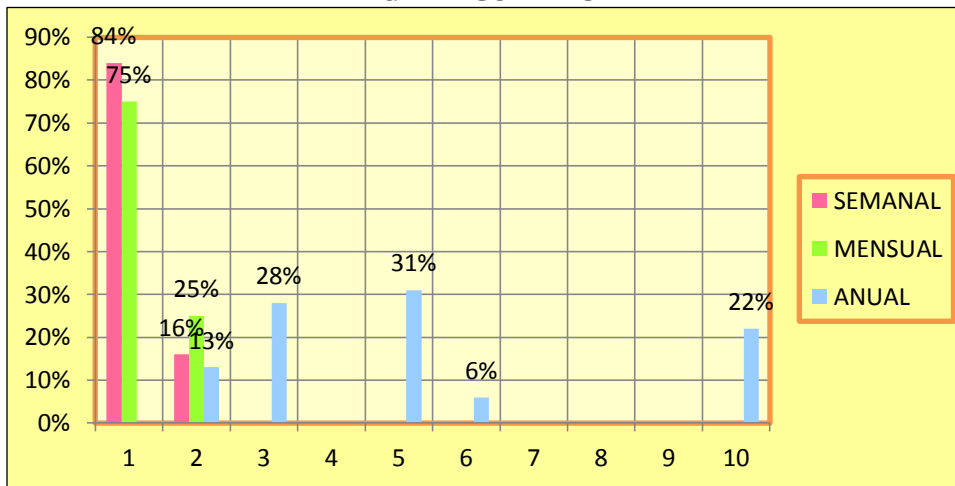
CUADRO N° 29

SEMANTAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	31	31	84%
2	6	12	16%
TOTAL	37	43	100%
MENSUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
1	36	36	75%
2	12	24	25%
TOTAL	48	60	100%

ANUAL			
DÍAS (Xm)	F	F.Xm	%
2	4	8	13%
3	9	27	28%
5	10	50	31%
6	2	12	6%
10	7	70	22%
TOTAL	32	167	100%
	Σ 117		

Fuente: Encuesta demandantes
Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 23



Fuente: cuadro N° 29
Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

El 84% de 37 encuestados que equivale a 31 personas acudirían una vez a la semana a la piscina, sauna e hidromasaje y el 16% que son 6 personas lo harían en 2 ocasiones.

De 48 persona que acudirían cada mes el 75% que representa a 36 personas asistirían una vez y el 25% restante que son 12 personas acudirán en dos oportunidades cada mes.

De los 32 encuestados que asistirían en ocasiones al año a la piscina, sauna e hidromasaje, el 31% que corresponde a 10 personas acudirían 5 veces al año, el 28% que equivale a 9 personas lo harían en 3 ocasiones, el 22% que son 7 personas acudirían 10 veces, el 13% que son 4 personas irían dos veces y finalmente el 6% que son 2 personas asistirían 6 veces al año.

CUADRO N° 30
PROMEDIO DE VISITAS A LA PISCINA, SAUNA E HIDROMASAJE EN EL AÑO POR PERSONA

TIEMPO	TOTAL VISITAS	FACTOR DE ANUALIZACIÓN	CANTIDAD ANUAL DE VISITAS
SEMANAL	43	52	2.236
MENSUAL	60	12	720
ANUAL	167	1	167
TOTAL			3.123

Fuente: Cuadro N° 29

Elaboración: Los autores

$$\text{Numero de visitas por año} = \frac{\text{de visitas anuales}}{N}$$

$$\text{Numero de visitas por año} = \frac{3.123}{117}$$

$$\text{Numero de visitas por año} = 27 \text{ visitas anuales}$$

En promedio cada persona realizara 27visitas en el año a la piscina, sauna e hidromasaje.

24. ¿Cómo le gustaría que fuese el agua de la nueva piscina?

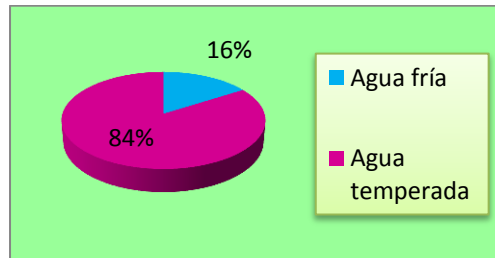
CUADRO N° 31

ALTERNATIVAS	F	%
Agua fría	19	16%
Agua temperada	98	84%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 24



Fuente: Cuadro N° 31

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

En cuanto a la temperatura del agua de la piscina los encuestados respondieron así: El 84% que corresponde a 98 personas prefieren que el agua sea temperada, en cambio que el 16% restante que representa 19 personas prefieren que el agua sea fría o al ambiente.

25.¿Estaría de acuerdo en pagar \$ 3.00 por la entrada a la nueva piscina, sauna e hidromasaje?

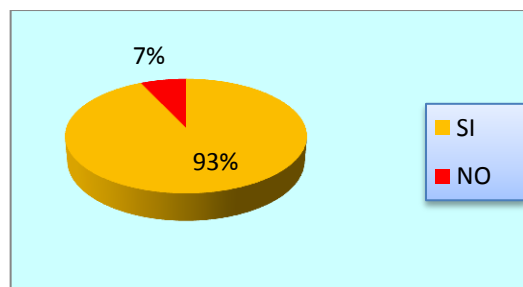
CUADRO N° 32

ALTERNATIVAS	F	%
SI	109	93%
NO	8	7%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 25



Fuente: Cuadro N° 32

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De los 117 encuestados que acudirán a la piscina, sauna e hidromasaje el 93% que corresponde a 109 personas si está de acuerdo en pagar \$ 3.00 y el 7% restante que son 8 personas no está de acuerdo en pagar tal cantidad de dinero.

26.¿De la lista de productos que se muestran a continuación y de acuerdo al número de visitas que usted haga al complejo deportivo que productos adquiriría y en qué cantidad?

A las 131 personas que contestaron que utilizarían los servicios del bar-restaurante se les pregunto qué productos adquirirían y en qué cantidad de acuerdo al número de visitas que hagan al complejo deportivo; con estos datos se podrá determinar el consumo per cápita y hacer una estimación de los productos que se pueden vender.

Para obtener el consumo per cápita necesitamos sacar el consumo total anual, y para esto los datos obtenidos los multiplicamos por el factor de anualización; es decir el consumo semanal lo multiplicamos por 52 semanas que tiene el año, en cambio el consumo mensual multiplicamos por 12 meses del año, luego la sumatoria de estos dos resultados más el consumo anual nos da el consumo total anual. El consumo per cápita de cada producto es igual al consumo total anual dividido para 131 personas que utilizaran el bar-restaurante (cuadro N° 21).

A continuación se muestra la lista de productos que los encuestados prefirieron y se muestra el consumo per cápita por cada producto:

CUADRO N° 33
CONSUMO PER CÁPITA DE LOS PRODUCTOS DEL BAR-RESTAURANTE

Productos	Tiempo					Consumo Total Anual	Personas que Utilizaran el Bar-Restaurant	Consumo Per Cápita
	Semana		Mes		Año			
	Consumo Semanal	F. A. (52)	Consumo Mensual	F. A. (12)	Consumo Anual			
BEBIDAS								
Aguas	40	2080	54	648	165	2893	131	22
Gaseosas	28	1456	9	108	5	1569	131	12
Cervezas	40	2080	36	432	90	2602	131	20
Gatorade	16	832	14	168	5	1005	131	8
V220	12	624	8	96	3	723	131	6
Suní	11	572	9	108	4	684	131	5
Tesalia Ice	12	624	10	120	4	748	131	6
SNACKS								
Papitas	13	676	5	60	12	748	131	6
Chifles	7	364	4	48	5	417	131	3
Cachitos	6	312	2	24	3	339	131	3
CONFITERÍA								
Caramelos	6	312	3	36	20	368	131	3
Chiclets	21	1092	2	24	3	1119	131	9
Colombinas	14	728	4	48	5	781	131	6
COMIDA RÁPIDA								
Papas Fritas	22	1144	12	144	43	1331	131	10
Hamburguesas	13	676	6	72	25	773	131	6
Hot Dogs	4	208	0	0	0	208	131	2
Sanduches	3	156	0	0	0	156	131	1
Tostadas	5	260	4	48	0	308	131	2
Batidos	9	468		0	0	468	131	4
PLATOS TÍPICOS								
Arroz con pollo	14	728	26	312	68	1108	131	8
Seco de pollo	9	468	7	84	0	552	131	4
Seco de carne	9	468	0	0	5	473	131	4
Carne asada	10	520	10	120	20	660	131	5
Arroz con guata	5	260	10	120	5	385	131	3
OTROS								
Cigarrillos	32	1664	11	132	138	1934	131	15
Helados	18	936	14	168	33	1137	131	9

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

27. ¿Estaría de acuerdo con la ubicación del complejo deportivo en la ciudadela “el paraíso”?

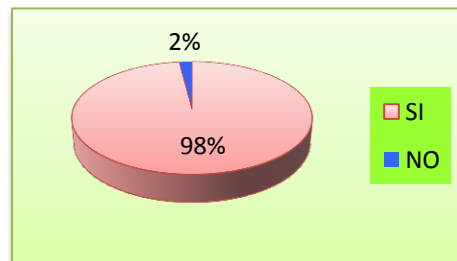
CUADRO N° 34

ALTERNATIVAS	F	%
SI	151	98%
NO	3	2%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 26



Fuente: Cuadro N° 34

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De las 154 personas que utilizaran el complejo deportivo casi en su totalidad el 98% que corresponde a 151 personas están de acuerdo con la ubicación en la ciudadela el paraíso y solo un bajísimo 2% que representa a 3 personas no están de acuerdo con la ubicación del complejo deportivo.

28.¿Qué medios de comunicación con mayor presencia en el cantón Balsas prefiere usted para enterarse de los servicios que ofrecerá el complejo deportivo. señale uno solo y en que horario?

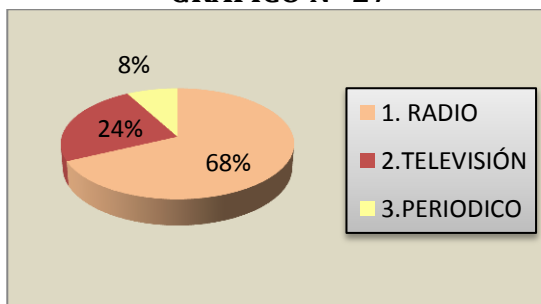
CUADRO N° 35

ALTERNATIVAS	F	%
1. Radio	105	68%
2. Televisión	37	24%
3. Periódico	12	8%
TOTAL	154	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 27



Fuente: Cuadro N° 35

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

Del total de 154 encuestados el 68% que corresponde a 105 personas prefieren la radio como medio publicitario para conocer los servicios que ofrecerá el complejo, mientras que el 24% que son 37 personas prefieran la televisión y el 8% restante que corresponde a 12 personas prefieren la opción del periódico.

28.1. RADIO

28.1.1. RADIOS

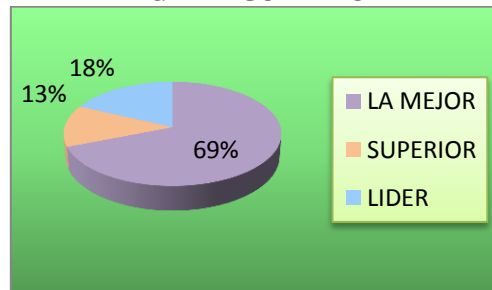
CUADRO N° 36

RADIOS	F	%
La Mejor	72	69%
Superior	14	13%
OLíder	19	18%
TOTAL	105	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 28



Fuente: Cuadro N° 36

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De los 105 encuestados que escogieron la opción de la radio como medio de publicidad el 69% que corresponde a 72 personas eligieron radio “La Mejor”, mientras que el 18% que son 19 personas prefieren radio “Líder”, y el 13% restante que representa a 14 personas eligieron radio “Superior”.

28.1.2. HORARIOS

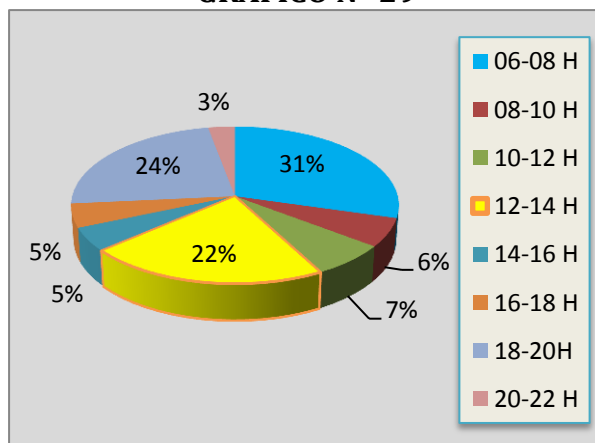
CUADRO N° 37

HORARIOS	F	%
06-08 H	31	29%
08-10 H	6	6%
10-12 H	7	7%
12-14 H	23	22%
14-16 H	5	5%
16-18 H	5	5%
18-20 H	25	24%
20-22 H	3	3%
TOTAL	105	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 29



Fuente: Cuadro N° 37

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

En cuanto a los horarios las 105 personas contestaron así: El 29% que corresponde a 31 personas prefiere el horario de 6 a 8, el 24% que son 25 personas eligen el horario de 18 a 20 h, el 22% que equivale a 23 personas prefieren de 12 a 14 h, el 7% que son 7 personas eligen el horario de 10 a 12,

el 6% que son 6 personas optan por el horario de 8 a 10, el 5% que corresponde a 5 personas eligen de 14 a 16h, en igual cantidad eligen de 16 a 18 h y el 3% restante 3 personas prefieren el horario de 20 a 22 horas. Los horarios de mayor sintonía son de 6 a 8, 18 a 20 y 12 a 14 horas.

28.2. TELEVISIÓN

28.2.1. CANALES

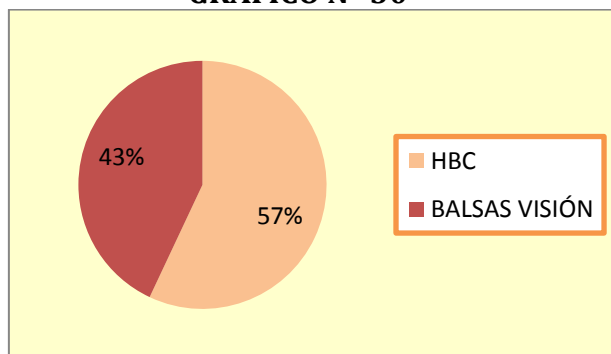
CUADRO N° 38

RADIOS	F	%
HBC	21	57%
Balsas Visión	16	43%
TOTAL	37	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 30



Fuente: cuadro N° 38

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De las 37 personas que escogieron la televisión como medio de publicidad el 57% que corresponde a 21 personas prefieren el canal HBC, mientras que el 43% restante que representa a 16 personas prefieren el canal Balsas Visión.

28.2.2. HORARIOS

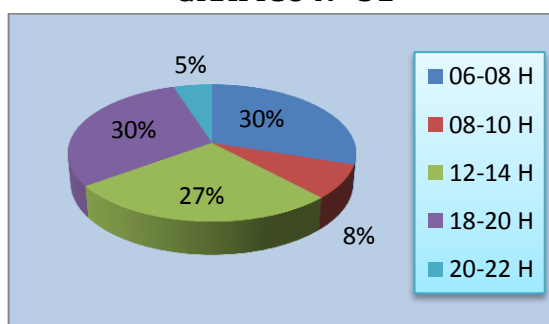
CUADRO N° 39

HORARIOS	F	%
06-08 H	11	30%
08-10 H	3	8%
12-14 H	10	27%
18-20 H	11	30%
20-22 H	2	5%
TOTAL	37	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 31



Fuente: Cuadro N°39

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De las 37 personas que optaron por la televisión como medio de publicidad el 30% que representa a 11 personas prefieren el horario de 6 a 8, la misma cantidad eligen de 18 a 20 h, el 27% que son 10 personas prefieren de 12 a 14 h; siendo estos los horarios de mayor sintonía, mientras que el 8% que son 3 personas eligen de 8 a 10 y el 5% restante 2 personas prefieren de 20 a 22 horas.

28.3. PERIÓDICO

28.3.1. PERIÓDICOS

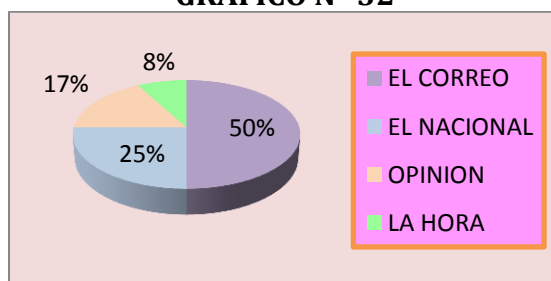
CUADRO N°40

PERIÓDICOS	F	%
El Correo	6	50%
El Nacional	3	25%
Opinión	2	17%
La Hora	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta demandantes

Elaboración: Los autores

GRAFICO N° 32



Fuente: Cuadro N° 40

Elaboración: Los autores

INTERPRETACIÓN:

De las 12 personas que eligieron la opción del periódico el 50% que corresponde a 6 personas prefieren el diario El Correo, el 25% que son 3 personas eligen diario El Nacional, el 17% que son 2 personas optan por diario Opinión y el restante 8% que representa a una persona elige diario la hora. Se evidencia que el periódico de mayor circulación en el cantón es diario El Correo.

DISCUSIÓN

DE

RESULTADOS

f. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

1. ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio está basado en la metodología de la investigación y tiene como finalidad efectuar un análisis de los factores que intervienen en el mercado, así como las condiciones del mercado, además se pretende dar una orientación sobre la venta del servicio, para lo cual es indispensable realizar un análisis de la demanda, oferta, precios y aspectos que determinan la dinámica comercial del proyecto. Lo primero que se ha planteado para conocer el mercado ha sido definir cuáles son los objetivos de este estudio; es decir lo que se requiere averiguar, luego que población o aspecto principal es lo que se quiere averiguar y estudiar , posteriormente cual es la muestra representativa del tal forma que se pueda conocer lo que esta opina, para así obtener el comportamiento hacia el servicio, sus necesidades, gustos y preferencias del mismo, además mediante este estudio se podrá determinar el posible mercado del proyecto y según los resultados obtenidos se determinara el posible mercado del proyecto y según los resultados se determinara la factibilidad del proyecto.

1.1. OBJETIVOS

- ✓ Determinar la demanda, la oferta, y la demanda insatisfecha del servicio de complejo deportivo en el Cantón Balsas.
- ✓ Establecer los gustos y preferencias del usuario.

- ✓ Identificar las características del mercado.
- ✓ Diseñar estrategias que deban utilizarse en la venta del servicio.

1.2. CARACTERÍSTICAS DEL USUARIO

Para establecer la demanda del servicio de Complejo deportivo se tomó en cuenta a las personas que constan dentro de la Población Económicamente Activa del Cantón Balsas.

1.3. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Los servicios que ofrecerá el Complejo Deportivo son muy variados, entre los cuales están cancha sintética de indor futbol, cancha de ecuavoly, piscina, sauna, hidromasaje y bar-restaurante.

Para la construcción de las instalaciones del complejo deportivo se utilizaran los mejores materiales y se prestara especial cuidado a los detalles con la finalidad de reducir al máximo el riesgo de lesiones y brindar una plena satisfacción y comodidad a los usuarios.

En cuanto al bar restaurante el usuario podrá degustar de un sinnúmero de productos de los cuales algunos se prepararan en el lugar y otros se adquirirán en las principales distribuidoras de la localidad. Se contara con personal idóneo para la atención a los clientes.

1.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda se tuvo que aplicar instrumentos de investigación como las encuestas, las mismas que nos permitieron determinar la demanda potencial, real y efectiva. Por ser este un proyecto que contiene varios servicios la demanda potencial, real y efectiva se las calculara por separado cuando corresponda.

1.4.1. DEMANDA POTENCIAL.

Para el cálculo de la demanda potencial tomaremos como referencia la pregunta 3 y 4 de la encuesta a demandantes.

CALCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL POR SERVICIOS

En el presente proyecto la demanda potencial de cada servicio se la obtiene multiplicando el total de la población de estudio por el porcentaje de la población que si realiza actividades deportivas o de recreación (pregunta N° 3 encuesta a demandantes); y este resultado lo multiplicamos por el porcentaje de la población que realiza cada actividad, (pregunta N°4 encuesta a demandantes).

**CUADRO N° 41
DEMANDA POTENCIAL POR SERVICIOS**

Servicios	P. Total	% P. que realiza actividades deportivas o de recreación	P. total que realiza actividades deportivas o de recreación	% P. que realiza cada actividad	D. P.
Cancha sintética de indor futbol	2.272	72%	1636	82%	1.342
Cancha de ecuavoly				56%	916
Piscina, sauna e hidromasaje				71%	1.162

Fuente: Cuadros N° 3 y 4

Elaboración: Los autores

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Para proyectar la demanda potencial se considera los 10 años de vida útil del proyecto, tomando como base al año 2010 y la tasa de crecimiento poblacional que es de 2.5% anual, según datos del INEC, resultados del censo realizado en el año 2001. El cálculo se lo realiza mediante la siguiente formula.

$$pf = po (1 + i)^n$$

Simbología:

Pf: Población final

Po: Población actual

i: Tasa de crecimiento poblacional

1: Constante

N: número de años

CUADRO N° 42
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Años	T.C.P	Población proyectada	Población que realiza actividades deportivas o de recreación (72%)	Población que practica el futbol (82%)	Población que practica Ecuavoly (56%)	Población que realiza natación o actividades en piscina, sauna e hidromasaje (71%)
				D. P. (cancha sintética)	D. P. (cancha de ecuavoly)	D. P. (piscina, sauna e hidromasaje)
0		2272	1636	1342	916	1162
1	0,025	2329	1677	1375	939	1191
2	0,025	2387	1719	1410	963	1220
3	0,025	2447	1762	1445	987	1251
4	0,025	2508	1806	1481	1011	1282
5	0,025	2571	1851	1518	1037	1314
6	0,025	2635	1897	1556	1062	1347
7	0,025	2701	1945	1595	1089	1381
8	0,025	2768	1993	1634	1116	1415
9	0,025	2837	2043	1675	1144	1451
10	0,025	2908	2094	1717	1173	1487

Fuente: Cuadro N° 41

Elaboración: Los autores

1.4.2. DEMANDA ACTUAL

Para determinar la demanda actual se debe multiplicar la demanda potencial por el número de juegos o visitas anuales, que en este caso sería el número de veces que una persona realiza una actividad deportiva o de recreación.

A continuación se presenta el número de juegos o visitas anuales de cada actividad de acuerdo con los datos que surgieron en la encuesta aplicada a demandantes.

NÚMERO DE JUEGOS DE FUTBOL POR AÑO= 91 Juegos anuales (Datos a partir del cuadro N°8)

NÚMERO DE JUEGOS DE ECUAVOLY POR AÑO = 74 Juegos Anuales (Datos a partir del cuadro N°12)

NÚMERO DE VISITAS A LA PISCINA POR AÑO= 6 Visitas Anuales (Datos a partir del cuadro N°15)

NÚMERO DE VISITAS AL SAUNA E HIDROMASAJE POR AÑO = 3 Visitas Anuales (Datos a del cuadro N°18)

Formula de la demanda actual:

DEMANDA ACTUAL = D. potencial x Número de juegos o visitas por año

CUADRO N° 43
CÁLCULO DE LA DEMANDA ACTUAL POR ACTIVIDAD

Servicios	Demanda Potencial de cada servicio	Número de juegos o visitas por año de cada servicio	Demanda Actual de cada servicio
Cancha sintética de indor futbol	1342	91	122.122
Cancha de ecuavoly	916	74	67.784
Piscina	1162	6	6.972
Sauna e hidromasaje	1162	3	3.486

Fuente: Cuadro N° 42
Elaboración: Los autores

CUADRO N° 44
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL CANCHA SINTÉTICA DE INDOR FUTBOL

Años	Demanda Potencial	Número de juegos de futbol por año	Demanda Actual
0	1342	91	122122
1	1375	91	125125
2	1410	91	128310
3	1445	91	131495
4	1481	91	134771
5	1518	91	138138
6	1556	91	141596
7	1595	91	145145
8	1634	91	148694
9	1675	91	152425
10	1717	91	156247

Fuente: Cuadro N° 43
Elaboración: Los autores

CUADRO N° 45
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL CANCHA DE ECUAVOLY

Años	Demanda Potencial	Número de juegos de ecuavoly por año	Demanda Actual
0	916	74	67784
1	939	74	69486
2	963	74	71262
3	987	74	73038
4	1011	74	74814
5	1037	74	76738
6	1062	74	78588
7	1089	74	80586
8	1116	74	82584
9	1144	74	84656
10	1173	74	86802

Fuente: Cuadro N° 43

Elaboración: Los autores

CUADRO N° 46
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL PISCINA

Años	Demanda Potencial	Número de visitas a la piscina por año	Demanda Actual
0	1162	6	6972
1	1191	6	7146
2	1220	6	7320
3	1251	6	7506
4	1282	6	7692
5	1314	6	7884
6	1347	6	8082
7	1381	6	8286
8	1415	6	8490
9	1451	6	8706
10	1487	6	8922

Fuente: Cuadro N° 43

Elaboración: Los autores

CUADRO N° 47
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL SAUNA E HIDROMASAJE

Años	Demanda Potencial	Número de visitas a él sauna e hidromasaje por año	Demanda Actual
0	1162	3	3486
1	1191	3	3573
2	1220	3	3660
3	1251	3	3753
4	1282	3	3846
5	1314	3	3942
6	1347	3	4041
7	1381	3	4143
8	1415	3	4245
9	1451	3	4353
10	1487	3	4461

Fuente: Cuadro N° 43
Elaboración: Los autores

1.4.3. DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva tomaremos como referencia la pregunta N° 16 encuesta aplicada a demandantes, en la cual se obtiene el 63% de personas que están dispuestas a utilizar los servicios del complejo deportivo.

Así también tomaremos como referencia la pregunta N° 17 encuesta aplicada a demandantes, la cual refleja los datos de los servicios que utilizaran las personas que visitaran el complejo deportivo.

Para obtener la demanda efectiva primero se debe calcular la **población que visitara el complejo deportivo** y para esto se necesita multiplicar la población que realiza actividades deportivas o de recreación (cuadro N° 41) por el porcentaje de aceptación al complejo deportivo.

CUADRO N°48
POBLACIÓN QUE VISITARA EL COMPLEJO DEPORTIVO

Población que realiza actividades deportivas o de recreación	% Aceptación al complejo deportivo	Población que visitara el complejo deportivo
1636	63%	1031

Fuente: Cuadros N° 20 y 41

Elaboración: Los autores

Una vez determinada la población que visitara el complejo deportivo se obtiene la demanda efectiva de cada servicio que es igual a la multiplicación de la población que visitara el complejo deportivo por el porcentaje de utilización de cada servicio y este resultado por el número de juegos o visitas por año de cada servicio que tendrá el complejo deportivo.

Esta vez para el cálculo del número de juegos o visitas por año se toma como referencia el número de veces que los usuarios utilizaran los servicios que ofrecerá el complejo deportivo (Datos conseguidos con la encuesta aplicada a demandantes).

NÚMERO DE JUEGOS DE FUTBOL POR AÑO (COMPLEJO DEPORTIVO)= 51

Juegos Anuales (Datos a partir del cuadro N°23)

NÚMERO DE JUEGOS DE ECUAVOLY POR AÑO (COMPLEJO DEPORTIVO)=

33 Juegos Anuales (Datos a partir del cuadro N°27)

NÚMERO DE VISITAS A LA PISCINA SAUNA E HIDROMASAJE POR AÑO**(COMPLEJO DEPORTIVO)=** 27 Visitas Anuales (Datos a partir del cuadro N°30)

CUADRO N° 49
CALCULO DE LA DEMANDA EFECTIVA POR SERVICIOS

Servicios	Población que visitara el complejo deportivo	% de visitas de cada servicio	Población que visitara cada servicio	Consumo per cápita de cada servicio	Demanda efectiva de cada servicio	
					Nº personas	Nº juegos
Cancha sintética de indor futbol	1.031	80%	825	51	42075	2630
Cancha de ecuavoly		46%	474	33	15642	2607
Piscina, sauna e hidromasaje		76%	784	27	21168	

Fuente: Cuadros N° 21 y 48

Elaboración: Los autor

CUADRO N° 50
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA CANCHA SINTÉTICA DE INDOR
FUTBOL

Años	Población que realiza actividades deportivas o de recreación (72%)	Población que visitara el complejo deportivo (63%)	Población que visitara la cancha sintética de indor futbol (80%)	Numero de juego de futbol por año (complejo deportivo)	Demanda Efectiva cancha sintética de indor futbol	
					Nº Personas	Nº Jugadores por juego (16)
0	1636	1031	825	51	42075	2630
1	1677	1057	846	51	43146	2697
2	1719	1083	866	51	44166	2760
3	1762	1110	888	51	45288	2831
4	1806	1138	910	51	46410	2901
5	1851	1166	933	51	47583	2974
6	1897	1195	956	51	48756	3047
7	1945	1225	980	51	49980	3124
8	1993	1256	1005	51	51255	3203
9	2043	1287	1030	51	52530	3283
10	2094	1319	1055	51	53805	3363

Fuente: Cuadro N° 49

Elaboración: Los autores

CUADRO N° 51
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA CANCHA DE ECUAVOLY

Años	Población que realiza actividades deportivas o de recreación (72%)	Población que visitara el complejo deportivo (63%)	Población que visitara la cancha de ecuavoly (46%)	Numero de juegos de ecuavoly por año(complejo deportivo)	Demanda Efectiva cancha de ecuavoly	
					Nº Personas	Nº Jugadores por juego (6)
0	1636	1031	474	33	15642	2607
1	1677	1057	486	33	16038	2673
2	1719	1083	498	33	16434	2739
3	1762	1110	511	33	16863	2811
4	1806	1138	523	33	17259	2877
5	1851	1166	536	33	17688	2948
6	1897	1195	550	33	18150	3025
7	1945	1225	564	33	18612	3102
8	1993	1256	578	33	19074	3179
9	2043	1287	592	33	19536	3256
10	2094	1319	607	33	20031	3339

Fuente: Cuadro N° 49
Elaboración: Los autores

CUADRO N° 52
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA PISCINA, SAUNA E
HIDROMASAJE

Años	Población que realiza actividades deportivas o de recreación (72%)	Población que visitara el complejo deportivo (63%)	Población que visitara la Piscina, sauna e hidromasaje (76%)	Número de visitas a la Piscina, sauna e hidromasaje por año(complejo deportivo)	Demanda Efectiva Piscina, sauna e hidromasaje
0	1636	1031	784	27	21168
1	1677	1057	803	27	21681
2	1719	1083	823	27	22221
3	1762	1110	844	27	22788
4	1806	1138	865	27	23355
5	1851	1166	886	27	23922
6	1897	1195	908	27	24516
7	1945	1225	931	27	25137
8	1993	1256	955	27	25785
9	2043	1287	978	27	26406
10	2094	1319	1002	27	27054

Fuente: Cuadro N° 49

Elaboración: Los autores

DEMANDA EFECTIVA (BAR-RESTAURANTE)

Para poder determinar la demanda de productos del bar-restaurante tomaremos como referencia la pregunta N° 26 de la encuesta aplicada a demandantes, en la cual refleja la cantidad de productos que los consumidores requieren, en base a eso se determina el consumo per cápita de cada producto.

Para calcular la cantidad de productos que se venderán anualmente se necesita multiplicar la población que utilizara el restaurante del complejo deportivo por el consumo per cápita de cada producto.

El número de personas que utilizaran el bar-restaurante se obtiene multiplicando la población que visitara el complejo deportivo que es 1031 personas (cuadro N°48) por el 85% de aceptación hacia el bar-restaurante (cuadro N°21), obteniendo como resultado 876 personas que utilizaran el bar-restaurante. Para proyectar la población que utilizara el bar-restaurante durante los siguientes años se toma la tasa de crecimiento poblacional del 2.5%.

A continuación se muestra la cantidad de productos que se venderán durante los 10 años de vida útil del proyecto.

CUADRO N° 53
CONSUMO DE PRODUCTOS DEL BAR-RESTAURANTE

PRODUCTOS	POBLACIÓN QUE UTILIZARA EL BAR-RESTAURANTE											CONSUMO PER CÁPITA	TOTAL CONSUMO										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
BEBIDAS																							
AGUAS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	22	19272	19756	20240	20746	21274	21802	22352	22902	23474	24068	24662
GASEOSAS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	12	10512	10776	11040	11316	11604	11892	12192	12492	12804	13128	13452
CERVEZAS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	20	17520	17960	18400	18860	19340	19820	20320	20820	21340	21880	22420
GATORADE	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	8	7008	7184	7360	7544	7736	7928	8128	8328	8536	8752	8968
V220	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	6	5256	5388	5520	5658	5802	5946	6096	6246	6402	6564	6726
SUNI	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	5	4380	4490	4600	4715	4835	4955	5080	5205	5335	5470	5605
TESALIA ICE	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	6	5256	5388	5520	5658	5802	5946	6096	6246	6402	6564	6726
SNACKS																							
PAPITAS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	6	5256	5388	5520	5658	5802	5946	6096	6246	6402	6564	6726
CHIFLES	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	3	2628	2694	2760	2829	2901	2973	3048	3123	3201	3282	3363
CACHITOS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	3	2628	2694	2760	2829	2901	2973	3048	3123	3201	3282	3363
CONFITERÍA																							
CARAMELOS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	3	2628	2694	2760	2829	2901	2973	3048	3123	3201	3282	3363
CHICLETS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	9	7884	8082	8280	8487	8703	8919	9144	9369	9603	9846	10089
COLOMBINAS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	6	5256	5388	5520	5658	5802	5946	6096	6246	6402	6564	6726
COMIDA RÁPIDA																							
PAPAS FRITAS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	10	8760	8980	9200	9430	9670	9910	10160	10410	10670	10940	11210
HAMBURGUESAS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	6	5256	5388	5520	5658	5802	5946	6096	6246	6402	6564	6726
HOT DOGS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	2	1752	1796	1840	1886	1934	1982	2032	2082	2134	2188	2242
SANDUCHES	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	1	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121
TOSTADAS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	2	1752	1796	1840	1886	1934	1982	2032	2082	2134	2188	2242
BATIDOS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	4	3504	3592	3680	3772	3868	3964	4064	4164	4268	4376	4484
PLATOS TÍPICOS																							
ARROZ CON POLLO	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	8	7008	7184	7360	7544	7736	7928	8128	8328	8536	8752	8968
SECO DE POLLO	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	4	3504	3592	3680	3772	3868	3964	4064	4164	4268	4376	4484
SECO DE CARNE	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	4	3504	3592	3680	3772	3868	3964	4064	4164	4268	4376	4484
CARNE ASADA	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	5	4380	4490	4600	4715	4835	4955	5080	5205	5335	5470	5605
ARROZ CON GUATA	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	3	2628	2694	2760	2829	2901	2973	3048	3123	3201	3282	3363
OTROS																							
CIGARRILLOS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	15	13140	13470	13800	14145	14505	14865	15240	15615	16005	16410	16815
HELADOS	876	898	920	943	967	991	1016	1041	1067	1094	1121	9	7884	8082	8280	8487	8703	8919	9144	9369	9603	9846	10089

Fuente: Cuadros N° 21, 33 y 48.

Elaboración: Los autores

1.5. ESTUDIO DE LA OFERTA

De acuerdo con la investigación realizada se pudo conocer que en el Cantón Balsas no existe ningún complejo deportivo que ofrezca los servicios de cancha sintética de indor futbol, cancha de ecuavoly, piscina, sauna, hidromasaje y bar-restaurante; sin embargo con el fin de proporcionar otros elementos de análisis para tener una mejor percepción de las cosas, se ha efectuado una indagación de los servicios que se considerarían como servicios sustitutos que tendría el complejo deportivo como son: las canchas de futbol y ecuavoly de uso público que existen en diferentes sitios del cantón, también hay que tomar en cuenta una hostería que hay en la ciudad, y por ultimo están los diferentes bares y restaurantes que existen en todo el lugar.

Debido a las características especiales de este proyecto se puede afirmar que hasta el momento no existiría competencia, puesto que dicho proyecto contempla varios servicios que se complementan entre si y están dirigidos especialmente para la gente que decide realizar actividades deportivas o recreativas en establecimientos adecuados o acondicionados; y por ende como hemos dicho anteriormente no existe ningún centro deportivo o de recreación que ofrezca todos los servicios y con tales características.

Casi todas las canchas de futbol y ecuavoly que existen en los barrios rurales y en parte de la zona urbana no prestan las mejores condiciones para la

práctica de estos deportes, ninguna de las canchas son cubiertas y la mayoría no cuentan con iluminación, y en ocasiones del año es casi imposible poder utilizarlas, por lo que algunas pasan desocupadas y solo en ocasiones en que dirigentes deportivos organizan campeonatos es cuando se les da uso a estas canchas, también hay que mencionar que quienes están cerca a las canchas son quienes más las pueden utilizar; por tanto estimar el número de personas que acuden cada año a estos lugares resultaría casi imposible. Con estos antecedentes se considera que los lugares existentes no serían competencia puesto que las características de las instalaciones del complejo deportivo les permitirán a los usuarios realizar actividades deportivas o de recreación en mejores condiciones y escogiendo el horario que mejor se adapte a sus necesidades.

En lo que tiene que ver a la piscina, sauna e hidromasaje también se estima que no habría competencia, puesto que el centro “Estancia Casa Grande” existente en la ciudad es más utilizada por gente que proviene de otros lugares en busca de estadía. Es muy poca la afluencia de personas de la localidad a este establecimiento, por lo general más acuden en épocas especiales del año como en carnavales. Y por tanto al no ser este un lugar de las características que se plantea en el proyecto no se lo considerara como nuestra competencia.

El servicio de bar-restaurante se lo hace con el fin de complementar los servicios que ofrece el complejo deportivo, y está dirigido especialmente para quienes acuden al lugar a realizar deportes o actividades de recreación; por tal motivo los lugares que existen en diferentes zonas del cantón y que ofrecen este servicio no se los considera como nuestra competencia.

1.6. ESTRATEGIAS DE MERCADO

Para diseñar las estrategias de mercado recopilamos información de las encuestas aplicadas a demandantes, en relación al servicio, precios, promoción, publicidad, etc.

1.6.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Los diferentes escenarios deportivos en localidad ofrecen la posibilidad de realizar deportes especialmente el fútbol y ecua-voly que tienen gran acogida por los Balsenses; pero cabe recalcar que dichos escenarios no cuentan con las mejores condiciones y en ocasiones del año es casi imposible practicar deportes, también hay que agregar que parte de la población de estudio durante el día pasa ocupada y a veces no tiene tiempo para esto, así también debido a que hay pocos escenarios deportivos no todos tienen la posibilidad de realizar deportes cuando lo deseen.

Por tal motivo hemos creído conveniente crear un complejo deportivo, donde se ofrezcan diferentes servicios que satisfagan las necesidades de diversión y

esparcimiento, entre los cuales tenemos: cancha sintética de indor futbol, cancha de ecuavoly, piscina, sauna, hidromasaje y bar- restaurante.

El complejo deportivo se caracterizara por ofrecer servicios de calidad, para que las personas que nos visiten se sientan bien y tengan la posibilidad de realizar actividades deportivas y de recreación en condiciones adecuadas y favorables, escogiendo el horario que mejor se adapte a sus necesidades.

Para el diseño del servicio elaboramos el logotipo y nombre.



De acuerdo a los gustos y preferencias de los usuarios los servicios tendrán las siguientes características.

✓ **CANCHA SINTÉTICA DE INDOR FUTBOL**

El piso de la cancha de indor futbol será totalmente de césped sintético de la mejor calidad y debidamente colocado, a su al rededor estará cercado con malla y estructura metálica, además tendrá cubierta e iluminación. Sus

dimensiones serán 27m de ancho por 51m de largo de tal forma que permitan el juego par dos equipos de 8 jugadores que fue la opción que tuvo más respuestas según los resultados en la pregunta N° 20 encuesta a demandantes.

✓ **CANCHA DE ECUAVOLY**

Las características de la cancha de ecuavoly serán las siguientes: piso de cemento concreto, cubierta, cerramiento e iluminación.

✓ **PISCINA, SAUNA E HIDROMASAJE**

Para estas instalaciones se utilizaran los mejores materiales y equipos recomendados por expertos en estos proyectos, de tal forma que permita brindar un servicio de excelente calidad.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta N° 24 encuesta a demandantes el agua de la piscina será temperada.

✓ **BAR-RESTAURANTE**

Sitio en el cual los usuarios realizaran los pedidos para disfrutar de los productos de su preferencia. El local para el bar-restaurante contara con un espacio para la cocina en donde se prepararan los alimentos, una bodega para almacenar materiales, un espacio para el bar en donde se ofertaran los productos y un salón en donde podrá servirse los alimentos.

1.6.2. PRECIO

En nuestro proyecto la fijación de los precios se los determinara de acuerdo a los precios que se cobra en los lugares en donde se ofrecen servicios similares, también tomaremos en cuenta los costos del servicio más un margen de utilidad.

Para determinar un precio promedio por servicio nos basaremos en la preguntas de la encuesta aplicada a los demandantes cuyos resultados son los siguientes:

Cancha sintética de indor futbol: Precio promedio \$ 26.00 (datos obtenidos de la pregunta 6, y cuadro número 6)

Cancha de ecuavoly: precio promedio \$ 3.00 (datos obtenidos de la pregunta 9, y cuadro número 10)

Piscina, sauna e hidromasaje: precio promedio \$ 3.00 (datos obtenidos de la pregunta15, y cuadro número 19)

Tras ver analizado varios factores determinantes del precio a través de observaciones directas y consultas preguntamos a los encuestados si estarían de acuerdo en pagar los mismos valores anteriores por el alquiler de los servicios (preguntas N° 19,22 y 25 encuesta a demandantes) obteniendo en

todas más del 90% de respuestas positivas. Por tal motivo esos serán los precios oficiales de los servicios:

En cuanto a los productos del bar-restaurante los precios serán los fijados de acuerdo a los precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad adecuado.

ESTRATEGIA.

Lógicamente que toda la gente busca el mejor precio de un determinado bien o servicio. Pero la psicología del usuario es muy diferente de acuerdo a los grupos sociales, de preferencia, económicos y otros. Los propietarios del proyecto se concentraran en la relación precio-calidad, ya que para la toma de decisiones al momento de adquirir un servicio los usuarios confían siempre en el precio como un indicador de calidad. La estrategia en cuanto a los precios será dar un valor agregado a la prestación de los servicios.

1.6.3. PROMOCIÓN

La promoción estará encaminada en lograr un mayor volumen de ventas de los servicios.

ESTRATEGIA.

- ✓ Se establecerán descuentos a grupos estudiantiles u otras organizaciones grupales.

- ✓ Se organizaran campeonatos con incentivos para los participantes.
- ✓ Se organizaran eventos en épocas especiales.

1.6.4. PUBLICIDAD

Con los datos obtenidos en la encuesta aplicada demandantes se realizara una campaña publicitaria que estará orientado a captar las preferencias de los usuarios. Para ello nos basaremos en la pregunta N° 28 en todos sus numerales.

Con estos datos y partiendo desde el punto de vista que de los medios de comunicación mencionados, la radio es la opción que tiene mayor preferencia nuestra publicidad se la realizara por medio de este medio.

Así también se evidencia que la radio que tiene mayor preferencia es “Radio La Mejor”, y los horarios de mayor sintonía según los datos son de 6 a 8, de 12 a 14, y de 18 a 20 horas. En consecuencia la publicidad se realizara en “Radio La Mejor”, en la que se pasaran 3 cuñas radiales durante el día.

2. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo de este estudio técnico, es definir un tamaño óptimo de la empresa, obedeciendo a las necesidades del mercado entrando así a un nuevo campo competitivo, obteniendo información necesaria que permita cuantificar el monto de las inversiones, costos de producción y operación.

2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

2.1.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA

El tamaño del presente proyecto se lo determinar en función de la demanda proyectada para los 10 años de vida útil del proyecto, sin dejar de lado la magnitud del espacio físico necesario para el funcionamiento adecuado del complejo deportivo.

La capacidad de producción está determinada por el componente tecnológico a utilizarse, pero en este caso, la prestación del servicio de complejo deportivo, está en función de la capacidad total que tiene la empresa para la concurrencia de los clientes; es decir la capacidad del servicio se medirá en función al número de personas que asistan al lugar.

2.1.1.1. CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada para el presente proyecto está basada en la capacidad que tiene cada una de las instalaciones del complejo deportivo para recibir usuarios durante un periodo de tiempo determinado.

✓ Cancha sintética de indor futbol.

Tomando en cuenta que el alquiler de la cancha sintética es en periodos de una hora, entonces la capacidad instalada seria de 24 juegos diarios; pero

como se destinara una hora diaria para el mantenimiento, la capacidad instalada será de **23 juegos diarios, que al año serian 8395 juegos.**

✓ **Cancha de ecuavoly.**

Así también la cancha de ecuavoly se la alquilara por periodos de una hora entonces la capacidad instalada seria de 24 juegos diarios, pero como se destinara una hora diaria para mantenimiento, la capacidad instalada será de **23 juegos diarios, que al año serian 8395 juegos.**

✓ **Piscina, sauna e hidromasaje.**

Para determinar la capacidad instalada de estas instalaciones tomaremos en cuenta las recomendaciones que hacen los expertos para la utilización de la piscina, en base a ello se determinara la capacidad de las demás instalaciones.

La capacidad de personas que deberían estar normalmente en una piscina seria de "3 personas por cada 9m²"⁸, así tenemos 142m² dividido para 9 igual a 16, este resultado lo multiplicamos por 3 lo que nos da un total de 48 personas.

Así también hay que considerar que el promedio de tiempo que una persona está dentro de una piscina es de 2 horas, entonces la capacidad instalada se calcularía multiplicando las 48 personas por 12 periodos de 2 horas que tiene

⁸<http://www.ecured.cu/index.php/Piscina>

el día; pero como se destinara 2 horas para mantenimiento, entonces tendríamos 10 periodos diarios, lo que nos daría que la capacidad instalada sería para recibir a **480 personas durante el día y al año 175.200.**

2.1.1.2. CAPACIDAD UTILIZADA

Nuestra capacidad utilizada estará dada en función de la demanda que deseamos cubrir esto es:

- ✓ **Demanda cancha sintética de indor futbol:** 2630 juegos anuales.
- ✓ **Demanda de ecuavoly:** 2607 visitas anuales.
- ✓ **Demanda piscina, sauna e hidromasaje:** 21168 visitas anuales.

CUADRO N° 54
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA CANCHA SINTÉTICA DE INDOR
FUTBOL

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	% CAPACIDAD UTILIZADA
	Juegos Anuales	Juegos Anuales	
0	8395	2630	31%
1	8395	2697	32%
2	8395	2760	33%
3	8395	2831	34%
4	8395	2901	35%
5	8395	2974	35%
6	8395	3047	36%
7	8395	3124	37%
8	8395	3203	38%
9	8395	3283	39%
10	8395	3363	40%

Fuente: Cuadro N° 50

Elaboración: Los autores

CUADRO N° 55
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA CANCHA DE ECUAVOLY

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	% CAPACIDAD UTILIZADA
	Juegos Anuales	Juegos Anuales	
0	8395	2607	31%
1	8395	2673	32%
2	8395	2739	33%
3	8395	2811	33%
4	8395	2877	34%
5	8395	2948	35%
6	8395	3025	36%
7	8395	3102	37%
8	8395	3179	38%
9	8395	3256	39%
10	8395	3339	40%

Fuente: Cuadro N° 51

Elaboración: Los autores

CUADRO N° 56
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA PISCINA, SAUNA E HIDROMASAJE

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	% CAPACIDAD UTILIZADA
	Visitas Anuales	Visitas Anuales	
0	175200	21168	12%
1	175200	21681	12%
2	175200	22221	13%
3	175200	22788	13%
4	175200	23355	13%
5	175200	23922	14%
6	175200	24516	14%
7	175200	25137	14%
8	175200	25785	15%
9	175200	26406	15%
10	175200	27054	15%

Fuente: Cuadro N° 52

Elaboración: Los autores

2.1.2. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

En la localización de la empresa es de vital importancia contar con la decisión más adecuada para el cumplimiento de los objetivos que la empresa pretende alcanzar, de ahí que se debe buscar una excelente localización que preste todas las garantías y que contribuya al desarrollo de la empresa tanto en sus actividades productivas como administrativas.

2.1.2.1. FACTORES DETERMINANTES PARA LA LOCALIZACIÓN

Teniendo en cuenta todos estos factores se ha creído conveniente implantar la empresa en la ciudad de balsas por considerarse un lugar estratégico, ya que en este sector la empresa estará al alcance de todo lo necesario para su funcionamiento.

Expresado en forma muy general, se justifica la localización de la empresa en la ciudad de balsas; por cuanto se dispone de todo lo básico que hace posible el desarrollo de actividades contando con:

Servicios: El cantón Balsas cuenta con los servicios básicos tales como: luz eléctrica, agua potable, telecomunicaciones, vías de acceso, servicios profesionales especializados, etc., lo cual garantiza la implementación de este tipo de centro deportivo.

Condiciones legales y económicas: El cantón balsas, cuenta con la infraestructura tanto legal como económica, necesaria para respaldar la instalación de una empresa.

Mano de obra: Concerniente a la disponibilidad de mano de obra calificada necesaria para la empresa, la encontramos disponible y con mucha facilidad.

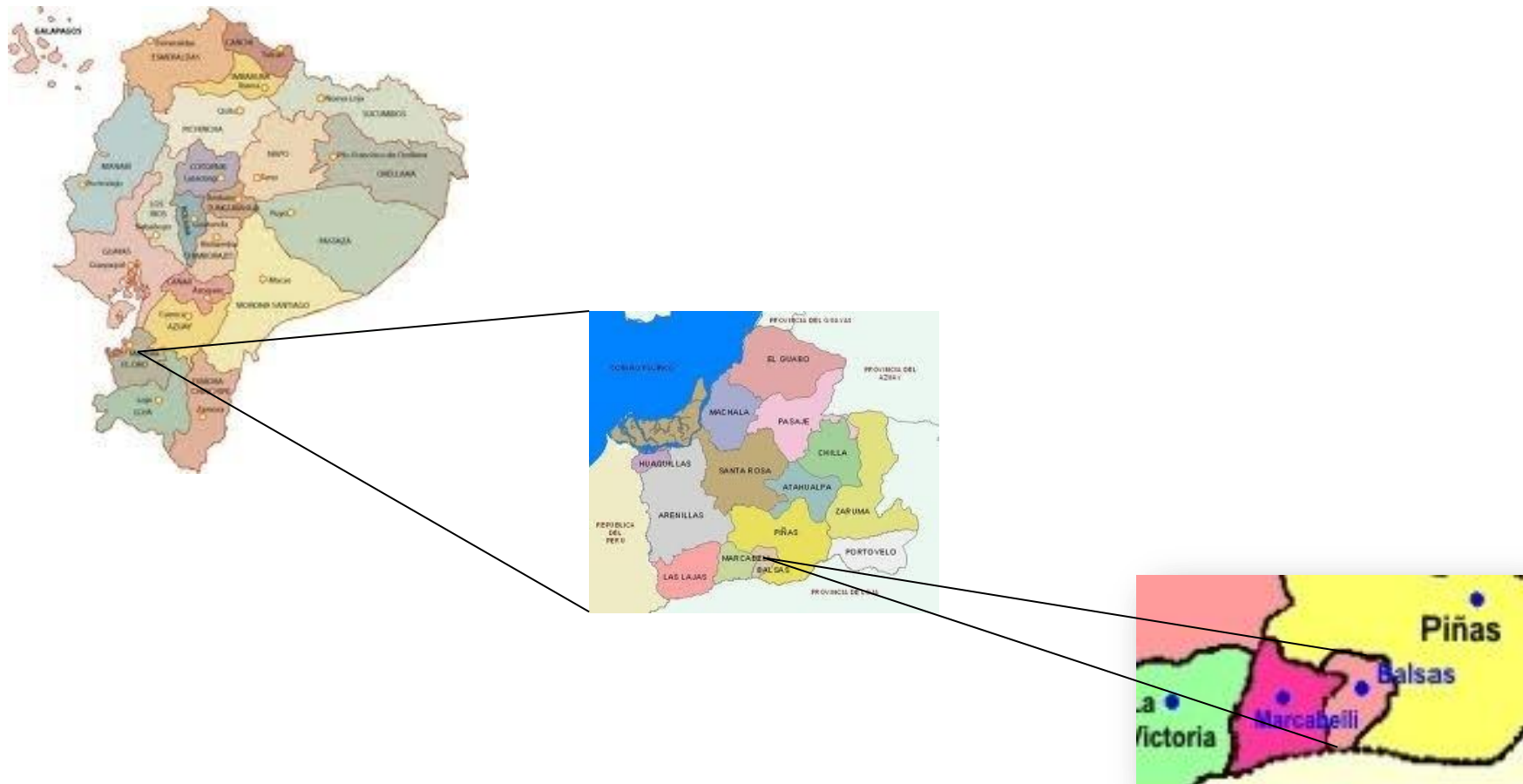
Transporte o flete: Relacionado con la facilidad que tendrá la empresa para transportar los materiales e insumos necesarios para la prestación del servicio, de igual manera se prevé la facilidad de transporte que tendrán los visitantes hacia el complejo deportivo, mismos que no serán difíciles puesto que es muy fácil llegar al lugar, del parque central caminando se demora 10 minutos y en carro 5 minutos aproximadamente.

Otros factores: Cuenta con un gran mercado de usuarios, al considerar todos estos factores la consecuencia lógica es la maximización de las utilidades en beneficio de la empresa a implantarse.

2.1.2.2. MACRO LOCALIZACIÓN

La macro localización adecuada del complejo deportivo, para determinar el éxito de las operaciones debe estar situada en la ciudad de Balsas, Cantón Balsas, Provincia de El Oro, fundamentalmente porque de acuerdo a los estudios realizados este lugar refleja una gran demanda de este servicio.

**MAPA ° 1, 2,3
MACROLOCALIZACIÓN**



2.1.2.3. MICRO LOCALIZACIÓN

Para determinar la ubicación exacta del complejo deportivo se realizó un minucioso análisis de cada uno de los factores que inciden en la operación; así tenemos el acceso a los servicios básicos, impacto ambiental, eliminación de residuos para mantener la higiene, de acuerdo a esto el complejo deportivo se encontrara ubicado en la ciudadela el paraíso.

**GRAFICO N° 33
MICRO LOCALIZACIÓN**

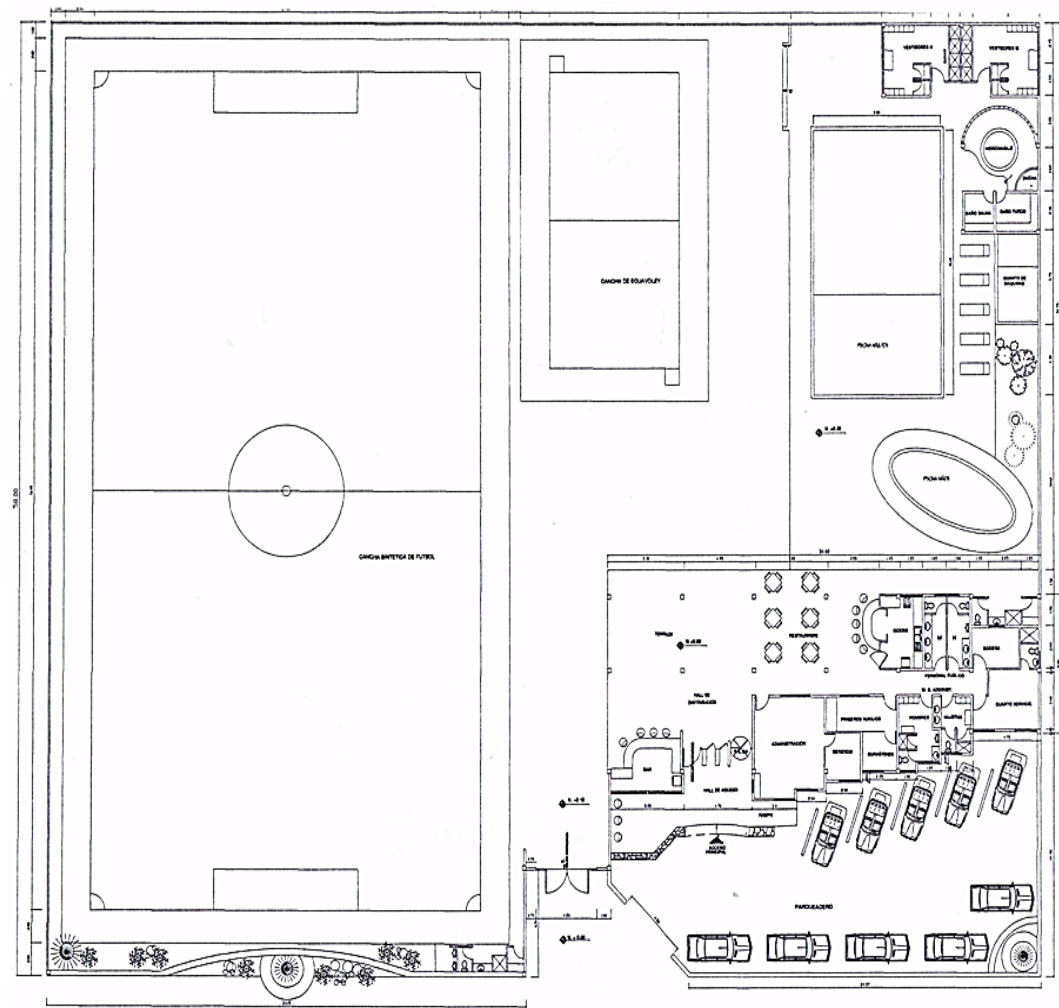


2.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

2.2.1. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

En el presente proyecto la distribución de la planta se refiere al lugar u obra física en donde la empresa va a desarrollar sus actividades de administración, comercialización y prestación del servicio.

**GRAFICO N° 34
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**



2.2.2. PROCESO DEL SERVICIO

El proceso que se ha establecido para la entrega del presente servicio, permitirá realizar una distribución física ordenada, así como, la ubicación secuencial del equipo y maquinaria a utilizarse en cada proceso considerando que los servicios a ofrecerse son diferentes, además nos ayudara a determinar el número de personas que participaran dentro de la empresa.

El proceso que se realizara en los diferentes servicios que pondrá a disposición de la ciudadanía el complejo deportivo depende del tipo de servicio que elija el usuario.

SERVICIO DEPORTIVOS Y RECREATIVOS (CANCHAS DEPORTIVAS, PISCINA, SAUNA E HIDROMASAJE)

1. **Bienvenida del cliente:** Tiene que ver con la atención al cliente en primera instancia, en donde es recibido por el recepcionista.
2. **Recepción del cliente:** Al cliente se le indicara los servicios que ofrece el complejo deportivo detallando especificaciones de las instalaciones, tarifas y más aspectos afines, una vez que el cliente decido hacer uso de los servicios cancela el valor de los servicios a utilizar y luego una persona se encargara de indicarles todos los lugares y servicios que el complejo ofrece.

3. **Control de calidad:** Se revisa antes de que el cliente valla hacer uso de las instalaciones, con la finalidad de verificar si todo está de acuerdo a las políticas de atención y servicio al cliente.
4. **Entrega del servicio:** Se conduce al usuario a las distintas instalaciones que ha decidido ocupar y se le hace entrega de los implementos deportivos como balones y chalecos cuando corresponda, así el cliente ase uso de los servicios.
5. **Control de calidad:** verificamos que las instalaciones que están siendo ocupadas funcionen correctamente.
6. **Despedida del cliente:** La parte final del proceso y con el fin de medir el grado de satisfacción del cliente, se despide cordialmente.

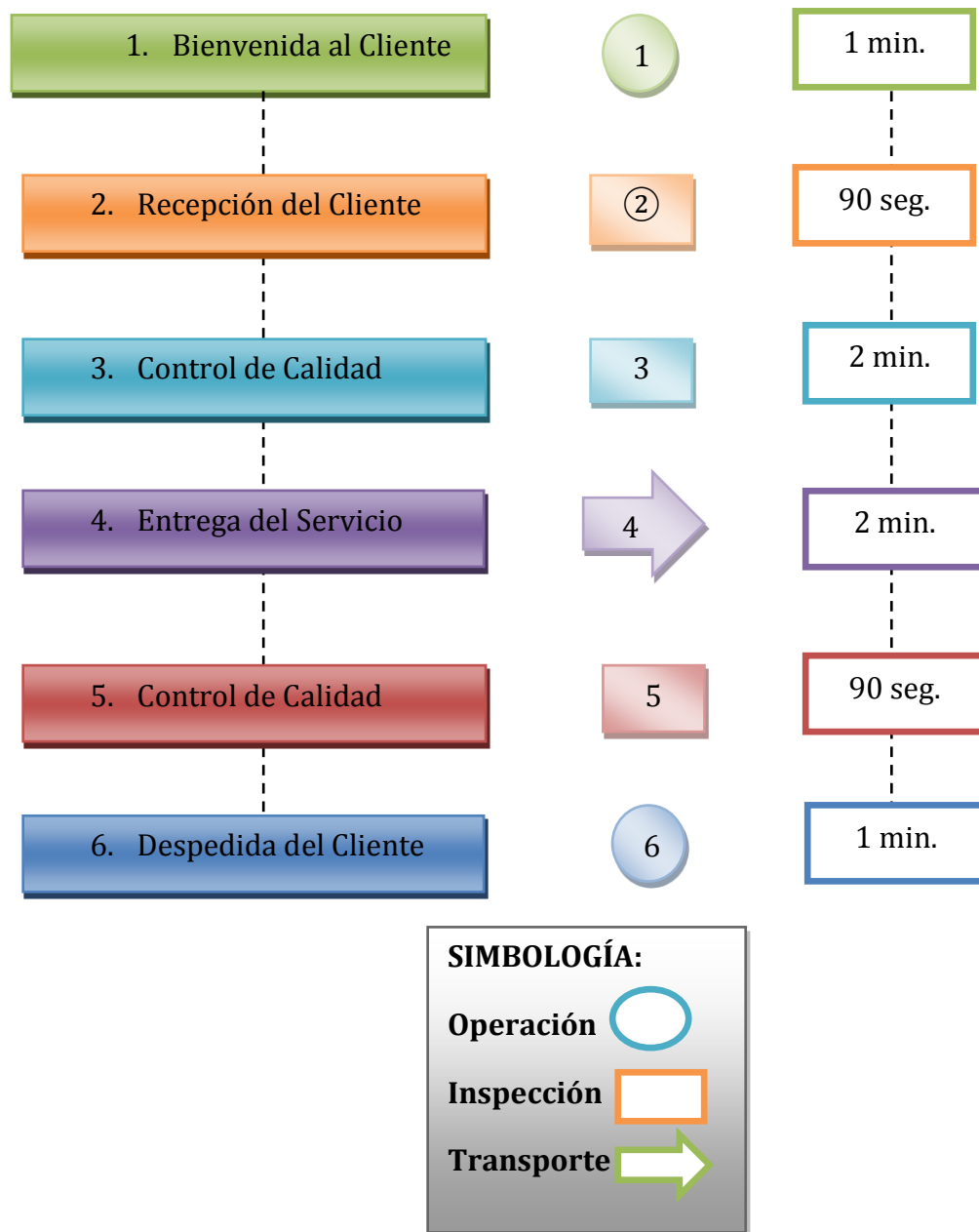
SERVICIO DE RESTAURANTE

1. **Bienvenida del cliente y recepción del pedido:** Se recibe la orden del cliente para preparar su pedido, previamente comunicado el menú.
2. **Selección de los ingredientes:** Cada pedido necesita ingredientes específicos, para ello se debe seleccionar adecuadamente y en las porciones necesarias.
3. **Control de calidad de los ingredientes:** Para cumplir a cabalidad este paso el cocinero no debe descuidar el tiempo ni el procedimiento para la cocción de los ingredientes, además debe verificar el buen

estado de los mismos, y de esta manera todo este conforme a las exigencias de los clientes.

4. **Decoración del plato:** Obtenidos todos los ingredientes respectivos del pedido se procede a servir, colocando en forma decorativa en la vajilla o utensilios destinados.
5. **Entrega del pedido:** Con la decoración realizada el siguiente paso consiste en la entrega del respectivo pedido, con todos los utensilios en la mesa.

GRAFICO N° 35
PROCESO DE GENERACIÓN DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS Y
RECREATIVOS (CANCHAS DEPORTIVAS, PISCINA, SAUNA E
HIDROMASAJE) Y DIAGRAMA DEL FLUJO DE LAS OPERACIONES



Tiempo estimado en entrega 9 minutos.

GRAFICO N° 36
PROCESO DE GENERACIÓN DEL SERVICIO DE BAR-RESTAURANTE Y
DIAGRAMA DE FLUJO DE LAS OPERACIONES



Tiempo estimado en entrega 7 minutos.

3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1. INVERSIONES

3.1. 1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Representas todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran para la operación normal de la empresa. Los activos fijos están sujetos a depreciación excepción del terreno. Entre estos activos tenemos:

- ✓ **TERRENO:** la empresa contara con un terreno de 4.200 m² con un costo de 84.000 dólares.

CUADRO N° 57
INVERSIÓN EN TERRENO

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	V. UNIT.(USD)	V. TOTAL (USD)
TERRENO	4200	METROS	20,00	84.000,00
TOTAL				84.000,00

Fuente: Departamento de Avalúos y Catastros del Municipio del Cantón Balsas

Elaboración: Los autores

- ✓ **CONSTRUCCIONES:** El área de construcciones estará distribuida adecuadamente para brindar un servicio de excelente calidad. El costo total de las construcciones es de 258.000 dólares.

CUADRO N° 58
INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES

DETALLE	UNID.	CANT.	COSTO	TOTAL
CANCHA DE INDOR FUTBOL (INCLUYE: CÉSPED SINTÉTICO, CERRAMIENTO, CUBIERTA, E ILUMINACIÓN)	U	1	120.000,00	120.000,00
CANCHA DE ECUAVOLY (INCLUYE:PISO DE CONCRETO, CERRAMIENTO, CUBIERTA E ILUMINACIÓN)	U	1	12.000,00	12.000,00
PISCINA ADULTOS Y NIÑOS	U	1	25.500,00	25.500,00
VESTIDORES	M2	55	200,00	11.000,00
SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE	U	1	15.500,00	15.500,00
BLOQUE PRINCIPAL	U	335	220,00	73.700,00
PARQUEADERO	M2	300	1,00	300,00
SUMA TOTAL				258.000,00

Fuente: Ing. Iván Santos Floril- Constructor

Elaboración: Los autores

- ✓ **EQUIPO DE COMPUTACIÓN:** Constituye la inversión en una computadora, incluido impresora, con un costo de 879,99 dólares.

CUADRO N° 59
INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.(USD)	V. TOTAL (USD)
COMPUTADORA (INCLUYE IMPRESORA)	1	879,99	879,99
TOTAL			879,99

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: Los autores

- ✓ **EQUIPO DE OFICINA:** constituye la inversión en componentes de oficina necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa, con un costo de 60,00 dólares.

CUADRO Nº 60
INVERSIÓN EN EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.(USD)	V. TOTAL (USD)
TELÉFONO CELULAR	1	45,00	45,00
CALCULADORA	1	15,00	15,00
TOTAL			60,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: Los autores

- ✓ **EQUIPO DE PRODUCCIÓN:** Las inversiones que realizara la empresa en cuanto equipos de producción necesarios para la prestación de los servicios del complejo deportivo, tiene un costo de 6.450,80 dólares.

CUADRO Nº 61
INVERSIÓN EN EQUIPO DE PRODUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.(USD)	V. TOTAL (USD)
COCINA INDUSTRIAL 4 QM.	1	380,00	380,00
COCINETA	1	80,00	80,00
CILINDRO DE GAS	12	65,00	780,00
PARRILLA	1	98,00	98,00
FREIDORA DE PAPAS	1	140,00	140,00
REFRIGERADORA	1	645,00	645,00
MOSTRADOR (REFRIGERADOR)	2	710,00	1.420,00
MICROONDAS	1	145,00	145,00
LICUADORA	1	79,80	79,80
WUAFLERA	1	40,00	40,00
LCD "42 PULGADAS"	1	800,00	800,00
EQUIPO DE SONIDO	1	428,00	428,00
DVD	1	98,00	98,00
LAVADORA 25 LIBRAS	1	460,00	460,00
EXTINTOR 25 LIBRAS CO ²	3	25,00	75,00
BOTIQUÍN DE PRIMEROS AUXILIOS	1	50,00	50,00
BALÓN	12	45,00	540,00
CHALECOS	48	4,00	192,00
TOTAL			6.450,80

Fuente: Almacenes de la Ciudad y Provincia

Elaboración: Los autores

- ✓ **MUEBLES Y ENSERES:** Se refiere a las inversiones en muebles y enseres que se requieren para el funcionamiento de la empresa, con un costo de 1.337,50 dólares.

CUADRO Nº 62
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.(USD)	V. TOTAL (USD)
ESCRITORIO DE MADERA	2	140,00	280,00
SILLONES GIRATORIOS	2	35,00	70,00
ARCHIVADORES	2	150,00	300,00
MOSTRADOR	1	150,00	150,00
MESAS PLÁSTICAS	10	30,50	305,00
SILLAS PLÁSTICAS	50	10,25	512,50
TOTAL			1.337,50

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: Los autores

- ✓ **HERRAMIENTAS:** Constituyen las inversiones en herramientas necesarias para el proceso de producción y operación, cuyo valor es 603 dólares.

CUADRO N° 63
INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.(USD)	V. TOTAL (USD)
SET DE OLLAS INDUSTRIALES (3 UNIDADES)	1	100,00	100,00
SET DE OLLAS (4 UNIDADES)	1	25,00	25,00
SET DE SARTENES INDUSTRIALES (3 UNIDADES)	1	55,00	55,00
OLLA DE PRESIÓN	1	56,00	56,00
SET DE VAJILLA (12 PIEZAS)	4	12,00	48,00
SET DE COPAS (12 PIEZAS)	4	20,00	80,00
SET DE VASOS (12 PIEZAS)	4	9,00	36,00
SET DE CUBIERTOS (12 PIEZAS)	4	15,00	60,00
SET DE CUCHILLOS (5 UNIDADES)	1	30,00	30,00
UTENSILIOS DE COCINA	1	20,00	20,00
UTENSILIOS DE MESA	1	10,00	10,00
DESCORCHADOR	2	1,50	3,00
JUEGO DE HERRAMIENTAS	1	80,00	80,00
TOTAL			603,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: Los autores

- ✓ **IMPREVISTOS:** Es necesario contar con un valor para los imprevistos que pueden presentarse, en este caso se preverá un 2% del total de los activos fijos para imprevistos.

**RESUMEN DE LA INVERSIONES FIJAS:
CUADRO N° 64**

DETALLE	V. TOTAL (USD)
TERRENO	84.000,00
CONSTRUCCIONES	258.000,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	879,99
EQUIPO DE OFICINA	60,00
EQUIPO DE PRODUCCIÓN	6.450,80
MUEBLES Y ENSERES	1.337,50
HERRAMIENTAS	603,00
IMPREVISTOS 2%	7.025,43
TOTAL	358.356,72

Fuente: Cuadro de inversiones

Elaboración: Los autores

3.1.2. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Constituyen las inversiones intangibles que son necesarias para la puesta en marcha del proyecto como: estudios de factibilidad, gastos de constitución, etc.

**INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS
CUADRO N° 65**

DETALLE	V. TOTAL (USD)
ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN	500
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	300
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y OPERACIÓN	300
IMPREVISTOS 2 %	32
TOTAL	1632

Fuente: Instituciones y profesionales pertinentes

Elaboración: Los autores

3.1.3. ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

En el presente proyecto estos rubros son calculados para el lapso de un mes con lo que se determinara la inversión inicial, ya que transcurrido este tiempo se generaran ingresos propios por los servicios

COSTO DE PRODUCCIÓN

Constituyen todas las operaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima, hasta su transformación en artículo de consumo o de servicio.

- ✓ **MATERIA PRIMA DIRECTA:** Para poder satisfacer la demanda determinada en el tamaño del proyecto, se toma en consideración los requerimientos de provisiones para un mes del bar-restaurante del complejo deportivo, lo que representa un total de 5.583,69 dólares. Ver cuadro completo de proyección de la materia prima para los 10 años en anexo N°2.

**CUADRO Nº 66
MATERIA PRIMA DIRECTA**

COSTOS DE MATERIA PRIMA				
DETALLE	CANTIDAD ANUAL	COSTO. UNIT.	COSTO ANUAL	COSTO 1 MES
BAR				
Aguas	19.756,00	0,21	4.148,76	345,73
Gaseosas	10.776,00	0,19	2.047,44	170,62
Cervezas	17.960,00	0,67	12.033,20	1.002,77
Gatorade	7.184,00	0,75	5.388,00	449,00
V220	5.388,00	0,75	4.041,00	336,75
Suni	4.490,00	0,40	1.796,00	149,67
Tesalia ice	5.388,00	0,25	1.347,00	112,25
Papitas	5.388,00	0,30	1.616,40	134,70
Chifles	2.694,00	0,30	808,20	67,35
Cachitos	2.694,00	0,30	808,20	67,35
Caramelos	2.694,00	0,02	53,88	4,49
Chiclets	8.082,00	0,03	242,46	20,21
Colombinas	5.388,00	0,07	377,16	31,43
Cigarrillos	13.470,00	0,10	1.347,00	112,25
Helados	8.082,00	0,22	1.778,04	148,17
RESTAURANTE				
Papas (lb)	5.166,00	0,25	1.291,50	107,63
Salchichas (lb)	652,00	1,40	912,80	76,07
Aceite (lt)	1.122,00	2,40	2.692,80	224,40
Pan especial para hamburguesas (funda 12 u.)	431,00	1,90	818,90	68,24
Carne de res molida (lb)	1.181,00	1,50	1.771,50	147,63
Tomate (lb)	738,00	0,30	221,40	18,45
Lechuga (u)	369,00	0,50	184,50	15,38
Salsa de tomate (galón)	374,00	3,02	1.129,48	94,12
Mayonesa (galón)	374,00	9,90	3.702,60	308,55
Pan especial para hot-dogs (funda 8 u.)	234,00	1,60	374,40	31,20
Pan (u)	898,00	0,12	107,76	8,98
Mortadela (lb)	62,00	1,50	93,00	7,75
Supan (funda 20 u)	188,00	1,40	263,20	21,93
Queso (lb)	185,00	1,30	240,50	20,04
Mantequilla (lb)	98,00	1,50	147,00	12,25
Leche (lt)	1.292,00	0,60	775,20	64,60

Porción de frutas	1,00	3,00	3,00	0,25
Arroz (lb)	4.613,00	0,45	2.075,85	172,99
Carne de pollo (lb)	2.619,00	1,30	3.404,70	283,73
Carne de res (lb)	923,00	2,00	1.846,00	153,83
Carne de chanco (lb)	1.107,00	2,50	2.767,50	230,63
Menudo de res (lb)	185,00	3,00	555,00	46,25
Zanahoria (lb)	369,00	0,25	92,25	7,69
Arveja tierna(lb)	185,00	1,00	185,00	15,42
Pimiento (u)	1.476,00	0,10	147,60	12,30
Cebolla (lb)	615,00	0,30	184,50	15,38
Limón	7.483,00	0,05	374,15	31,18
Lenteja (lb)	738,00	0,80	590,40	49,20
Plátanos maduros (u)	92,00	0,10	9,20	0,77
Maní (lb)	98,00	2,00	196,00	16,33
Azúcar (lb)	738,00	0,45	332,10	27,68
Sal (lb)	374,00	0,30	112,20	9,35
Condimentos	1.871,00	0,50	935,50	77,96
Horchata (funda)	748,00	0,45	336,60	28,05
Tang (sobres)	748,00	0,30	224,40	18,70
Servilleta(paca)	49,00	1,49	73,01	6,08
TOTAL			67.004,24	5.583,69

Fuente: Cuadro N° 53. Almacenes y tiendas de la ciudad.

Elaboración: Los autores

- ✓ **MANO DE OBRA DIRECTA:** Incluye los sueldos del personal cuyos esfuerzos están direccionados a transformar la materia prima en producto terminado o en la prestación del servicio. Se necesita de dos empleados: una cocinera y un mesero; sus remuneraciones se fijaran de acuerdo a las leyes vigentes y cuyo valor mensual es de 794,03 dólares.

CUADRO N° 67
INVERSIÓN EN MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	SUELDO BÁSICO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12.15%	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COCINERA	300,00	25,00	22,00	25,00	12,50	36,45	420,95	5.051,40
MESERO	264,00	22,00	22,00	22,00	11,00	32,08	373,08	4.476,91
TOTALES	564,00	47,00	44,00	47,00	23,50	68,53	794,03	9.528,31

Fuente: Asesoría coordinador de tesis

Elaboración: Los autores

GASTOS DEL SERVICIO

- ✓ **MANTENIMIENTO:** Para mantener los activos fijos en óptimas condiciones es necesario un mantenimiento para lo cual se considera el 3% de las inversiones con un valor de 668,33 dólares mensuales.

CUADRO N° 68
INVERSIÓN EN MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS

DENOMINACIÓN	VALOR	% MANT.	V.MENSUAL (USD)	V. ANUAL (USD)
CONSTRUCCIÓN	258.000,00	3%	645,00	7.740,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	879,99	3%	2,20	26,40
EQUIPO DE OFICINA	60,00	3%	0,15	1,80
EQUIPO DE PRODUCCIÓN	6.450,80	3%	16,13	193,52
MUEBLES Y ENSERES	1.337,50	3%	3,34	40,13
HERRAMIENTAS	603,00	3%	1,51	18,09
TOTAL			668,33	8.019,94

Fuente: Cuadro de Inversión Inicial

Elaboración: Los autores

- ✓ **SERVICIOS BÁSICOS:** Son los costos de la energía eléctrica, agua potable, el gas, y teléfono con un valor de 382 dólares mensuales.

CUADRO N° 69
INVERSIÓN EN SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	UNIDAD	CANT.	V. UNIT. (USD)	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ENERGÍA ELÉCTRICA	(Kw/h)	1.500,00	0,12	180,00	2.160,00
AGUA POTABLE	(m3)	300,00	0,26	78,00	936,00
GAS	cilindro	50,00	2,00	100,00	1.200,00
TELÉFONO	Tarjeta	4,00	6,00	24,00	288,00
TOTAL				382,00	4.584,00

Fuente: Especialistas Afines

Elaboración: Los autores

- ✓ **MATERIALES DE ASEO:** En toda empresa es necesario la utilización de materiales de aseo y limpieza que ayuden a mantener el buen estado de las instalaciones. El costo es de 144,05 dólares mensuales.

CUADRO N° 70
INVERSIÓN EN MATERIALES DE ASEO

DETALLE	CANT.	V. UNIT. (USD)	COSTO MES	COMPRAS ANUALES	COSTO ANUAL
ESCOBAS	3	2,00	6,00	4,00	24,00
TRAPEADORES	3	2,50	7,50	4,00	30,00
RECOGEDORES DE BASURA	3	3,00	9,00	2,00	18,00
TACHOS PARA BASURA	4	5,60	22,40	1,00	22,40
DESINFECTANTE	1	6,50	6,50	12,00	78,00
COLORO	1	2,50	2,50	12,00	30,00
CREMA PARA PLATOS	2	2,25	4,50	12,00	54,00
ESPONJAS	4	0,50	2,00	12,00	24,00
FRANELAS	3	0,35	1,05	12,00	12,60
PAPEL HIGIÉNICO (4 U.)	8	1,60	12,80	12,00	153,60
CEPILLO PARA BAÑO	4	2,00	8,00	4,00	32,00
AMBIENTALES	2	0,90	1,80	12,00	21,60
DETERGENTE	2	5,00	10,00	12,00	120,00
MATERIALES PARA CUIDADO DE PISCINA, SAUNA E HIDROMASAJE	1	50,00	50,00	12,00	600,00
TOTAL			144,05		1.220,20

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: Los autores

- ✓ **ALQUILER O FLETE DE VEHÍCULO:** Son los gastos por concepto de alquiler o flete de vehículo necesarios para transportar las materias primas o materiales que se necesiten en la Empresa, cuyo valor es de 16 dólares mensuales.

**CUADRO Nº 71
INVERSIÓN EN ALQUILER O FLETE DE VEHÍCULO**

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
FLETE DE VEHÍCULO	8	2	16	192
TOTAL			16	192

Fuente: Asociación de Camionetas del Cantón Balsas

Elaboración: Los autores

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Incluyen los gastos necesarios para las actividades administrativas del complejo deportivo tales como: salarios de la Administración y útiles de oficina, que se usan en el área administrativa.

SUELDOS ADMINISTRATIVOS: Corresponde al pago de sueldos del personal que labora en el área administrativa, el Gerente, Secretaria-Contadora, Conserje y Asesor Jurídico Temporal, cuyo valor mensual es de 1.444,45 dólares.

CUADRO Nº 72
INVERSIÓN EN PERSONAL ADMINISTRATIVO

CARGO	SUELDO BÁSICO	HONORARIOS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIÓN	APORTE PATRONAL 12.15%	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GERENTE	400		33,33	22	33,33	16,67	48,6	553,93	6.647,20
SECRET. CONT.	350		29,17	22	29,17	14,58	42,53	487,44	5.849,30
CONSERJE GUARDIÁN	264		22	22	22	11	32,08	373,08	4.476,91
ASESOR JURÍDICO		30						30	360
TOTALES	1.014	30	84,5	66	84,5	42,25	123,2	1.444,45	17.333,41

Fuente: Asesoría coordinador de tesis

Elaboración: Los autores

- ✓ **SUMINISTROS DE OFICINA:** Constituyen todos los gastos necesarios para que el personal administrativo pueda realizar con normalidad todas sus actividades, y cuyo valor mensuales de 7,07 dólares.

CUADRO Nº 73
INVERSIÓN EN SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	COSTO MENSUAL	COMPRAS ANUALES	COSTO ANUAL
PAPEL BOND	100	0,02	2,00	12	24,00
CARPETAS	4	0,15	0,60	12	7,20
CUADERNO	1	1,25	1,25	12	15,00
LAPICEROS	2	0,30	0,60	12	7,20
CORRECTOR	1	1,50	1,50	12	18,00
LÁPICES	2	0,20	0,40	12	4,80
BORRADOR	2	0,20	0,40	12	4,80
OTROS 5%			0,32		3,87
TOTAL			7,07		84,87

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: Los autores

GASTOS DE VENTAS

- ✓ **SUELDOS DE VENTAS:** Constituyen los gastos por concepto de pago de salario al vendedor, cuyo valor mensual es de 373,08 dólares.

**CUADRO N° 74
INVERSIÓN EN SUELDO DE VENTAS**

CARGO	SUELDO BÁSICO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12.15%	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
VENDEDOR	264,00	22,00	22,00	22,00	11,00	32,08	373,08	4.476,91

Fuente: Asesoría coordinador de tesis

Elaboración: Los autores

- ✓ **GASTOS DE PUBLICIDAD:** Son los gastos que emplearan en la promoción del complejo deportivo; se efectuara la publicidad mediante cuñas radiales, cuyo valor es de 60 dólares mensuales.

**CUADRO N° 75
INVERSIÓN EN PUBLICIDAD**

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
CUÑA RADIAL	60	720
TOTAL	60	720

Fuente: Radio La Mejor

Elaboración: Los autores

IMPREVISTOS: Se considera un 2% de los costos para poder cubrir determinados incrementos que puedan surgir en los precios presupuestados.

**RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE
TRABAJO
CUADRO N°76**

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	67.004,24	5.583,69
MANO DE OBRA DIRECTA	9.528,31	794,03
MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS	8.019,94	668,33
SERVICIOS BÁSICOS	4.584,00	382,00
MATERIALES DE ASEO	1.220,20	144,05
ALQUILER DE VEHÍCULO	192,00	16,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	17.333,41	1.444,45
SUMINISTROS DE OFICINA	84,87	7,07
SUELDO DE VENTAS	4.476,91	373,08
GASTOS DE PUBLICIDAD	720,00	60,00
IMPREVISTOS 2%	2.263,28	189,45
TOTAL	115.427,16	9.662,14

Fuente: Cuadro de inversiones

Elaboración: Los autores

CUADRO N° 77
INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

DETALLE	PARCIAL	TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS		
TERRENO	84.000,00	
CONSTRUCCIONES	258.000,00	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	879,99	
EQUIPO DE OFICINA	60,00	
EQUIPO DE PRODUCCIÓN	6.450,80	
MUEBLES Y ENSERES	1.337,50	
HERRAMIENTAS	603,00	
IMPREVISTOS	7.025,43	
SUBTOTAL		358.356,72
2. ACTIVOS DIFERIDOS		
ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN	500,00	
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	300,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500,00	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y OPERACIÓN	300,00	
IMPREVISTOS 2%	32,00	
SUBTOTAL		1.632,00
3. ACTIVO CORRIENTE		
MATERIA PRIMA DIRECTA	5.583,69	
MANO DE OBRA DIRECTA	794,03	
MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS	668,33	
SERVICIOS BÁSICOS	382,00	
MATERIALES DE ASEO	144,05	
ALQUILER DE VEHÍCULO	16,00	
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	1.444,45	
SUMINISTROS DE OFICINA	7,07	
SUELDOS DE VENTAS	373,08	
GASTOS DE PUBLICIDAD	60,00	
IMPREVISTOS 2%	189,45	
SUBTOTAL		9.662,14
TOTAL DE LA INVERSIÓN		369.650,86

Fuente: Cuadros N°64, 65 Y 76.

Elaboración: Los autores

Las depreciaciones y amortizaciones para los activos fijos y diferidos no se consideran en el cálculo del capital de operación, debido a que no constituyen egresos efectivos.

3.2. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

En el presente proyecto por tratarse de una inversión muy fuerte se hará uso de las fuentes de financiamiento internas y externas.

**CUADRO N° 78
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

FINANCIAMIENTO	VALOR	%
Fuente Interna	169.650,86	46%
Fuente Externa	200.000,00	54%
TOTAL	369.650,86	100%

Elaboración: Los autores

3.2.1. FINANCIAMIENTO INTERNO O PROPIO

Está constituido por el capital que aportan los propietarios del complejo deportivo. El monto del capital es de 169.650,86 dólares, lo que representa el 46% de la inversión total.

3.2.2. FINANCIAMIENTO EXTERNO O POR ENDEUDAMIENTO

Para poder obtener un financiamiento externo, se requiere acudir a los créditos de entidades financieras, en este caso luego de buscar la alternativa más conveniente, se decidió a solicitar un préstamo en el Banco Nacional de Fomento.

El crédito que se mantendrá con el Banco Nacional de Fomento, constituirá el 54% de la inversión total que corresponde a 200.000.00 dólares. El préstamo será para un periodo de 10 años y con un interés del 10% de interés anual.

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Cálculo matemático

Datos:

Capital (C)= 200.000,00

Tiempo (T)= 10 años

N= 20 cuotas

Interés (i)= 10%

Formula:

$$D = C \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$D = 200.000,00 \frac{0.05(1+0.05)^{20}}{(1+0.05)^{20} - 1}$$

$$D = 16.048,52$$

CUADRO N° 79
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Periodo	Saldo anterior	Interés	Dividendos	Amortización	Saldo final
0					200.000,00
1	200.000,00	10.000,00	16.048,52	6.048,52	193.951,48
2	193.951,48	9.697,57	16.048,52	6.350,94	187.600,54
3	187.600,54	9.380,03	16.048,52	6.668,49	180.932,05
4	180.932,05	9.046,60	16.048,52	7.001,91	173.930,13
5	173.930,13	8.696,51	16.048,52	7.352,01	166.578,12
6	166.578,12	8.328,91	16.048,52	7.719,61	158.858,51
7	158.858,51	7.942,93	16.048,52	8.105,59	150.752,92
8	150.752,92	7.537,65	16.048,52	8.510,87	142.242,05
9	142.242,05	7.112,10	16.048,52	8.936,42	133.305,63
10	133.305,63	6.665,28	16.048,52	9.383,24	123.922,40
11	123.922,40	6.196,12	16.048,52	9.852,40	114.070,00
12	114.070,00	5.703,50	16.048,52	10.345,02	103.724,98
13	103.724,98	5.186,25	16.048,52	10.862,27	92.862,71
14	92.862,71	4.643,14	16.048,52	11.405,38	81.457,33
15	81.457,33	4.072,87	16.048,52	11.975,65	69.481,68
16	69.481,68	3.474,08	16.048,52	12.574,43	56.907,25
17	56.907,25	2.845,36	16.048,52	13.203,16	43.704,09
18	43.704,09	2.185,20	16.048,52	13.863,31	29.840,78
19	29.840,78	1.492,04	16.048,52	14.556,48	15.284,30
20	15.284,30	764,22	16.048,52	15.284,30	0,00

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaboración: Los autores

3.3. AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

La amortización de los activos diferidos se ha obtenido realizando la división del monto de estos activos por los años de vida útil del proyecto, siendo así:

CUADRO N° 80
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDO

DENOMINACIÓN	VIDA ÚTIL	VALOR ACTIVO	MONTO AMORTIZAR	AMORTIZACIÓN ANUAL
ACT. DIFERIDOS	10	1.632,00	1.632,00	163,20
TOTAL				163,20

Fuente: Cuadro N° 65

Elaboración: Los autores

3.4. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Es el valor que se carga al costo de producción por el uso o desgaste de la maquinaria e instalaciones.

Para la depreciación de los activos fijos se utilizara el método de línea recta en el cual se supone que el activo puede depreciarse completamente; es decir el 100%, y se desgasta por igual durante la vida útil, consiste en dividir el total del activo para el número de años de vida así:

Formula:

$$DEPRECIACIÓN ANUAL = \frac{Valor Total}{Número de Años}$$

**CUADRO Nº 81
RESUMEN DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR DEL BIEN	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Construcción	258.000,00	20	12.900,00
Equipo de computo	879,99	3	293,30
equipo de oficina	60,00	10	6,00
Equipo de producción	6.450,80	10	645,08
Muebles y Enseres	1.337,50	10	133,75
Herramientas	603,00	10	60,30
TOTAL	267.331,29		

Fuente: Cuadro Nº 64

Elaboración: Los autores

Considerando que la vida útil del equipo de cómputo es de 3 años, se supone que en el año 4, 7 y 10 habrá que hacer una reinversión para reemplazar este bien, y por lo tanto las depreciaciones en algunos años serán diferentes.

Para calcular el valor del bien en los años que hay que remplazarlo, se prevé un incremento del 3% por concepto de inflación y a estos valores se les calcula la depreciación anual; así:

**CUADRO N° 82
DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE CÓMPUTO**

AÑOS	VALOR DEL EQUIPO DE COMPUTO	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	879,99	3	293,33
4	961,59	3	320,53
7	1.050,75	3	350,25
10	1.148,19	3	382,73
TOTAL	4040,52		1.346,84

Fuente: Cuadro N° 81

Elaboración: Los autores

**CUADRO N° 83
DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR DEL BIEN	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL			
			Año 1 a 3	Año 4 a 6	Año 7 a 9	Año 10
Construcción	258.000,00	20	12.900,00	12.900,00	12.900,00	12.900,00
Equipo de computo	879,99	3	293,30	320,53	350,25	382,73
Equipo de oficina	60	10	6,00	6,00	6,00	6,00
Equipo de producción	6.450,80	10	645,08	645,08	645,08	645,08
Muebles y Enseres	1.337,50	10	133,75	133,75	133,75	133,75
Herramientas	603	10	60,30	60,30	60,30	60,30
TOTAL	267.331,29		14.038,43	14.065,66	14.095,38	14.127,86

Fuente: Cuadro N° 81 Y 82

Elaboración: Los autores

Las construcciones son un activo que se deprecia para 20 años, y al ser la vida útil del proyecto de 10 años; por lo tanto en el año 10 nos quedara un valor

residual que es igual al valor del bien menos la depreciación acumulada de los 10 años; así también el equipo de cómputo en el año 10 va a tener un valor residual que va a ser igual al valor del bien en el año 10 menos la depreciación anual.

Valor Residual Construcciones= Valor Total – dep. Acumulada 10 años⁴

Valor Residual Construcciones= 258.000 – 129000

Valor Residual Construcciones= 19.000

Valor Residual Equipo de Computo= Valor Total año 10– dep. año 10

Valor Residual Equipo de Computo= 1.148,19 – 382,73

Valor Residual Equipo de Computo= 756,46

3.5. PRESUPUESTO DE COSTOS

3.5.1. ESTRUCTURA DE COSTOS

La determinación del costo es la base para el análisis económico y para su cálculo se consideran elementos fundamentales como: el costo de fabricación, gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, gastos de ventas y otros gastos.

Para proyectar los costos para los siguientes años de operación se considera un incremento del 3% por la inflación; pero también se tiene que estimar un incremento por motivo que año tras año la demanda aumentara y por ende la materia prima también.

CUADRO N° 84
PRESUPUESTO DE COSTOS PROYECTADO PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO DE PRODUCCIÓN	105.148,21	109.323,72	114.270,50	119.026,85	124.000,58	129.642,88	135.454,72	141.192,91	147.581,33	154.257,57
COSTO PRIMO	76.532,55	80.279,16	84.784,19	89.057,74	93.562,81	98.722,39	104.006,71	109.232,78	115.093,71	121.193,51
MATERIA PRIMA DIRECTA	67.004,24	70.465,00	74.675,60	78.645,90	82.838,61	87.676,46	92.629,41	97.514,16	103.023,53	108.761,23
MANO DE OBRA DIRECTA	9.528,31	9.814,16	10.108,59	10.411,84	10.724,20	11.045,93	11.377,30	11.718,62	12.070,18	12.432,29
GASTOS DEL SERVICIO	28.615,66	29.044,55	29.486,31	29.969,10	30.437,77	30.920,49	31.448,01	31.960,13	32.487,62	33.064,06
MANTENIMIENTO	8.019,94	8.260,54	8.508,35	8.763,60	9.026,51	9.297,31	9.576,23	9.863,51	10.159,42	10.464,20
DEPRECIACIONES	14.038,43	14.038,43	14.038,43	14.065,66	14.065,66	14.065,66	14.095,38	14.095,38	14.095,38	14.127,86
SERVICIOS BÁSICOS	4.584,00	4.721,52	4.863,17	5.009,06	5.159,33	5.314,11	5.473,54	5.637,74	5.806,87	5.981,08
MATERIALES DE ASEO	1.220,20	1.256,81	1.294,51	1.333,35	1.373,35	1.414,55	1.456,98	1.500,69	1.545,71	1.592,08
ALQUILER DE VEHÍCULO	192,00	197,76	203,69	209,80	216,10	222,58	229,26	236,14	243,22	250,52
IMPREVISTOS (2%)	561,09	569,50	578,16	587,63	596,82	606,28	616,63	626,67	637,01	648,31
COSTO DE OPERACIÓN	55.327,73	56.019,76	56.732,54	57.466,71	58.222,91	59.001,79	59.804,03	60.630,35	61.481,45	62.358,09
GASTOS ADMINISTRATIVOS	17.766,65	18.299,65	18.848,64	19.414,10	19.996,52	20.596,41	21.214,31	21.850,74	22.506,26	23.181,45
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	17.333,41	17.853,41	18.389,02	18.940,69	19.508,91	20.094,18	20.697,00	21.317,91	21.957,45	22.616,17
SUMINISTROS DE OFICINA	84,87	87,42	90,04	92,74	95,52	98,39	101,34	104,38	107,51	110,74
IMPREVISTOS (2%)	348,37	358,82	369,58	380,67	392,09	403,85	415,97	428,45	441,30	454,54
GASTOS DE VENTAS	5.300,85	5.459,88	5.623,67	5.792,38	5.966,15	6.145,14	6.329,49	6.519,38	6.714,96	6.916,41
SUELDOS DE VENTAS	4.476,91	4.611,22	4.749,56	4.892,04	5.038,80	5.189,97	5.345,67	5.506,04	5.671,22	5.841,35
PUBLICIDAD	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37	834,68	859,72	885,51	912,07	939,44
IMPREVISTOS (2%)	103,94	107,06	110,27	113,58	116,98	120,49	124,11	127,83	131,67	135,62
GASTOS FINANCIEROS	19.697,57	18.426,63	17.025,41	15.480,57	13.777,38	11.899,62	9.829,38	7.546,95	5.030,57	2.256,25
INTERÉS DEL CRÉDITO	19.697,57	18.426,63	17.025,41	15.480,57	13.777,38	11.899,62	9.829,38	7.546,95	5.030,57	2.256,25
OTROS GASTOS	12.562,66	13.833,61	15.234,82	16.779,66	18.482,85	20.360,61	22.430,85	24.713,28	27.229,67	30.003,98
AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO	12.399,46	13.670,41	15.071,62	16.616,46	18.319,65	20.197,41	22.267,65	24.550,08	27.066,47	29.840,78
AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO	163,20	163,20	163,20	163,20	163,20	163,20	163,20	163,20	163,20	163,20
TOTAL	160.475,94	165.343,47	171.003,04	176.493,56	182.223,48	188.644,66	195.258,76	201.823,26	209.062,78	216.615,66

Fuente: Cuadros N° 77, 79, 80 Y 83

Elaboración: Los autores

3.5.2. DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

Los costos se distribuyen en costos fijos y variables, de conformidad con la relación que tiene con la capacidad productiva de la empresa.

✓ COSTOS FIJOS

Son aquellos gastos que tiene que hacer la empresa por el solo hecho de existir. Estos gastos no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producción, dentro de estos gastos están los administrativos que generalmente sirven para realizar las operaciones no productivas.

✓ COSTOS VARIABLES

Están representados por los costos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción, por ejemplo materia prima y materiales directos, entre otros.

**CUADRO N° 85
COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
COSTO DE PRODUCCIÓN						
COSTO PRIMO						
MATERIA PRIMA DIRECTA		67.004,24		82.838,61		108.761,23
MANO DE OBRA DIRECTA		9.528,31		10.724,20		12.432,29
GASTOS DEL SERVICIO						
MANTENIMIENTO		8.019,94		9.026,51		10.464,20
DEPRECIACIONES	14.038,43		14.065,66		14.127,86	
SERVICIOS BÁSICOS		4.584,00		5.159,33		5.981,08
MATERIALES DE ASEO	1.220,20		1.373,35		1.592,08	
ALQUILER DE VEHÍCULO		192,00		216,10		250,52
IMPREVISTOS (2%)	561,09		596,82		648,31	
COSTO DE OPERACIÓN						
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	17.333,41		19.508,91		22.616,17	
SUMINISTROS DE OFICINA	84,87		95,52		110,74	
IMPREVISTOS (2%)	348,37		392,09		454,54	
GASTOS DE VENTAS						
SUELDOS DE VENTAS	4.476,91		5.038,80		5841,354724	
PUBLICIDAD	720,00		810,37		939,44	
IMPREVISTOS (2%)	103,94		116,98		135,62	
GASTOS FINANCIEROS						
INTERÉS DEL CRÉDITO	19.697,57		13.777,38		2.256,25	
OTROS GASTOS						
AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO	12.399,46		18.319,65		29.840,78	
AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO	163,20		163,20		163,20	
SUBTOTALES	71.147,45	89.328,49	74.258,73	107.964,75	78.726,35	137.889,31
TOTALES		160.475,94		182.223,48		216.615,66

Fuente: Cuadro N° 84

Elaboración: Los autores

3.6. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El complejo deportivo prestara varios servicios como son: cancha sintética de indor futbol, cancha de ecuavoly, piscina, sauna, hidromasaje y bar-restaurante en los cuales su costo será tomando en cuenta los precios de oferentes. Los ingresos que se obtendrán por estos servicios se calculan para cada año de vida útil del proyecto; en la proyección de los ingresos se tomara como incremento el 3% por concepto de la inflación, pero redondeando a cantidades enteras en algunos casos.

- ✓ **INGRESOS POR CANCHA SINTÉTICA:** Considerando que la cancha sintética tiene la capacidad para 8 jugadores de cada lado, el costo por alquiler es de 26 dólares la hora.

**CUADRO N° 86
INGRESOS POR CANCHA SINTÉTICA**

AÑOS	CANTIDAD DE JUEGOS ANUALES	VALOR POR JUEGO	INGRESO ANUAL
1	2.697,00	26	70.122,00
2	2.760,00	27	74.520,00
3	2.831,00	28	79.268,00
4	2.901,00	28	81.228,00
5	2.974,00	29	86.246,00
6	3.047,00	30	91.410,00
7	3.124,00	31	96.844,00
8	3.203,00	32	102.496,00
9	3.283,00	33	108.339,00
10	3.363,00	34	114.342,00

Fuente: Cuadro N° 50

Elaboración: Los autores

- ✓ **INGRESOS POR CANCHA DE ECUAVOLY:** Tomando en cuenta que para el ecuavoly se necesita de 6 jugadores, el valor por alquiler de la cancha será de 3 dólares la hora.

**CUADRO N° 87
INGRESOS POR CANCHA DE ECUAVOLY**

AÑOS	CANTIDAD DE JUEGOS ANUALES	VALOR POR JUEGO	INGRESO ANUAL
1	2.673,00	3	8.019,00
2	2.739,00	3	8.217,00
3	2.811,00	3	8.433,00
4	2.877,00	3	8.631,00
5	2.948,00	3	8.844,00
6	3.025,00	3	9.075,00
7	3.102,00	4	12.408,00
8	3.179,00	4	12.716,00
9	3.256,00	4	13.024,00
10	3.339,00	4	13.356,00

Fuente: Cuadro N° 51

Elaboración: Los autores

- ✓ **INGRESOS PISCINA, SAUNA E HIDROMASAJE:** El valor que se cobrara por la entrada a la piscina, sauna e hidromasaje será de 3 dólares.

CUADRO N°88
INGRESOS PISCINA, SAUNA E HIDROMASAJE

AÑOS	CANTIDAD DE VISITAS ANUALES	VALOR POR VISITA	INGRESO ANUAL
1	21.681,00	3	65.043,00
2	22.221,00	3	66.663,00
3	22.788,00	3	68.364,00
4	23.355,00	3	70.065,00
5	23.922,00	3	71.766,00
6	24.516,00	3	73.548,00
7	25.137,00	4	100.548,00
8	25.785,00	4	103.140,00
9	26.406,00	4	105.624,00
10	27.054,00	4	108.216,00

Fuente: Cuadro N° 52

Elaboración: Los autores

- ✓ **INGRESOS BAR-RESTAURANTE:** Los ingresos que se recibirán del bar-restaurante se calculan de acuerdo al número de personas que visitaran cada año el complejo deportivo, tomando en cuenta el 2.5% de tasa de crecimiento, el valor de los productos será fijado comparando la competencia, para la proyección se incrementara un 3% del valor por concepto de la inflación.

CUADRO N°89(1)
INGRESOS BAR-RESTAURANTE

PRODUCTOS	TOTAL CONSUMO					P.V.P. (INCREMENTO 3%)					TOTAL INGRESOS ANUALES				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
BEBIDAS															
AGUAS	19.756,00	20.240,00	20.746,00	21.274,00	21.802,00	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34	5.926,80	6.274,40	6.638,72	7.020,42	7.412,68
GASEOSAS	10.776,00	11.040,00	11.316,00	11.604,00	11.892,00	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34	3.232,80	3.422,40	3.621,12	3.829,32	4.043,28
CERVEZAS	17.960,00	18.400,00	18.860,00	19.340,00	19.820,00	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	17.960,00	18.952,00	19.991,60	21.080,60	22.396,60
GATORADE	7.184,00	7.360,00	7.544,00	7.736,00	7.928,00	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	7.184,00	7.580,80	7.996,64	8.432,24	8.958,64
V220	5.388,00	5.520,00	5.658,00	5.802,00	5.946,00	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	5.388,00	5.685,60	5.997,48	6.324,18	6.718,98
SUNI	4.490,00	4.600,00	4.715,00	4.835,00	4.955,00	0,60	0,62	0,64	0,66	0,68	2.694,00	2.852,00	3.017,60	3.191,10	3.369,40
TESALIA ICE	5.388,00	5.520,00	5.658,00	5.802,00	5.946,00	0,50	0,52	0,53	0,55	0,56	2.694,00	2.870,40	2.998,74	3.191,10	3.329,76
SNACKS															
PAPITAS	5.388,00	5.520,00	5.658,00	5.802,00	5.946,00	0,40	0,41	0,42	0,44	0,45	2.155,20	2.263,20	2.376,36	2.552,88	2.675,70
CHIFLES	2.694,00	2.760,00	2.829,00	2.901,00	2.973,00	0,40	0,41	0,42	0,44	0,45	1.077,60	1.131,60	1.188,18	1.276,44	1.337,85
CACHITOS	2.694,00	2.760,00	2.829,00	2.901,00	2.973,00	0,40	0,41	0,42	0,44	0,45	1.077,60	1.131,60	1.188,18	1.276,44	1.337,85
CONFITERÍA															
CARAMELOS	2.694,00	2.760,00	2.829,00	2.901,00	2.973,00	0,05	0,05	0,05	0,05	0,06	134,70	138,00	141,45	145,05	178,38
CHICLETS	8.082,00	8.280,00	8.487,00	8.703,00	8.919,00	0,05	0,05	0,05	0,05	0,06	404,10	414,00	424,35	435,15	535,14
COLOMBINAS	5.388,00	5.520,00	5.658,00	5.802,00	5.946,00	0,15	0,15	0,16	0,16	0,17	808,20	828,00	905,28	928,32	1.010,82
COMIDA RÁPIDA															
PAPAS FRITAS	8.980,00	9.200,00	9.430,00	9.670,00	9.910,00	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	8.980,00	9.476,00	9.995,80	10.540,30	11.198,30
HAMBURGUESAS	5.388,00	5.520,00	5.658,00	5.802,00	5.946,00	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	5.388,00	5.685,60	5.997,48	6.324,18	6.718,98
HOT DOGS	1.796,00	1.840,00	1.886,00	1.934,00	1.982,00	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	1.796,00	1.895,20	1.999,16	2.108,06	2.239,66
SANDUCHES	898,00	920,00	943,00	967,00	991,00	0,50	0,52	0,53	0,55	0,56	449,00	478,40	499,79	531,85	554,96
TOSTADAS	1.796,00	1.840,00	1.886,00	1.934,00	1.982,00	0,75	0,77	0,80	0,82	0,84	1.347,00	1.416,80	1.508,80	1.585,88	1.664,88
BATIDOS	3.592,00	3.680,00	3.772,00	3.868,00	3.964,00	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	3.592,00	3.790,40	3.998,32	4.216,12	4.479,32
PLATOS TÍPICOS															
ARROZ CON POLLO	7.184,00	7.360,00	7.544,00	7.736,00	7.928,00	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	7.184,00	7.580,80	7.996,64	8.432,24	8.958,64
SECO DE POLLO	3.592,00	3.680,00	3.772,00	3.868,00	3.964,00	1,50	1,55	1,59	1,64	1,69	5.388,00	5.704,00	5.997,48	6.343,52	6.699,16
SECO DE CARNE	3.592,00	3.680,00	3.772,00	3.868,00	3.964,00	1,50	1,55	1,59	1,64	1,69	5.388,00	5.704,00	5.997,48	6.343,52	6.699,16
CARNE ASADA	4.490,00	4.600,00	4.715,00	4.835,00	4.955,00	1,50	1,55	1,59	1,64	1,69	6.735,00	7.130,00	7.496,85	7.929,40	8.373,95
ARROZ CON GUATA	2.694,00	2.760,00	2.829,00	2.901,00	2.973,00	1,50	1,55	1,59	1,64	1,69	4.041,00	4.278,00	4.498,11	4.757,64	5.024,37
OTROS															
CIGARRILLOS	13.470,00	13.800,00	14.145,00	14.505,00	14.865,00	0,15	0,15	0,16	0,16	0,17	2.020,50	2.070,00	2.263,20	2.320,80	2.527,05
HELADOS	8.082,00	8.280,00	8.487,00	8.703,00	8.919,00	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34	2.424,60	2.566,80	2.715,84	2.871,99	3.032,46
TOTAL											105.470,10	111.320,00	117.450,65	123.988,74	131.475,97

Fuente: Cuadro N° 53
Elaboración: Los autores

CUADRO N°89(2)
INGRESOS BAR-RESTAURANTE

PRODUCTOS	TOTAL CONSUMO					P.V.P. (INCREMENTO 3%)					TOTAL INGRESOS ANUALES				
	6	7	8	9	10	6	7	8	9	10	6	7	8	9	10
BEBIDAS															
AGUAS	22.352,00	22.902,00	23.474,00	24.068,00	24.662,00	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	7.823,20	8.244,72	8.685,38	9.145,84	9.618,18
GASEOSAS	12.192,00	12.492,00	12.804,00	13.128,00	13.452,00	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	4.267,20	4.497,12	4.737,48	4.988,64	5.246,28
CERVEZAS	20.320,00	20.820,00	21.340,00	21.880,00	22.420,00	1,16	1,19	1,23	1,27	1,3	23.571,20	24.775,80	26.248,20	27.787,60	29.146,00
GATORADE	8.128,00	8.328,00	8.536,00	8.752,00	8.968,00	1,16	1,19	1,23	1,27	1,3	9.428,48	9.910,32	10.499,28	11.115,04	11.658,40
V220	6.096,00	6.246,00	6.402,00	6.564,00	6.726,00	1,16	1,19	1,23	1,27	1,3	7.071,36	7.432,74	7.874,46	8.336,28	8.743,80
SUNI	5.080,00	5.205,00	5.335,00	5.470,00	5.605,00	0,7	0,72	0,74	0,76	0,78	3.556,00	3.747,60	3.947,90	4.157,20	4.371,90
TESALIA ICE	6.096,00	6.246,00	6.402,00	6.564,00	6.726,00	0,58	0,6	0,61	0,63	0,65	3.535,68	3.747,60	3.905,22	4.135,32	4.371,90
SNACKS															
PAPITAS	6.096,00	6.246,00	6.402,00	6.564,00	6.726,00	0,46	0,48	0,49	0,51	0,52	2.804,16	2.998,08	3.136,98	3.347,64	3.497,52
CHIFLES	3.048,00	3.123,00	3.201,00	3.282,00	3.363,00	0,46	0,48	0,49	0,51	0,52	1.402,08	1.499,04	1.568,49	1.673,82	1.748,76
CACHITOS	3.048,00	3.123,00	3.201,00	3.282,00	3.363,00	0,46	0,48	0,49	0,51	0,52	1.402,08	1.499,04	1.568,49	1.673,82	1.748,76
CONFITERÍA															
CARAMELOS	3.048,00	3.123,00	3.201,00	3.282,00	3.363,00	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07	182,88	187,38	192,06	196,92	235,41
CHICLETS	9.144,00	9.369,00	9.603,00	9.846,00	10.089,00	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07	548,64	562,14	576,18	590,76	706,23
COLOMBINAS	6.096,00	6.246,00	6.402,00	6.564,00	6.726,00	0,17	0,18	0,18	0,19	0,2	1.036,32	1.124,28	1.152,36	1.247,16	1.345,20
COMIDA RÁPIDA															
PAPAS FRITAS	10.160,00	10.410,00	10.670,00	10.940,00	11.210,00	1,16	1,19	1,23	1,27	1,3	11.785,60	12.387,90	13.124,10	13.893,80	14.573,00
HAMBURGUESAS	6.096,00	6.246,00	6.402,00	6.564,00	6.726,00	1,16	1,19	1,23	1,27	1,3	7.071,36	7.432,74	7.874,46	8.336,28	8.743,80
HOT DOGS	2.032,00	2.082,00	2.134,00	2.188,00	2.242,00	1,16	1,19	1,23	1,27	1,3	2.357,12	2.477,58	2.624,82	2.778,76	2.914,60
SANDUCHES	1.016,00	1.041,00	1.067,00	1.094,00	1.121,00	0,58	0,6	0,61	0,63	0,65	589,28	624,6	650,87	689,22	728,65
TOSTADAS	2.032,00	2.082,00	2.134,00	2.188,00	2.242,00	0,87	0,9	0,92	0,95	0,98	1.767,84	1.873,80	1.963,28	2.078,60	2.197,16
BATIDOS	4.064,00	4.164,00	4.268,00	4.376,00	4.484,00	1,16	1,19	1,23	1,27	1,3	4.714,24	4.955,16	5.249,64	5.557,52	5.829,20
PLATOS TÍPICOS															
ARROZ CON POLLO	8.128,00	8.328,00	8.536,00	8.752,00	8.968,00	1,16	1,19	1,23	1,27	1,3	9.428,48	9.910,32	10.499,28	11.115,04	11.658,40
SECO DE POLLO	4.064,00	4.164,00	4.268,00	4.376,00	4.484,00	1,74	1,79	1,84	1,9	1,96	7.071,36	7.453,56	7.853,12	8.314,40	8.788,64
SECO DE CARNE	4.064,00	4.164,00	4.268,00	4.376,00	4.484,00	1,74	1,79	1,84	1,9	1,96	7.071,36	7.453,56	7.853,12	8.314,40	8.788,64
CARNE ASADA	5.080,00	5.205,00	5.335,00	5.470,00	5.605,00	1,74	1,79	1,84	1,9	1,96	8.839,20	9.316,95	9.816,40	10.393,00	10.985,80
ARROZ CON GUATA	3.048,00	3.123,00	3.201,00	3.282,00	3.363,00	1,74	1,79	1,84	1,9	1,96	5.303,52	5.590,17	5.889,84	6.235,80	6.591,48
OTROS															
CIGARRILLOS	15.240,00	15.615,00	16.005,00	16.410,00	16.815,00	0,17	0,18	0,18	0,19	0,2	2.590,80	2.810,70	2.880,90	3.117,90	3.363,00
HELADOS	9.144,00	9.369,00	9.603,00	9.846,00	10.089,00	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	3.200,40	3.372,84	3.553,11	3.741,48	3.934,71
TOTAL											138.419,84	145.885,74	153.925,42	162.962,24	171.535,42

Fuente: Cuadro N° 53
Elaboración: Los autores

CUADRO N°90
INGRESOS TOTALES PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

AÑOS	INGRESOS CANCHA SINTÉTICA	INGRESOS CANCHA DE ECUAVOLY	INGRESOS PISCINA, SAUNA E HIDROMASAJE	INGRESOS BAR-RESTAURANTE	TOTAL INGRESOS
1	70.122,00	8.019,00	65.043,00	105.470,10	248.654,10
2	74.520,00	8.217,00	66.663,00	111.320,00	260.720,00
3	79.268,00	8.433,00	68.364,00	117.450,65	273.515,65
4	81.228,00	8.631,00	70.065,00	123.988,74	283.912,74
5	86.246,00	8.844,00	71.766,00	131.475,97	298.331,97
6	91.410,00	9.075,00	73.548,00	138.419,84	312.452,84
7	96.844,00	12.408,00	100.548,00	145.885,74	355.685,74
8	102.496,00	12.716,00	103.140,00	153.925,42	372.277,42
9	108.339,00	13.024,00	105.624,00	162.962,24	389.949,24
10	114.342,00	13.356,00	108.216,00	171.535,42	407.449,42

Fuente: Cuadros N° 86, 87, 88 y 89

Elaboración: Los autores

3.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para el presente proyecto el punto de equilibrio se ha calculado matemáticamente en base a los siguientes métodos:

AÑO N° 1

✓ En función de las ventas

Se basa en el volumen de ventas de los servicios y los ingresos monetarios que generen; para su cálculo se aplica la siguiente formula.

FORMULA:

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

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV=Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{71147.45}{1 - \frac{89328.49}{248654.10}}$$

$$PE = \frac{71147.45}{0,64075079}$$

$$PE = 111.037.42$$

✓ **En función de la capacidad instalada**

Se basa en la capacidad de generar servicios. Para su cálculo se aplica la siguiente formula.

FORMULA:

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV=Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

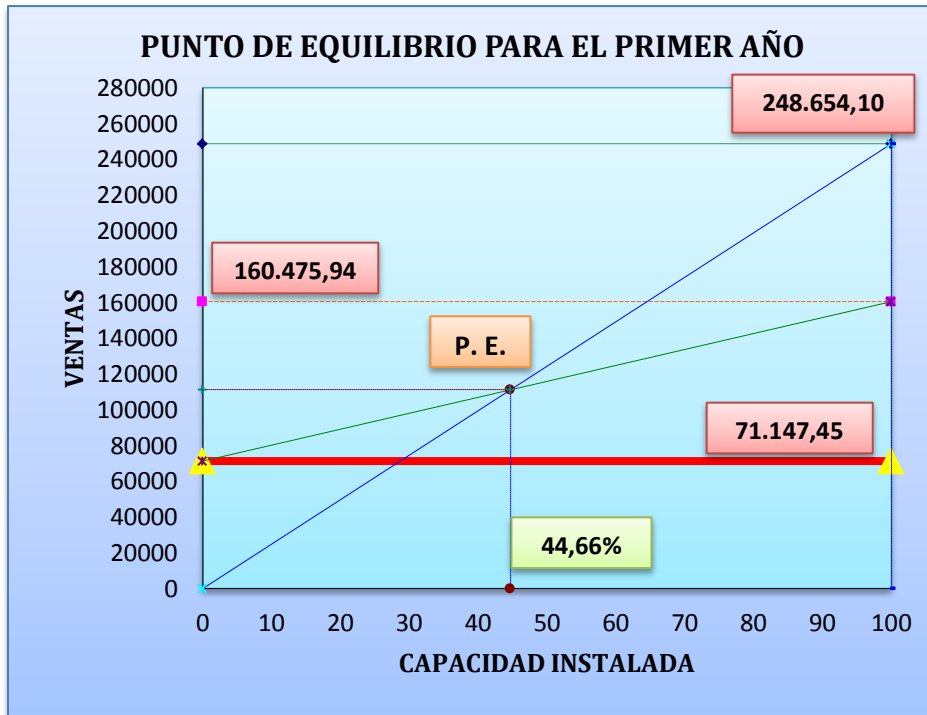
$$PE = \frac{71147.45}{248654.10 - 89328.49} * 100$$

$$PE = \frac{71147.45}{159.325,31} * 100$$

$$PE = 0,4465546 * 100$$

$$PE = 44.66\%$$

GRAFICO N°37
GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO (PRIMER AÑO)



ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la Empresa trabajando con el 44,66% de capacidad instalada debe generar unos ingresos de \$ 111.037,42 para poder cubrir sus costos operacionales.

AÑO N° 5

✓ En función de las ventas

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

$$PE = \frac{74258.73}{1 - \frac{107964.75}{298331.97}}$$

$$PE = \frac{74258.73}{0,63810533}$$

$$PE = 116.373,78$$

✓ En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

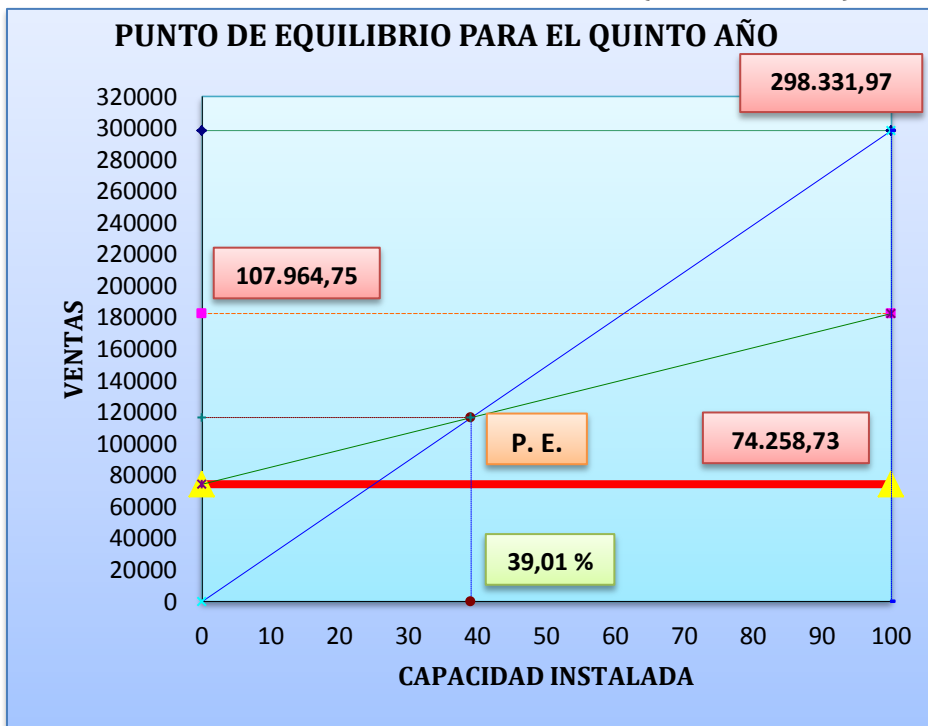
$$PE = \frac{74258.73}{298331.97 - 107964.75} * 100$$

$$PE = \frac{74258.73}{190367,22} * 100$$

$$PE = 0,3900815 * 100$$

$$PE = 39,01\%$$

GRAFICO N° 38
GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO (QUINTO AÑO)



ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la Empresa trabajando con el 39,01% de capacidad instalada debe generar unos ingresos de \$ 116.373,78 para poder cubrir sus costos operacionales.

AÑO N° 10

✓ **En función de las ventas**

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

$$PE = \frac{78726,35}{1 - \frac{137.889,31}{407449,42}}$$

$$PE = \frac{78726,35}{0.66157932}$$

$$PE = 118.997,60$$

✓ **En función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

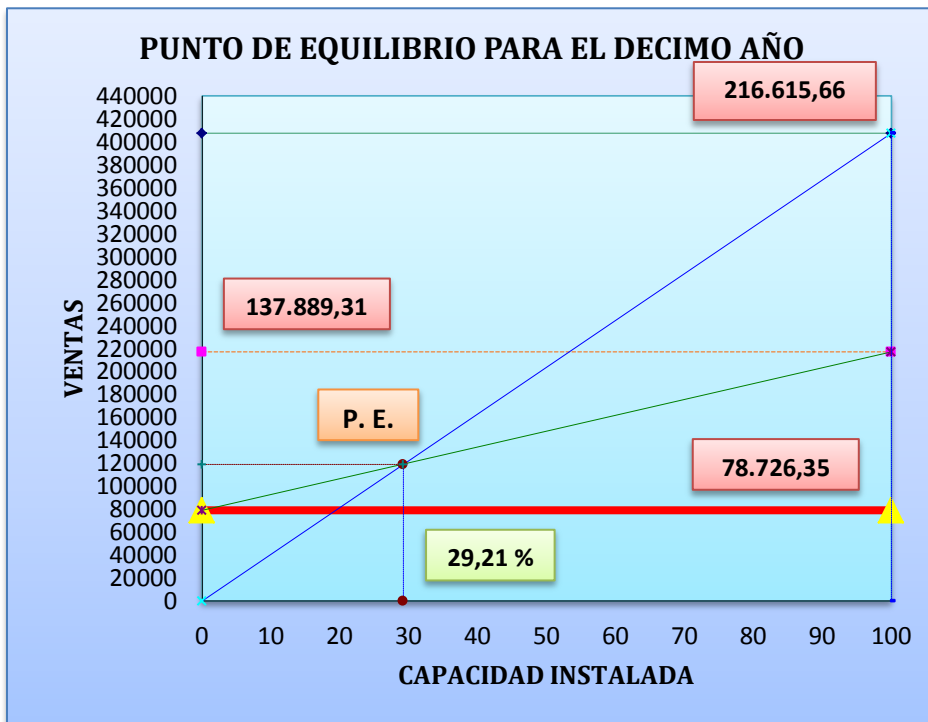
$$PE = \frac{78726,35}{407449,42 - 137.889,31} * 100$$

$$PE = \frac{78726,35}{269560.11} * 100$$

$$PE = 0,2920549 * 100$$

$$PE = 29,21\%$$

GRAFICO N° 39
GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO (DÉCIMO AÑO)



ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la Empresa trabajando con el 29,21% de capacidad instalada debe generar unos ingresos de \$ 137.889,31 para poder cubrir sus costos operacionales.

3.8. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Para el presente proyecto se realizara anualmente; es decir para los 10 años de vida útil para lo cual se basara en los datos del presupuesto proyectado.

**CUADRO N° 91
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS										
INGRESOS POR VENTAS	248.654,10	260.720,00	273.515,65	283.912,74	298.331,97	312.452,84	355.685,74	372.272,42	389.949,24	407.449,42
EGRESOS										
TOTAL EGRESOS	160.475,94	165.343,47	171.003,04	176.493,56	182.223,48	188.644,66	195.258,76	201.823,26	209.062,78	216.615,66
UTILIDAD GRAVABLE	88.178,16	95.376,53	102.512,61	107.419,18	116.108,49	123.808,18	160.426,98	170.449,16	180.886,46	190.833,76
(-)15% PART. TRABAJADORES	13.226,72	14.306,48	15.376,89	16.112,88	17.416,27	18.571,23	24.064,05	25.567,37	27.132,97	28.625,06
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	74.951,44	81.070,05	87.135,72	91.306,30	98.692,22	105.236,95	136.362,93	144.881,79	153.753,49	162.208,70
(-)25% IMPUESTO A LA RENTA	18.737,86	20.267,51	21.783,93	22.826,58	24.673,05	26.309,24	34.090,73	36.220,45	38.438,37	40.552,17
(=)UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	56.213,58	60.802,54	65.351,79	68.479,73	74.019,16	78.927,71	102.272,20	108.661,34	115.315,12	121.656,52
(-)5% RESERVA LEGAL	2.810,68	3.040,13	3.267,59	3.423,99	3.700,96	3.946,39	5.113,61	5.433,07	5.765,76	6.082,83
(=)UTILIDAD LIQUIDA	53.402,90	57.762,41	62.084,20	65.055,74	70.318,20	74.981,33	97.158,59	103.228,27	109.549,36	115.573,70

Fuente: Cuadros N° 84 y 90

Elaboración: Los autores

3.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

3.9.1. FLUJO DE CAJA

En el siguiente cuadro de flujo de caja se demuestra e identifica los recursos financieros requeridos en cada año o ejercicio económico del proyecto, también se muestra el resultado neto en relación a los recursos aportados.

**CUADRO N° 92
FLUJO NETO DE CAJA**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		248.654,10	260.720,00	273.515,65	283.912,74	298.331,97	312.452,84	355.685,74	372.272,42	389.949,24	407.449,42
Crédito	200.000,00										
Capital Propio	169.650,86										
Valor rescate											129.756,46
TOTAL DE INGRESOS	369.650,86	248.654,10	260.720,00	273.515,65	283.912,74	298.331,97	312.452,84	355.685,74	372.272,42	389.949,24	537.205,88
EGRESOS											
Activo fijo	358.356,72										
Activo Diferido	1.632,00										
Activo Circulante	9.662,14										
Presupuesto de operación		160.475,94	165.343,47	171.003,04	176.493,56	182.223,48	188.644,66	195.258,76	201.823,26	209.062,78	216.615,66
(-) Depreciaciones y amortizaciones (diferidos)		14.201,63	14.201,63	14.201,63	14.228,86	14.228,86	14.228,86	14.258,58	14.258,58	14.258,58	14.291,06
(+) Reinversión en activos fijos					961,59			1.050,75			1.148,19
(+) 25 Impuesto a la renta		18.737,86	20.267,51	21.783,93	22.826,58	24.673,05	26.309,24	34.090,73	36.220,45	38.438,37	40.552,17
(+) 15 Distribución de utilidad		13.226,72	14.306,48	15.376,89	16.112,88	17.416,27	18.571,23	24.064,05	25.567,37	27.132,97	28.625,06
TOTAL DE EGRESOS	369.650,86	178.238,89	185.715,83	193.962,23	202.165,74	210.083,95	219.296,27	240.205,71	249.352,50	260.375,54	272.650,03
FLUJO DE CAJA	-	70.415,21	75.004,17	79.553,42	81.747,00	88.248,02	93.156,57	115.480,03	122.919,92	129.573,70	264.555,85

Fuente: Presupuestos y estructura de ingresos

Elaboración: Los autores

3.9.2. VALOR ACTUAL NETO

El V.A.N., representa los valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de los 10 años de vida útil del proyecto. Bajo este concepto es factible realizarlo cuando el V.A.N. es positivo; siempre y cuando la tasa de actualización utilizada sea un porcentaje que corresponda al costo de oportunidad en el mercado financiero local.

FACTOR DE ACTUALIZACIÓN

Formula:

$$Fa = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$Fa = \frac{1}{(1 + 0.10)^1}$$

$$Fa = 0.909090909090909$$

**CUADRO N° 93
VALOR ACTUAL NETO**

AÑOS	FLUJO DE CAJA	F. ACTUALIZACIÓN	F. CAJA ACTUALIZADO
1	70.415,21	0,909090909090909	64.013,83
2	75.004,17	0,826446280991735	61.986,92
3	79.553,42	0,751314800901578	59.769,66
4	81.747,00	0,683013455365071	55.834,30
5	88.248,02	0,620921323059155	54.795,08
6	93.156,57	0,564473930053777	52.584,46
7	115.480,03	0,513158118230706	59.259,51
8	122.919,92	0,466507380209733	57.343,05
9	129.573,70	0,424097618372485	54.951,90
10	264.555,85	0,385543289429531	101.997,73
TOTAL			622.536,43

Fuente: Cuadro de Flujo Neto de Caja

Elaboración: Los autores

$$\text{V. A. N.} = \Sigma \text{ FLUJO NETO} - \text{INVERSION}$$

$$\text{V. A. N.} = 622.536,43 - 369.650,86$$

$$\text{V. A. N.} = 252.885,57$$

Al obtener el V.A.N. positivo mayor a uno el proyecto se acepta, siendo el valor muy amplio el cual ayudara a la etapa de operación del proyecto.

3.9.3. TASA INTERNA DE RETORNO

Se interpreta a la tasa interna de retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

CUADRO N° 94
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (21%)	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (22%)	VAN MAYOR
1	70.415,21	0,826446280991736	58.194,39	0,819672131147541	57.717,39
2	75.004,17	0,683013455365071	51.228,86	0,671862402579952	50.392,48
3	79.553,42	0,564473930053777	44.905,83	0,550706887360616	43.810,62
4	81.747,00	0,466507380209733	38.135,58	0,451399088000505	36.900,52
5	88.248,02	0,385543289429532	34.023,43	0,369999252459430	32.651,70
6	93.156,57	0,318630817710357	29.682,55	0,303278075786418	28.252,35
7	115.480,03	0,263331254306080	30.409,50	0,248588586710179	28.707,02
8	122.919,92	0,217629135790149	26.750,96	0,203761136647688	25.046,30
9	129.573,70	0,179858789909214	23.304,97	0,167017325121055	21.641,05
10	264.555,85	0,148643628024144	39.324,54	0,136899446820537	36.217,55
			375.960,61		361.336,97
		-Inversión	369.650,86	-Inversión	369.650,86
			6.309,75		- 8.313,89

Fuente: Cuadro Valor Actual Neto

Elaboración: Los autores

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA T.I.R.

$$T. I. R. = T_m + D_t \frac{V. A. N. \text{ menor}}{V. A. N. \text{ menor} - V. A. N. \text{ mayor}}$$

$$T. I. R. = 21 + 1 \frac{6.309,75}{6.309,75 - (- 8.313,89)}$$

$$T. I. R. = 21 + 1 \frac{6.309,75}{14.623,64}$$

$$T. I. R. = 21,43\%$$

El proyecto es conveniente por cuanto la T.I.R. es mayor que la tasa de oportunidad, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

3.9.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida.

Formula:

$$RBC = \frac{\Sigma \text{ INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\Sigma \text{ COSTOS ACTUALIZADOS}} - 1$$

CUADRO N° 95
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 10%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	248.654,10	160.475,94	0,909090909090909	226.049,18	145.887,22
2	260.720,00	165.343,47	0,826446280991735	215.471,07	136.647,50
3	273.515,65	171.003,04	0,751314800901578	205.496,36	128.477,11
4	283.912,74	176.493,56	0,683013455365071	193.916,22	120.547,48
5	298.331,97	182.223,48	0,620921323059155	185.240,68	113.146,44
6	312.452,84	188.644,66	0,564473930053777	176.371,48	106.484,99
7	355.685,74	195.258,76	0,513158118230706	182.523,03	100.198,62
8	372.277,42	201.823,26	0,466507380209733	173.670,16	94.152,04
9	389.949,24	209.062,78	0,424097618372485	165.376,54	88.663,03
10	407.449,42	216.615,66	0,385543289429531	157.089,39	83.514,71
TOTAL				1.881.204,12	1.117.719,14

Fuente: Cuadro de ingresos y presupuesto de costos

Elaboración: Los autores

$$R. B. C. = \frac{1.881.204,12}{1.117.719,14} - 1$$

$$R. B. C. = 0,68$$

Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0,68 dólares, por lo tanto el proyecto es ejecutable.

3.9.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El periodo de recuperación del capital consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que la empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO N° 96
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	FLUJO DE CAJA	F. ACTUALIZACIÓN 10%	F. CAJA ACTUALIZADO
1	70.415,21	0,909090909090909	64.013,83
2	75.004,17	0,826446280991735	61.986,92
3	79.553,42	0,751314800901578	59.769,66
4	81.747,00	0,683013455365071	55.834,30
5	88.248,02	0,620921323059155	54.795,08
6	93.156,57	0,564473930053777	52.584,46
7	115.480,03	0,513158118230706	59.259,51
8	122.919,92	0,466507380209733	57.343,05
9	129.573,70	0,424097618372485	54.951,90
10	264.555,85	0,385543289429531	101.997,73
TOTAL			622.536,43

Fuente: Cuadro Flujo Neto de Caja

Elaboración: Los autores

Formula:

$$P. R. C. = \text{Año que supera la inversion} + \frac{\text{Inversión} - \text{primeros flujos}}{\text{flujo del año que supera la inversion}}$$

$$P.R.C. = 7 + \frac{369.650,86 - 408.243,75}{59.259,51}$$

$$P.R.C. = 7 + (-0,65)$$

$$P.R.C. = 6,35$$

$$0,35 * 12 = 4,20$$

$$0,20 * 30 = 6$$

La inversión del presente proyecto se recuperara en 6 años, 4 meses y 6 días.

3.9.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad se efectúa para conocer hasta qué punto puede soportar un proyecto ante posibles o eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro.

CUADRO N°97
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 20,7 % EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INCREMENTO 20,7%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	F.ACT. 17%	VAN MENOR	F.ACT. 18%	VAN MAYOR
	160.475,94	193.694,46	248.654,10	54.959,64	0,854700854700855	46.974,05	0,847457627118644	46.575,97
	165.343,47	199.569,57	260.720,00	61.150,43	0,730513551026372	44.671,22	0,718184429761563	43.917,29
	171.003,04	206.400,67	273.515,65	67.114,98	0,624370556432796	41.904,62	0,608630872679291	40.848,25
	176.493,56	213.027,73	283.912,74	70.885,01	0,533650048233159	37.827,79	0,515788875151941	36.561,70
	182.223,48	219.943,74	298.331,97	78.388,23	0,456111152336034	35.753,75	0,437109216230459	34.264,22
	188.644,66	227.694,10	312.452,84	84.758,74	0,389838591740200	33.042,23	0,370431539178355	31.397,31
	195.258,76	235.677,32	355.685,74	120.008,42	0,333195377555726	39.986,25	0,313925033201996	37.673,65
	201.823,26	243.600,67	372.277,42	128.676,75	0,284782373979253	36.644,87	0,266038163730505	34.232,93
	209.062,78	252.338,78	389.949,24	137.610,46	0,243403738443806	33.494,90	0,225456070958055	31.025,11
	216.615,66	261.455,10	407.449,42	145.994,32	0,208037383285304	30.372,28	0,191064466913606	27.894,33
						380.671,95		364.390,74
					-Inversión	369.650,86	-Inversión	369.650,86
						11.021,09		- 5.260,12

Fuente: Cuadro Relación Beneficio Costo

Elaboración: Los autores

1. NUEVA T.I.R.

$$\text{N. TIR} = \text{TASA MENOR} + \text{DIF. DE TASAS} \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}}$$

$$\text{T. I. R.} = 17 + 1 \left(\frac{11.021,09}{11.021,09 - (-5.260,12)} \right)$$

$$\text{N. TIR} = 17 + 1 \frac{11.021,09}{16.281,21}$$

$$\text{N. TIR} = 17,68\%$$

5. DIFERENCIA DE TASAS

$$\text{DT} = \text{TIR ORIGINAL} - \text{NUEVA TIR}$$

$$\text{DT} = 21,43 - 17,68$$

$$\text{DT} = 3,75$$

6. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = \frac{\text{DIF. OBTENIDA}}{\text{TIR PROYECTO}} * 100$$

$$\%V = \frac{3,75}{21,43} * 100$$

$$\%V = 17,50$$

7. CALCULO DE SENSIBILIDAD

$$\text{C. S.} = \frac{\% \text{ VARIACIÓN}}{\text{NUEVA TIR}}$$

$$\text{C. S.} = \frac{17,50}{17,68}$$

$$\text{C. S.} = 0,99$$

CUADRO N° 98
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 12,47% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	DISMINUCIÓN 12,47%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	F.ACT. 17%	VAN MENOR	F.ACT. 18%	VAN MAYOR
1	160.475,94	248.654,10	217.646,93	57.170,99	0,854700854700855	48.864,10	0,847457627118644	48.449,99
2	165.343,47	260.720,00	228.208,22	62.864,75	0,730513551026372	45.923,55	0,718184429761563	45.148,48
3	171.003,04	273.515,65	239.408,25	68.405,21	0,624370556432796	42.710,20	0,608630872679291	41.633,52
4	176.493,56	283.912,74	248.508,82	72.015,26	0,533650048233159	38.430,95	0,515788875151941	37.144,67
5	182.223,48	298.331,97	261.129,97	78.906,49	0,456111152336034	35.990,13	0,437109216230459	34.490,76
6	188.644,66	312.452,84	273.489,97	84.845,31	0,389838591740200	33.075,98	0,370431539178355	31.429,38
7	195.258,76	355.685,74	311.331,73	116.072,97	0,333195377555726	38.674,98	0,313925033201996	36.438,21
8	201.823,26	372.277,42	325.854,43	124.031,17	0,284782373979253	35.321,89	0,266038163730505	32.997,02
9	209.062,78	389.949,24	341.322,57	132.259,79	0,243403738443806	32.192,53	0,225456070958055	29.818,77
10	216.615,66	407.449,42	356.640,48	140.024,82	0,208037383285304	29.130,40	0,191064466913606	26.753,77
						380.314,69		364.304,58
						-Inversión		-Inversión
						369.650,86		369.650,86
						10.663,83		- 5.346,28

Fuente: Cuadro Relación Beneficio Costo

Elaboración: Los autores

1. NUEVA T.I.R.

$$\text{N. TIR} = \text{TASA MENOR} + \text{DIF. DE TASAS} \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}}$$

$$\text{T. I. R.} = 17 + 1 \left(\frac{10.663,83}{10.663,83 - (-5.346,28)} \right)$$

$$\text{N. TIR} = 17 + 1 \frac{10.663,83}{16.010,11}$$

$$\text{N. TIR} = 17,67$$

2. DIFERENCIA DE TASAS

$$\text{DT} = \text{TIR ORIGINAL} - \text{NUEVA TIR}$$

$$\text{DT} = 21,43 - 17,67$$

$$\text{DT} = 3,76$$

3. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = \frac{\text{DIF. OBTENIDA}}{\text{TIR PROYECTO}} * 100$$

$$\%V = \frac{3,76}{21,43} * 100$$

$$\%V = 17,55$$

4. CALCULO DE SENSIBILIDAD

$$\text{C. S} = \frac{\% \text{ VARIACIÓN}}{\text{NUEVA TIR}}$$

$$\text{C. S} = \frac{17,55}{17,67}$$

$$\text{C. S} = 0,99$$

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La organización constituye parte fundamental para la ejecución del proyecto, de ello dependerá el correcto funcionamiento del complejo deportivo.

4.1. ORGANIZACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA

La empresa a formarse estará enmarcada dentro de los lineamientos que exige la ley de compañías.

Después de haber analizado las diferentes tipos de compañías se ha considerado como la opción más favorable a la compañía de responsabilidad limitada para la formación de nuestra empresa.

- ✓ **Razón social:** La compañía se constituirá con la razón social cuya denominación es “COMPLEJO DEPORTIVO LA COLINA cia. Ltda.” Para la legalización de la compañía se realizara mediante escritura pública de acuerdo a los reglamentos de la superintendencia de compañías, la misma será inscrita en el registro mercantil.

- ✓ **Domicilio:** La empresa estará ubicada en la Ciudadela el Paraíso, Ciudad de Balsas, Cantón Balsas, Provincia de El Oro.

- ✓ **Objeto social:** El objeto social de la compañía será la prestación del servicio de alquiler de canchas deportivas, piscina, sauna, hidromasaje y bar-restaurante.

- ✓ **Duración:** el periodo de la empresa es de diez años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil, en este lapso de tiempo se podrá modificar o renovar según las decisiones de los socios.

- ✓ **Capital social:** El capital social de la empresa está conformado por el aporte de los socios, cuyo valor es 369.650,86 dólares, el mismo que será aportado equitativamente por los socios.

4.2. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La organización administrativa de una empresa es parte fundamental de la etapa de operación de una empresa, ya que permite asignar funciones y responsabilidades a cada una de las personas que conforman la empresa. Dentro de la estructura administrativa la empresa está constituida por niveles jerárquicos, organigramas y manual de funciones.

4.2.1. NIVELES JERÁRQUICOS

✓ NIVEL LEGISLATIVO

Su función es legislar la política que debe seguir la organización; así como las normas, procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc. Es el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios.

✓ NIVEL EJECUTIVO

El nivel ejecutivo está representado por el gerente quien es nombrado por la junta general de socios, sobre la base de requisitos previamente establecidos. Toma decisiones sobre políticas generales y actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

✓ NIVEL ASESOR

Aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica y otras áreas que en las que se involucre la empresa, estará integrada por profesionales expertos en un área determinada y algunas otras en las cuales se necesite de su valioso contingente profesional. Este nivel está representado por el asesor jurídico temporal, que se lo requerirá de acuerdo a las necesidades.

✓ NIVEL AUXILIAR

Se encarga de realizar labores de apoyo relacionadas con los servicios administrativos y directivos, su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos y su grado de autoridad es mínimo. En esta empresa este nivel estará representado por la Secretaria-Contadora y el Conserje Guardián.

✓ NIVEL OPERATIVO

Este nivel tiene la responsabilidad de ejecutar las disposiciones y órdenes que sean emanadas por los niveles superiores y que estén encaminadas a desarrollar las actividades que se realizan en la empresa, y está conformado por el personal que labora en el departamento de producción, finanzas y marketing.

4.2.2. ORGANIGRAMAS

Los organigramas son representaciones gráficas de la estructura empresarial, con sus servicios, órganos, puestos de trabajo y de las relaciones de autoridad y responsabilidad.

En esta empresa se ha considerado establecer dos tipos de organigramas, el estructural y el funcional.

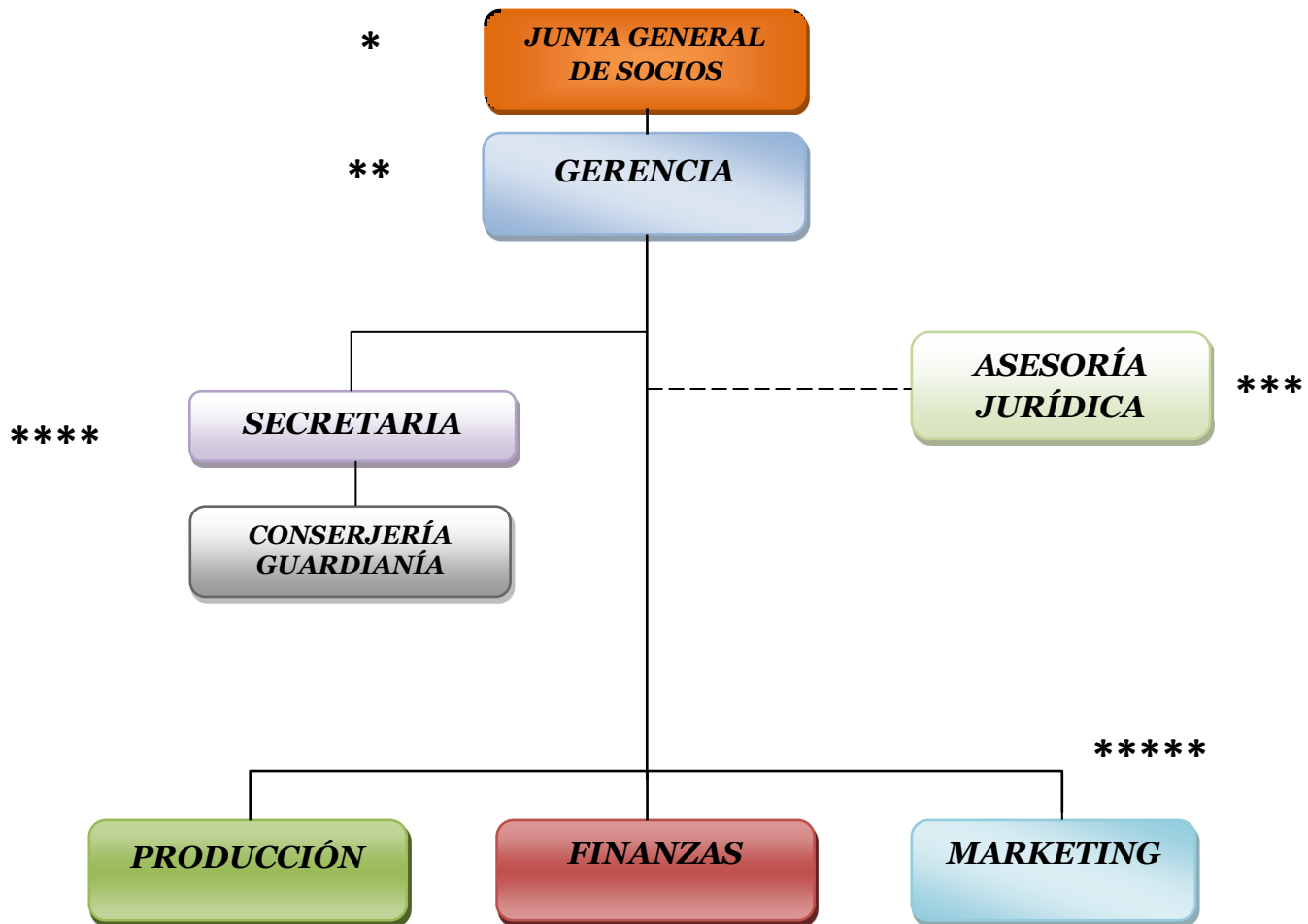
✓ **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**

El organigrama estructural es una representación gráfica de la conformación administrativa de la empresa, que permite conocer de una forma objetiva los puestos y jerarquías dentro de la empresa.

✓ **ORGANIGRAMA FUNCIONAL**

El organigrama funcional es la representación gráfica de las funciones principales o básicas de la unidad administrativa, al mencionar las funciones se inicia por la más importante y luego se registran las de menor transcendencia; y lo describimos de la siguiente forma a continuación.

GRAFICO N° 40
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
“COMPLEJO DEPORTIVO LA COLINA”

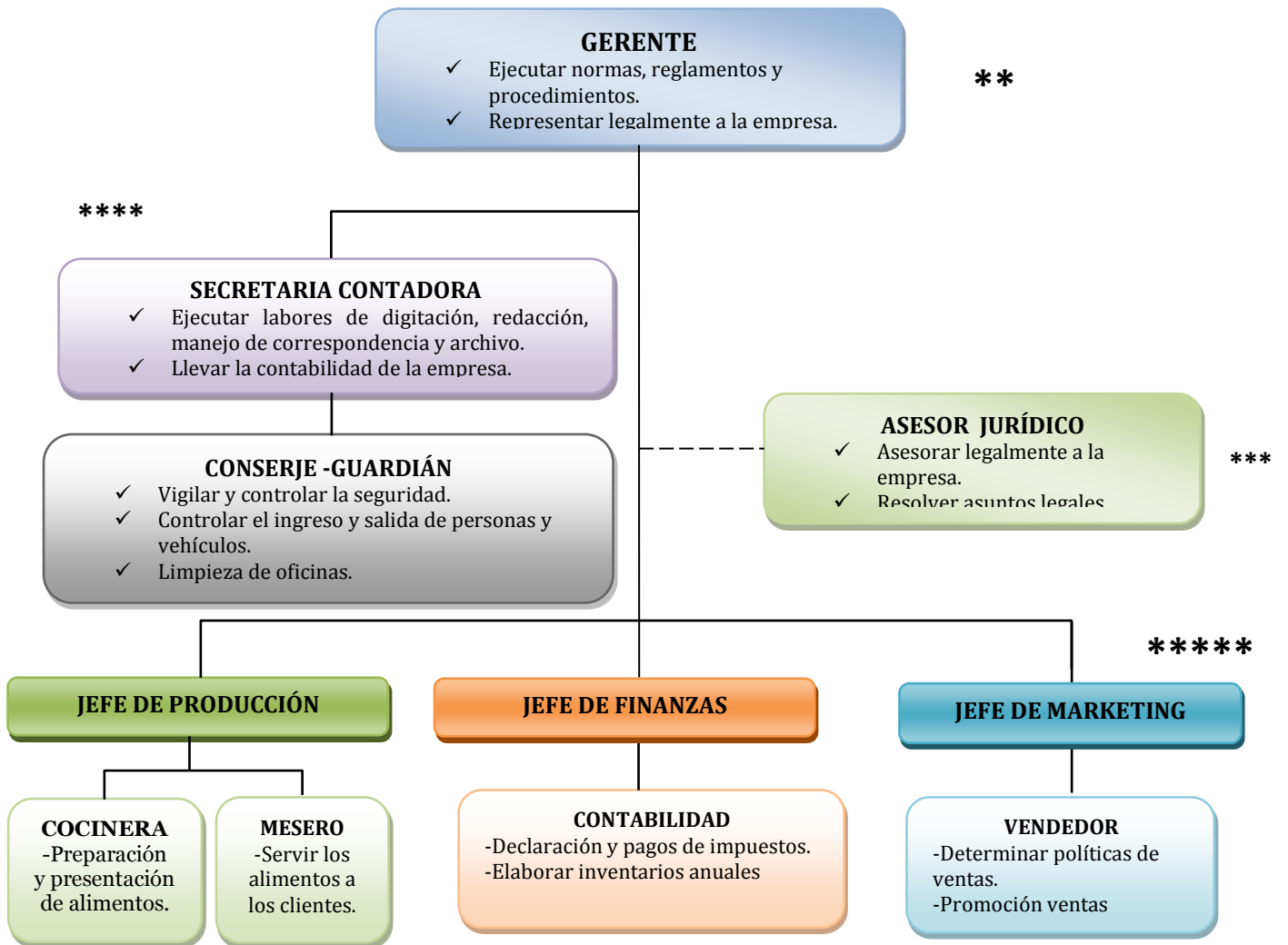


Diseño: Los Autores

LEYENDA	
Nivel Legislativo o Directivo	*
Nivel Ejecutivo	**
Nivel Asesor	***
N. Auxiliar o de Apoyo	****
Nivel Operativo	*****

SIMBOLOGÍA	
Autoridad	┌───┐
Dependencia	───┐
Asesoría Temporal	- - - - -

**GRAFICO N° 41
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
"COMPLEJO DEPORTIVO LA COLINA"**



Diseño: Los Autores

LEYENDA	
Nivel Ejecutivo	**
Nivel Asesor	***
N. Auxiliar o de Apoyo	****
Nivel Operativo	*****

SIMBOLOGÍA	
Autoridad	—
Dependencia	┌
Asesoría Temporal	- - - -

4.2.3. MANUAL DE FUNCIONES

En el manual de funciones se describen las tareas que deben cumplir cada unidad o departamento de la empresa, el mismo que facilita una correcta selección del personal para los distintos cargos y al mismo tiempo sirve de guía para la persona que ocupe un determinado puesto de trabajo, puesto que en él se encuentran detalladamente las funciones que debe cumplir, por lo que se hace indispensable y a la vez fundamental el uso de este manual para la empresa.

DENOMINACIÓN DEL CARGO: Directivo

DEPENDEN DE: Junta de Socios

SUPERVISA A: Gerencia

NATURALEZA DEL PUESTO:

La Junta General de Socios está integrada por los socios que aportan el capital social; es la máxima autoridad de la empresa. Sus obligaciones son las siguientes:

- ✓ Establecer políticas, procedimientos, metas y objetivos que debe seguir la empresa.
- ✓ Está en capacidad de resolver todo lo relativo a los negocios y tomar decisiones que sean convenientes en defensa de la empresa.

- ✓ Conocer anualmente el balance y los informes de los administradores.
- ✓ Acordar todas las modalidades al contrato social.
- ✓ Resolver acerca de la fusión, transformación, disolución y liquidación de la empresa.
- ✓ Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiadas y de las obligaciones.
- ✓ Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos.
- ✓ Resolver la distribución de los beneficios y obligaciones.
- ✓ Resolver acerca de la amortización de las acciones.
- ✓ Reunirse por lo menos dos veces al año en junta general ordinaria
- ✓ Aprobar presupuestos

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- ✓ Supervisar el controlar las actividades del personal de la empresa en general
- ✓ Actuar con ética en el manejo de los asuntos de carácter laborar.

REQUISITOS DEL PUESTO.

Educación: No Exigible

Experiencia: No Exigible

DENOMINACIÓN DEL CARGO: Gerente.

CÓDIGO: 001

DEPENDE de: Directorio

SUPERVISA a: Todo el personal de la empresa

NATURALEZA DEL PUESTO:

Está representado por la gerencia de la compañía que se constituye en el representante judicial y extrajudicial de la empresa, es nombrada por la Junta General de Socios.

Tiene la responsabilidad de planificar, organizar, dirigir, controlar las actividades de toda la empresa y tomar decisiones a corto mediano plazo.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- ✓ Representar legalmente a la empresa.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir con las disposiciones dadas por la Junta General de Socios
- ✓ Pasar informes mensuales sobre las actividades financieras, de producción y mercado de la empresa.
- ✓ Tomar decisiones sobre políticas generales y sobre actividades básicas.
- ✓ Elaborar e interpretar los estados financieros.

- ✓ Planificar y llevar cursos de capacitación principalmente para el personal que labora en el departamento de producción.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Se requiere de responsabilidad en todas las actividades que se realicen en el ámbito interno y externo de la empresa.

REQUISITOS DEL PUESTO.

- ✓ Tener título de Ingeniero Comercial.
- ✓ Tener experiencia mínimo de dos años en labores similares.
- ✓ Cursos de Relaciones Humanas.

DENOMINACIÓN DEL CARGO: Asesor Jurídico.

CÓDIGO: 002

DEPENDE de: Gerencia

SUPERVISA a: No tiene subalternos

NATURALEZA DEL PUESTO

Será nombrado por el gerente, tendrá participación ocasional en la empresa, proporcionará información y ejecutará aspectos de orden jurídico en los que estén involucrados la empresa o uno de sus integrantes.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- ✓ Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en aspectos de carácter legal.
- ✓ Representar conjuntamente con el Gerente judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- ✓ Patrocinar la defensa de la empresa en juicios de cualquier índole relacionada con sus actividades.
- ✓ Participar en las sesiones de la Junta General de Socios.
- ✓ Las demás que le competen de acuerdo a la ley.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Se caracteriza por su autoridad funcional mas no de mando, el que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- ✓ Tener título de Abogado.
- ✓ Experiencia en litigios de orden legal
- ✓ Actualización de temas administrativos y legales.

DENOMINACIÓN DEL CARGO: Secretaria-Contadora.

CÓDIGO: 003

DEPENDE de: Gerencia

SUPERVISA a: Auxiliar de Servicios.

NATURALEZA DEL PUESTO:

Realizar labores de secretaría, manejo de la correspondencia, asistencia directa al gerente, contables y otras que se le asigne relacionadas con su labor dentro de la empresa.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- ✓ Redactar y digitar todo tipo de documentos y correspondencia.
- ✓ Llevar el archivo general en orden y custodia.
- ✓ Asistir y tomar notas en las sesiones de junta General de Accionistas.
- ✓ Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- ✓ Mantener un manejo correcto de libros contables
- ✓ Elaborar roles de pago y tramitar la documentación referente al IESS y SRI.
- ✓ Preparar los estados financieros correspondientes.
- ✓ Operar equipo de comunicación.
- ✓ Todas aquellas que le competen y le confieren de acuerdo a la ley.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables.

REQUISITOS DEL PUESTO.

- ✓ Formación profesional en Ciencias Contables.
- ✓ Experiencia mínima de dos años en cargos similares.

DENOMINACIÓN DEL CARGO: Auxiliar de Servicios (Conserje – Guardián)

CÓDIGO: 004

DEPENDE de: Gerencia

SUPERVISA a: No tiene subalternos

NATURALEZA DEL PUESTO:

Realizar labores de vigilancia, manejo de ingresos, horarios del personal y limpieza de oficinas, supervisar el ingreso de personas y vehículos y otras que se te asigne relacionadas con su labor dentro de la empresa.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- ✓ Realizar labores de vigilancia.
- ✓ Llevar el archivo de entrada y salidas de personal, personas y vehículos.
- ✓ Operar equipo de comunicación.
- ✓ Mantener limpia el área física del complejo deportivo.
- ✓ Garantizar la protección de las personas y de los bienes de la empresa.
- ✓ Todas aquellas que te competen y te confieren de acuerdo a la ley.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Responsabilidad y carácter para cumplir con las labores encomendadas.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- ✓ Formación profesional en Vigilancia y Seguridad.
- ✓ Experiencia mínima de dos años en cargos similares.

DENOMINACIÓN DEL CARGO: Cocinera

CÓDIGO: 005

DEPENDE de: Gerente

SUPERVISA a: No tiene subalternos

NATURALEZA DEL PUESTO:

Realizar actividades correspondientes a los menús establecidos y planificados por la empresa.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- ✓ Planifica el menú del día.
- ✓ Preparar diariamente los alimentos para los clientes.
- ✓ Revisa y actualiza el equipo, herramientas y utensilios.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Responsabilidad, iniciativa y agilidad para la ejecución de las tareas.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- ✓ Educación básica
- ✓ Experiencia mínima un año en labores similares.

DENOMINACIÓN DEL CARGO: Mesero

CÓDIGO: 006

DEPENDE de: Gerente

SUPERVISA a: No tiene subalternos

NATURALEZA DEL PUESTO:

Organizar labores de preparación y coordinación de los espacios a utilizar durante la prestación del servicio.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- ✓ Verificar la orden solicitada por el usuario (alimentos y otros)
- ✓ Mantener en orden el espacio del restaurante durante el día.
- ✓ Se preocupa por la prestación y decoración de los espacios.
- ✓ Revisa y actualiza el listado de equipo y herramientas a utilizarse.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Responsabilidad, iniciativa y concentración para garantizar el buen trabajo en estas funciones.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- ✓ Nivel de educación media (bachillerato técnico).
- ✓ Cursos de presentación y atención en actos especiales.
- ✓ Tener experiencia mínima de un año.

DENOMINACIÓN DEL CARGO: Vendedor

CÓDIGO: 007

DEPENDE de: Gerencia

SUPERVISA a: No tiene subalternos

NATURALEZA DEL PUESTO:

Se responsabiliza de las ventas y planifica las estrategias comerciales necesarias para la comercialización.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- ✓ Atender al público que requiera información en área de ventas.
- ✓ Elaborar los planes y calendarios de pedidos y entregas del producto o servicio.
- ✓ Revisar los volúmenes del producto para la venta.
- ✓ Conocer requerimientos y preferencias del consumidor.
- ✓ Presentar informes de ventas a su inmediato superior.
- ✓ Ejecutar investigaciones de mercado para determinar la situación actual de los elementos del mercado.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Se requiere de responsabilidad, facilidad de palabra, excelente relaciones interpersonales, eficiencia y agilidad en atención al cliente.

REQUISITOS DEL PUESTO:

- ✓ Nivel de educación media (bachillerato técnico).
- ✓ Cursos de capacitación en ventas.
- ✓ Tener experiencia mínima de un año.

CONCLUSIONES

g. CONCLUSIONES

En base al desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones entre las cuales señalamos las siguientes:

- ✓ Durante nuestros años de estudio en la universidad y en el desarrollo del presente trabajo investigativo hemos obtenido valiosos conocimientos, que nos hacen conscientes de la vital importancia que realizar un buen estudio de factibilidad antes de emprender en cualquier idea de negocio, pues esto nos abre el horizonte para saber el éxito o fracaso de dicha idea.

- ✓ Las condiciones territoriales y climáticas del Cantón Balsas son favorables para la implementación de este tipo de proyectos.

- ✓ El estudio de mercado realizado en el cantón balsas, nos determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, pues los resultados obtenidos en el análisis de oferta y demanda nos demuestra que hay gran demanda de estos servicios y la oferta es nula.

- ✓ El proyecto alcanza una inversión de 369.650,86 dólares, de esto el 46% será cubierto por aportaciones de los socios con un valor de 169.650,86 dólares y el 54% restante 200.000,00 dólares será financiado por el banco nacional de fomento al 10% de interés en un periodo de 10 años.

- ✓ El V.A.N. del presente proyecto nos da un valor positivo de 252.885,57 dólares, lo que nos demuestra que es conveniente la ejecución del proyecto, por cuanto las utilidades que se aspiran obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión original.

- ✓ La T.I.R. del proyecto es del 21,43%, la cual nos indica la factibilidad de ejecución del presente proyecto, pues esta es superior al costo de oportunidad del capital.

- ✓ La Relación Beneficio Costo nos indica que por cada dólar invertido la empresa tendrá una utilidad de 0,68 dólares.

- ✓ El tiempo que la Empresa necesitara para recuperar la inversión original es de 6 años, 4 meses y 6 días.
- ✓ El análisis de sensibilidad nos demuestra que el proyecto puede soportar hasta un límite máximo de un 20,7% de incremento en los costos y un 12,47% de disminución de los ingresos, por tanto el proyecto es factible.
- ✓ La empresa jurídicamente se constituirá en una compañía de responsabilidad limitada, se encontrara organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, con sus respectivos organigramas y manual de funciones, que permitan manejar y desarrollar técnicamente los procesos administrativos.

RECOMENDACIONES

h. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a los inversionistas que antes de emprender en cualquier idea de negocio se realice un buen estudio que determine la factibilidad o no de la implementación del proyecto.

- ✓ Recomendamos a los inversionistas invertir en este tipo de proyectos futuristas, que atraigan el turismo y contribuyan al desarrollo socio económico de la localidad.

- ✓ La ejecución del presente proyecto en el Cantón Balsas es recomendable por la factibilidad y rentabilidad demostrada en el estudio financiero, y por los beneficios que generara a los inversionistas y al grupo social que utilizan los servicios.

- ✓ Al momento de poner en ejecución el presente proyecto, se debe tener en cuenta la actualización de costos de acuerdo al índice inflacionario.

- ✓ Recomendamos que la puesta en marcha de este proyecto sea lo más pronto posible, debido a que en el Cantón Balsas existe una necesidad

imperiosa de contar con estos escenarios deportivos acondicionados, y por ende una gran demanda que favorece los intereses de esta actividad.

- ✓ Finalmente recomendamos que para el éxito de la empresa sea indispensable mantener buena gestión organizativa, una dirección coherente y un liderazgo eficaz que haga posible formar un equipo de trabajo unido y comprometido en cumplir los objetivos propuestos por la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

i. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ARMIJOS Segundo y CAÑAR Elder. Proyecto de factibilidad para la implementación de un complejo turístico ecológico en la provincia de Zamora Chinchipe. Tesis para ingeniería comercial. U.N.L. Loja, julio. 2009.
- ✓ BACA U. Gabriel. Evaluación de Proyectos, Mc. Grawn Hill, Tercera Edición, 1995.
- ✓ CASTILLO Johanna y MARTNEZ Diana. Proyecto de factibilidad para la implementación de un centro de tratamiento corporal en base a baños de cajón en la ciudad de Loja. Tesis para ingeniería comercial. U.N.L. Loja, Diciembre. 2009.
- ✓ CUEVA Marlon y BAILÓN Ángel. Proyecto de factibilidad previa la creación de una microempresa productora de líquido protector de tableros y tapizados de cuero para interiores de vehículos y su comercialización en la ciudad de Loja. Tesis para ingeniería comercial. U.N.L. Loja, julio. 2009.
- ✓ Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión”; Guía de Estudio, Módulo X; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005; 114pp.
- ✓ Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Modulo “9”, Área Jurídica, Social y Administrativa. Edición año 2008.
- ✓ Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation.
- ✓ PASACA MORA, Manuel Enrique, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Loja 2004.

- ✓ PASACA MORA, Manuel. Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior. Loja. 2009.
- ✓ REQUELME Diego y ORDOÑEZ Jorge. Estudio de factibilidad para la creación de una lavandería para beneficio de la Comunidad Universitaria. Tesis para ingeniería comercial. U.N.L. Loja. 2010.
- ✓ <http://www.abcpedia.com/diccionario/definicion-empresa.html>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/F%C3%BAtbol>
- ✓ http://revista.consumer.es/web/es/20050301/actualidad/informe1/69564_3.php
- ✓ <http://www.ecured.cu/index.php/Piscina>.
- ✓ http://www.forbex.com/home_1024.php
- ✓ <http://www.inec.gov.ec>
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos16/proyectos-inversi%C3%B3n/proyecto-inversi%C3%B3n.shtml#CALCULO>
- ✓ <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso8/CDuque.html>
- ✓ <http://www.visitaecuador.com/costa.php?opcion=datos&provincia=7&ciudad=QiPMnDk0>
- ✓ <http://www.visitaecuador.com/costa.php?opcion=datos&provincia=7&ciudad=QiPMnDk>
- ✓ <http://www.vitonica.com/prevenci%C3%B3n/la-pr%C3%A1ctica-deportiva-adecuada-a-cada-edad>

ANEXOS

j. ANEXOS

ANEXO N° 1
FORMATO DE ENCUESTA

Estimado Señor(a). Somos Egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja. Con la finalidad de recabar información para el desarrollo del "proyecto de factibilidad para la implementación de un complejo deportivo (cancha sintética de indor futbol, cancha de ecuavoly, piscina, hidromasaje, sauna y bar-restaurant) para el cantón balsas", le solicitamos de la manera más comedida se digne contestar las siguientes preguntas. Esperando que las preguntas sean contestadas con toda sinceridad, le anticipamos nuestros más sinceros agradecimientos.				
ESTADO CIVIL	EDAD	PROFESIÓN	SEXO	DIRECCIÓN
Soltero <input type="checkbox"/>			Masculino <input type="checkbox"/>	
casado <input type="checkbox"/>			Femenino <input type="checkbox"/>	
1. Esta actualmente trabajando				
SI <input type="checkbox"/>				
NO <input type="checkbox"/>				
2. Cuáles son sus ingresos mensuales				
001-200 <input type="checkbox"/>				
201-400 <input type="checkbox"/>				
401-600 <input type="checkbox"/>				
601-800 <input type="checkbox"/>				
801-1000 <input type="checkbox"/>				
1001 -1200 <input type="checkbox"/>				
1201 - 1400 <input type="checkbox"/>				
3. Realiza usted actividades deportivas o de recreación				
SI <input type="checkbox"/>				
NO <input type="checkbox"/>				
4. Cuál de estos deportes o actividades realiza usted				
Futbol			<input type="checkbox"/>	
Ecuavoly			<input type="checkbox"/>	
Natación o actividades en piscinas, saunas e hidromasajes			<input type="checkbox"/>	
5. Ha practicado usted futbol en un escenario con césped sintético				
SI <input type="checkbox"/>				
NO <input type="checkbox"/>				
6. Cuál es el precio que pago por la utilización de la cancha sintética				
\$24 <input type="checkbox"/>				
\$25 <input type="checkbox"/>				
\$26 <input type="checkbox"/>				
\$27 <input type="checkbox"/>				
\$28 <input type="checkbox"/>				

7. Cada que tiempo y con qué frecuencia realiza la actividad del futbol	
Semanal	
Mensual	
Anual	
8. Ha practicado ecuavoly en una cancha acondicionada para alquiler	
SI ()	
NO ()	
9. Cuál es el precio que pago por la utilización de la cancha de ecuavoly	
\$1 ()	
\$2 ()	
\$3 ()	
10. Cada que tiempo y con qué frecuencia realiza la actividad del ecuavoly	
Semanal	
Mensual	
Anual	
11. Ha utilizado usted las instalaciones de una piscina	
SI ()	
NO ()	
12. Cada que tiempo y con qué frecuencia asiste usted a una piscina	
Semanal	
Mensual	
Anual	
13. Ha utilizado usted las instalaciones de un sauna e hidromasaje	
SI ()	
NO ()	
14. cada que tiempo y con qué frecuencia asiste usted al sauna e hidromasaje	
Semanal	
Mensual	
Anual	
15. Cuál es el precio que pago por la utilización de la piscina, sauna e hidromasaje	
\$1 ()	
\$2 ()	
\$3 ()	
\$4 ()	
\$5 ()	
16. En caso de crearse un complejo deportivo con cancha sintética de indor futbol, cancha de ecuavoly, piscina, hidromasaje, sauna, y bar-restaurante en la ciudad de Balsas, usted estaría dispuesto a utilizar estos servicios	
SI ()	
NO ()	

17. Mencione cuál de estos servicios estaría dispuesto a utilizar	
Cancha sintética de indor futbol	<input type="checkbox"/>
Cancha de Ecuavoly	<input type="checkbox"/>
Piscina, Sauna e Hidromasaje	<input type="checkbox"/>
Bar-Restaurant	<input type="checkbox"/>
18. Cada que tiempo y con qué frecuencia utilizaría la nueva cancha sintética de indor futbol	
Semanal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Anual	<input type="checkbox"/>
19. Estaría de acuerdo en pagar \$ 26.00 por el alquiler de una hora de la nueva cancha sintética de indor futbol	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
20. Indique para que cantidad de jugadores le gustaría que se haga la nueva cancha sintética de indor futbol	
8 Jugadores de cada lado	<input type="checkbox"/>
7 Jugadores de cada lado	<input type="checkbox"/>
6 Jugadores de cada lado	<input type="checkbox"/>
21. Cada que tiempo y con qué frecuencia utilizaría la nueva cancha de ecuavoly	
Semanal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Anual	<input type="checkbox"/>
22. Estaría de acuerdo en pagar \$ 3.00 por el alquiler de una hora de la nueva cancha de ecuavoly	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
23. Cada que tiempo y con qué frecuencia utilizaría la nueva piscina, sauna e hidromasaje	
Semanal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Anual	<input type="checkbox"/>
24. Cómo le gustaría que fuese el agua de la nueva piscina	
Agua fría	<input type="checkbox"/>
Agua temperada	<input type="checkbox"/>
25. Estaría de acuerdo en pagar \$ 3.00 por la entrada a la nueva piscina, sauna e hidromasaje	
SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

26. De la lista de productos que se muestran a continuación y de acuerdo al número de visitas que usted haga al complejo deportivo que productos adquiriría y en qué cantidad		
PRODUCTOS	CANTIDAD	
BEBIDAS		
Aguas		
Gaseosas		
Cerveza		
Gatorade		
V220		
Suní		
Tesalia ice		
SNACKS		
Papitas		
Chifles		
Cachitos		
CONFITERÍA		
Caramelos		
Chiclets		
Colombinas		
COMIDA RÁPIDA		
Papas fritas		
Hamburguesas		
Hot dogs		
Sanduches		
Tostadas		
Batidos		
PLATOS TÍPICOS		
Arroz con pollo		
Seco de pollo		
Seco de carne		
Carne asada		
Arroz con guata		
OTROS		
Cigarrillos		
Helados		
27. Estaría de acuerdo con la ubicación del complejo deportivo en la ciudadela "el paraíso"		
SI	<input type="checkbox"/>	
NO	<input type="checkbox"/>	
28. Qué medios de comunicación con mayor presencia en el cantón balsas prefiere usted para enterarse de los servicios que ofrecerá el complejo deportivo. señale uno solo y en que horario		
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	NOMBRE	HORARIOS
1. RADIO <input type="checkbox"/>		
2. TELEVISION <input type="checkbox"/>		
3. PERIÓDICO <input type="checkbox"/>		

ANEXO Nº 2 (1)
MATERIA PRIMA DIRECTA

COSTOS DE MATERIA PRIMA

DETALLE	CANTIDAD ANUAL					COSTO. UNIT. (INCREMENTO 3%)					COSTO ANUAL					COSTO PRIMER MES
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
BAR																
Aguas	19.756,00	20.240,00	20.746,00	21.274,00	21.802,00	0,21	0,21	0,22	0,23	0,23	4.148,76	4.250,40	4.564,12	4.893,02	5.014,46	345,73
Gaseosas	10.776,00	11.040,00	11.316,00	11.604,00	11.892,00	0,19	0,19	0,2	0,2	0,21	2.047,44	2.097,60	2.263,20	2.320,80	2.497,32	170,62
Cervezas	17.960,00	18.400,00	18.860,00	19.340,00	19.820,00	0,67	0,69	0,71	0,73	0,75	12.033,20	12.696,00	13.390,60	14.118,20	14.865,00	1.002,77
Gatorade	7.184,00	7.360,00	7.544,00	7.736,00	7.928,00	0,75	0,77	0,8	0,82	0,84	5.388,00	5.667,20	6.035,20	6.343,52	6.659,52	449
V220	5.388,00	5.520,00	5.658,00	5.802,00	5.946,00	0,75	0,77	0,8	0,82	0,84	4.041,00	4.250,40	4.526,40	4.757,64	4.994,64	336,75
Suní	4.490,00	4.600,00	4.715,00	4.835,00	4.955,00	0,4	0,41	0,42	0,44	0,45	1.796,00	1.886,00	1.980,30	2.127,40	2.229,75	149,67
Tesalia ice	5.388,00	5.520,00	5.658,00	5.802,00	5.946,00	0,25	0,26	0,27	0,27	0,28	1.347,00	1.435,20	1.527,66	1.566,54	1.664,88	112,25
Papitas	5.388,00	5.520,00	5.658,00	5.802,00	5.946,00	0,3	0,31	0,32	0,33	0,34	1.616,40	1.711,20	1.810,56	1.914,66	2.021,64	134,7
Chifles	2.694,00	2.760,00	2.829,00	2.901,00	2.973,00	0,3	0,31	0,32	0,33	0,34	808,2	855,6	905,28	957,33	1.010,82	67,35
Cachitos	2.694,00	2.760,00	2.829,00	2.901,00	2.973,00	0,3	0,31	0,32	0,33	0,34	808,2	855,6	905,28	957,33	1.010,82	67,35
Caramelos	2.694,00	2.760,00	2.829,00	2.901,00	2.973,00	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	53,88	55,2	56,58	58,02	59,46	4,49
Chiclets	8.082,00	8.280,00	8.487,00	8.703,00	8.919,00	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	242,46	248,4	254,61	261,09	267,57	20,21
Colombinas	5.388,00	5.520,00	5.658,00	5.802,00	5.946,00	0,07	0,07	0,07	0,07	0,08	377,16	386,4	396,06	406,14	475,68	31,43
Cigarrillos	13.470,00	13.800,00	14.145,00	14.505,00	14.865,00	0,1	0,1	0,11	0,11	0,11	1.347,00	1.380,00	1.555,95	1.595,55	1.635,15	112,25
Helados	8.082,00	8.280,00	8.487,00	8.703,00	8.919,00	0,22	0,23	0,23	0,24	0,25	1.778,04	1.904,40	1.952,01	2.088,72	2.229,75	148,17
RESTAURANTE																
Papas (lb)	5.166,00	5.295,00	5.428,00	5.563,00	5.702,00	0,25	0,26	0,27	0,27	0,28	1.291,50	1.376,70	1.465,56	1.502,01	1.596,56	107,63
Salchichas (lb)	652	668	685	702	720	1,4	1,44	1,49	1,53	1,58	912,8	961,92	1.020,65	1.074,06	1.137,60	76,07
Aceite (lt)	1.122,00	1.150,00	1.179,00	1.209,00	1.239,00	2,4	2,47	2,55	2,62	2,7	2.692,80	2.840,50	3.006,45	3.167,58	3.345,30	224,4
Pan para hamburguesas (12 u.)	431	441	452	464	475	1,9	1,96	2,02	2,08	2,14	818,9	864,36	913,04	965,12	1.016,50	68,24
Carne de res molida (lb)	1.181,00	1.210,00	1.241,00	1.272,00	1.303,00	1,5	1,55	1,59	1,64	1,69	1.771,50	1.875,50	1.973,19	2.086,08	2.202,07	147,63
Tomate (lb)	738	756	775	795	815	0,3	0,31	0,32	0,33	0,34	221,4	234,36	248	262,35	277,1	18,45
Lechuga (u)	369	378	388	397	407	0,5	0,52	0,53	0,55	0,56	184,5	196,56	205,64	218,35	227,92	15,38
Salsa de tomate (galón)	374	383	393	403	413	3,02	3,11	3,2	3,3	3,4	1.129,48	1.191,13	1.257,60	1.329,90	1.404,20	94,12
Mayonesa (galón)	374	383	393	403	413	9,9	10,2	10,5	10,8	11,1	3.702,60	3.906,60	4.126,50	4.360,46	4.600,82	308,55
Pan para hot-dogs (8 u.)	234	240	246	252	258	1,6	1,65	1,7	1,75	1,8	374,4	396	418,2	441	464,4	31,2
Pan (u)	898	920	943	967	991	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14	107,76	110,4	122,59	125,71	138,74	8,98
Mortadela (lb)	62	63	65	66	68	1,5	1,55	1,59	1,64	1,69	93	97,65	103,35	108,24	114,92	7,75
Supan (funda 20 u)	188	192	197	202	207	1,4	1,44	1,49	1,53	1,58	263,2	276,48	293,53	309,06	327,06	21,93

Queso (lb)	185	189	194	199	204	1,3	1,34	1,38	1,42	1,46	240,5	253,26	267,72	282,58	297,84	20,04
Mantequilla (lb)	98	101	103	106	109	1,5	1,55	1,59	1,64	1,69	147	156,55	163,77	173,84	184,21	12,25
Leche (lt)	1.292,00	1.324,00	1.357,00	1.391,00	1.426,00	0,6	0,62	0,64	0,66	0,68	775,2	820,88	868,48	918,06	969,68	64,6
Porción de frutas	1	1	1	1	1	3	3,09	3,18	3,28	3,38	3	3,09	3,18	3,28	3,38	0,25
Arroz (lb)	4.613,00	4.728,00	4.846,00	4.967,00	5.091,00	0,45	0,46	0,48	0,49	0,51	2.075,85	2.174,88	2.326,08	2.433,83	2.596,41	172,99
Carne de pollo (lb)	2.619,00	2.684,00	2.751,00	2.820,00	2.891,00	1,3	1,34	1,38	1,42	1,46	3.404,70	3.596,56	3.796,38	4.004,40	4.220,86	283,73
Carne de res (lb)	923	946	969	993	1.018,00	2	2,06	2,12	2,19	2,25	1.846,00	1.948,76	2.054,28	2.174,67	2.290,50	153,83
Carne de chancho (lb)	1.107,00	1.135,00	1.163,00	1.192,00	1.222,00	2,5	2,58	2,65	2,73	2,81	2.767,50	2.928,30	3.081,95	3.254,16	3.433,82	230,63
Menudo de res (lb)	185	189	194	199	204	3	3,09	3,18	3,28	3,38	555	584,01	616,92	652,72	689,52	46,25
Zanahoria (lb)	369	378	388	397	407	0,25	0,26	0,27	0,27	0,28	92,25	98,28	104,76	107,19	113,96	7,69
Arveja tierna (lb)	185	189	194	199	204	1	1,03	1,06	1,09	1,13	185	194,67	205,64	216,91	230,52	15,42
Pimiento (u)	1.476,00	1.513,00	1.551,00	1.589,00	1.629,00	0,1	0,1	0,11	0,11	0,11	147,6	151,3	170,61	174,79	179,19	12,3
Cebolla (lb)	615	630	646	662	679	0,3	0,31	0,32	0,33	0,34	184,5	195,3	206,72	218,46	230,86	15,38
Limón	7.483,00	7.670,00	7.861,00	8.058,00	8.259,00	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	374,15	383,5	393,05	402,9	412,95	31,18
Lenteja (lb)	738	756	775	795	815	0,8	0,82	0,85	0,87	0,9	590,4	619,92	658,75	691,65	733,5	49,2
Plátanos maduros (u)	92	95	97	99	102	0,1	0,1	0,11	0,11	0,11	9,2	9,5	10,67	10,89	11,22	0,77
Maní (lb)	98	101	103	106	109	2	2,06	2,12	2,19	2,25	196	208,06	218,36	232,14	245,25	16,33
Azúcar (lb)	738	756	775	795	815	0,45	0,46	0,48	0,49	0,51	332,1	347,76	372	389,55	415,65	27,68
Sal (lb)	374	383	393	403	413	0,3	0,31	0,32	0,33	0,34	112,2	118,73	125,76	132,99	140,42	9,35
Condimentos	1.871,00	1.917,00	1.965,00	2.014,00	2.065,00	0,5	0,52	0,53	0,55	0,56	935,5	996,84	1.041,45	1.107,70	1.156,40	77,96
Horchata (funda)	748	767	786	806	826	0,45	0,46	0,48	0,49	0,51	336,6	352,82	377,28	394,94	421,26	28,05
Tang (sobres)	748	767	786	806	826	0,3	0,31	0,32	0,33	0,34	224,4	237,77	251,52	265,98	280,84	18,7
Servilleta (paca)	49	50	52	53	54	1,49	1,53	1,58	1,63	1,68	73,01	76,5	82,16	86,39	90,72	6,08
TOTAL											67.004,24	70.465,00	74.675,60	78.645,90	82.838,61	5.583,69

Fuente: Cuadro N° 53. Almacenes y tiendas de la ciudad.

Elaboración: Los autores

ANEXO N° 2 (2)
MATERIA PRIMA DIRECTA
COSTOS DE MATERIA PRIMA

DETALLE															
	6	7	8	9	10	6	7	8	9	10	6	7	8	9	10
BAR															
Aguas	22.352,00	22.902,00	23.474,00	24.068,00	24.662,00	0,24	0,25	0,26	0,26	0,27	5.364,48	5.725,50	6.103,24	6.257,68	6.658,74
Gaseosas	12.192,00	12.492,00	12.804,00	13.128,00	13.452,00	0,22	0,22	0,23	0,24	0,24	2.682,24	2.748,24	2.944,92	3.150,72	3.228,48
Cervezas	20.320,00	20.820,00	21.340,00	21.880,00	22.420,00	0,77	0,8	0,82	0,84	0,87	15.646,40	16.656,00	17.498,80	18.379,20	19.505,40
Gatorade	8.128,00	8.328,00	8.536,00	8.752,00	8.968,00	0,87	0,9	0,92	0,95	0,98	7.071,36	7.495,20	7.853,12	8.314,40	8.788,64
V220	6.096,00	6.246,00	6.402,00	6.564,00	6.726,00	0,87	0,9	0,92	0,95	0,98	5.303,52	5.621,40	5.889,84	6.235,80	6.591,48
Suni	5.080,00	5.205,00	5.335,00	5.470,00	5.605,00	0,46	0,48	0,49	0,51	0,52	2.336,80	2.498,40	2.614,15	2.789,70	2.914,60
Tesalia ice	6.096,00	6.246,00	6.402,00	6.564,00	6.726,00	0,29	0,3	0,31	0,32	0,33	1.767,84	1.873,80	1.984,62	2.100,48	2.219,58
Papitas	6.096,00	6.246,00	6.402,00	6.564,00	6.726,00	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	2.133,60	2.248,56	2.368,74	2.494,32	2.623,14
Chifles	3.048,00	3.123,00	3.201,00	3.282,00	3.363,00	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	1.066,80	1.124,28	1.184,37	1.247,16	1.311,57
Cachitos	3.048,00	3.123,00	3.201,00	3.282,00	3.363,00	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	1.066,80	1.124,28	1.184,37	1.247,16	1.311,57
Caramelos	3.048,00	3.123,00	3.201,00	3.282,00	3.363,00	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	60,96	62,46	64,02	65,64	67,26
Chiclets	9.144,00	9.369,00	9.603,00	9.846,00	10.089,00	0,03	0,03	0,03	0,04	0,04	274,32	281,07	288,09	393,84	403,56
Colombinas	6.096,00	6.246,00	6.402,00	6.564,00	6.726,00	0,08	0,08	0,08	0,08	0,09	487,68	499,68	512,16	525,12	605,34
Cigarrillos	15.240,00	15.615,00	16.005,00	16.410,00	16.815,00	0,12	0,12	0,12	0,13	0,13	1.828,80	1.873,80	1.920,60	2.133,30	2.185,95
Helados	9.144,00	9.369,00	9.603,00	9.846,00	10.089,00	0,26	0,26	0,27	0,28	0,29	2.377,44	2.435,94	2.592,81	2.756,88	2.925,81
RESTAURANTE															
Papas (lb)	5.845,00	5.991,00	6.141,00	6.294,00	6.452,00	0,29	0,3	0,31	0,32	0,33	1.695,05	1.797,30	1.903,71	2.014,08	2.129,16
Salchichas (lb)	738	756	775	794	814	1,62	1,67	1,72	1,77	1,83	1.195,56	1.262,52	1.333,00	1.405,38	1.489,62
Aceite (lt)	1.270,00	1.302,00	1.334,00	1.368,00	1.402,00	2,78	2,87	2,95	3,04	3,13	3.530,60	3.736,74	3.935,30	4.158,72	4.388,26
Pan para hamburguesas (12 u.)	487	499	512	525	538	2,2	2,27	2,34	2,41	2,48	1.071,40	1.132,73	1.198,08	1.265,25	1.334,24
Carne de res molida (lb)	1.336,00	1.369,00	1.404,00	1.439,00	1.475,00	1,74	1,79	1,84	1,9	1,96	2.324,64	2.450,51	2.583,36	2.734,10	2.891,00
Tomate (lb)	835	856	877	899	922	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	292,25	308,16	324,49	341,62	359,58
Lechuga (u)	417	428	439	450	461	0,58	0,6	0,61	0,63	0,65	241,86	256,8	267,79	283,5	299,65
Salsa de tomate (galón)	423	434	445	456	467	3,5	3,61	3,71	3,83	3,94	1.480,50	1.566,74	1.650,95	1.746,48	1.839,98
Mayonesa (galón)	423	434	445	456	467	11,5	11,8	12,2	12,5	12,9	4.856,04	5.129,88	5.420,10	5.718,24	6.033,64
Pan para hot-dogs (8 u.)	264	271	278	285	292	1,85	1,91	1,97	2,03	2,09	488,4	517,61	547,66	578,55	610,28
Pan (u)	1.016,00	1.041,00	1.067,00	1.094,00	1.121,00	0,14	0,14	0,15	0,15	0,16	142,24	145,74	160,05	164,1	179,36
Mortadela (lb)	70	71	73	75	77	1,74	1,79	1,84	1,9	1,96	121,8	127,09	134,32	142,5	150,92
Supan (20 u)	212	218	223	229	234	1,62	1,67	1,72	1,77	1,83	343,44	364,06	383,56	405,33	428,22
Queso (lb)	209	214	219	225	230	1,51	1,55	1,6	1,65	1,7	315,59	331,7	350,4	371,25	391

Mantequilla (lb)	111	114	117	120	123	1,74	1,79	1,84	1,9	1,96	193,14	204,06	215,28	228	241,08
Leche (lt)	1.461,00	1.498,00	1.535,00	1.574,00	1.613,00	0,7	0,72	0,74	0,76	0,78	1.022,70	1.078,56	1.135,90	1.196,24	1.262,82
Porción de frutas	1	1	1	1	1	3,48	3,58	3,69	3,8	3,91	3,48	3,58	3,69	3,8	3,91
Arroz (lb)	5.219,00	5.349,00	5.483,00	5.620,00	5.760,00	0,52	0,54	0,55	0,57	0,59	2.713,88	2.888,46	3.015,65	3.203,40	3.398,40
Carne de pollo (lb)	2.963,00	3.037,00	3.113,00	3.191,00	3.271,00	1,51	1,55	1,6	1,65	1,7	4.474,13	4.707,35	4.980,80	5.265,15	5.560,70
Carne de res (lb)	1.044,00	1.070,00	1.097,00	1.124,00	1.152,00	2,32	2,39	2,46	2,53	2,61	2.422,08	2.557,30	2.698,62	2.843,72	3.006,72
Carne de chancho (lb)	1.252,00	1.284,00	1.316,00	1.349,00	1.382,00	2,9	2,99	3,07	3,17	3,26	3.630,80	3.839,16	4.040,12	4.276,33	4.505,32
Menudo de res (lb)	209	214	219	225	230	3,48	3,58	3,69	3,8	3,91	727,32	766,12	808,11	855	899,3
Zanahoria (lb)	417	428	439	450	461	0,29	0,3	0,31	0,32	0,33	120,93	128,4	136,09	144	152,13
Arveja tierna(lb)	209	214	219	225	230	1,16	1,19	1,23	1,27	1,3	242,44	254,66	269,37	285,75	299
Pimiento (u)	1.670,00	1.712,00	1.755,00	1.798,00	1.843,00	0,12	0,12	0,12	0,13	0,13	200,4	205,44	210,6	233,74	239,59
Cebolla (lb)	696	713	731	749	768	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	243,6	256,68	270,47	284,62	299,52
Limón	8.466,00	8.677,00	8.894,00	9.117,00	9.345,00	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	423,3	433,85	444,7	455,85	467,25
Lenteja (lb)	835	856	877	899	922	0,93	0,96	0,98	1,01	1,04	776,55	821,76	859,46	907,99	958,88
Plátanos maduros (u)	104	107	110	112	115	0,12	0,12	0,12	0,13	0,13	12,48	12,84	13,2	14,56	14,95
Maní (lb)	111	114	117	120	123	2,32	2,39	2,46	2,53	2,61	257,52	272,46	287,82	303,6	321,03
Azúcar (lb)	835	856	877	899	899	0,52	0,54	0,55	0,57	0,59	434,2	462,24	482,35	512,43	530,41
Sal (lb)	423	434	445	456	467	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	148,05	156,24	164,65	173,28	182,13
Condimentos	2.116,00	2.169,00	2.224,00	2.279,00	2.336,00	0,58	0,6	0,61	0,63	0,65	1.227,28	1.301,40	1.356,64	1.435,77	1.518,40
Horchata (funda)	847	868	889	912	934	0,52	0,54	0,55	0,57	0,59	440,44	468,72	488,95	519,84	551,06
Tang (sobres)	847	868	889	912	934	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39	296,45	312,48	328,93	346,56	364,26
Servilleta(paca)	56	57	58	60	61	1,73	1,78	1,83	1,89	1,94	96,88	101,46	106,14	113,4	118,34
TOTAL											87.676,46	92.629,41	97.514,16	103.023,53	108.761,23

Fuente: Cuadro N° 53. Almacenes y tiendas de la ciudad.

Elaboración: Los autores

ÍNDICE

k. ÍNDICE

Certificación	I
Autoría	II
Agradecimiento	III
Dedicatoria	IV
a. RESUMEN	1
b. INTRODUCCIÓN	9
c. REVISIÓN DE LITERATURA	13
1. Empresa	13
1.1. Clasificación de las empresas	13
1.1.1. Según la actividad o giro	13
1.1.2. Según la procedencia del capital	15
1.1.3. Según la forma jurídica	15
1.1.4. Según su tamaño	16
1.1.5. Según su ámbito de actuación	17
1.1.6. Según la cuota de mercado	17
2. Proyectos de Inversión	18
2.1. Estudio de Mercado	19

2.1.1. Segmentación del Mercado	20
2.1.1.1. Segmentación geográfica	20
2.1.1.1.2. Segmentación por conducta	20
2.1.2. Análisis demanda	20
2.1.2.1. Demanda Potencial	21
2.1.2.2. Demanda Actual	21
2.1.2.3. Demanda Efectiva	22
2.1.3. Análisis de la Oferta (COMPETENCIA)	22
2.1.4. Plan de Comercialización	22
2.1.4.1. Precio	23
2.1.4.2. Promoción	23
2.1.4.3. Publicidad	23
2.1.4.4. Plaza o Distribución	24
2.2. Estudio Técnico	25
2.2.1. Tamaño y Localización	25
2.1.1.1. Tamaño	25
2.2.1.1.1. Capacidad Teórica	26
2.2.1.1.2. Capacidad Instalada	26
2.2.1.1.3. Capacidad Utilizada	26
2.2.1.1.4. Reservas	27
2.2.1.1.5. Capacidad financiera	27

2.2.1.1.6. Capacidad Administrativa	27
2.2.1.2. Localización	28
2.2.1.2.1. Microlocalización	28
2.2.1.2.2. Macrolocalización	28
2.2.1.2.3. Factores de localización	29
2.2.2. Ingeniería del Proyecto	29
2.2.2.1. Componente Tecnológico	29
2.2.2.2. Infraestructura Física	30
2.2.2.3. Distribución en Planta	30
2.2.2.4. Proceso de Producción	31
2.2.2.4.1. Diseño del producto	32
2.2.2.4.2. Flujograma de proceso	32
2.3. Estudio de Organización	33
2.3.1. Estructura organizativa empresarial	33
2.3.1.1. Base legal	33
2.3.1.1.1. Acta Constitutiva	33
2.3.1.1.2. La razón social	34
2.3.1.1.3. Domicilio	34
2.3.1.1.4. Objetivo de la sociedad	34
2.3.1.1.5. Capital social	34

2.3.1.1.6. Tiempo de duración Sociedad	34
2.3.1.1.7. Administradores	35
3.2.1.2. Estructura empresarial	35
2.3.1.2.1. Niveles Jerárquicos	35
2.3.1.2.2. Organigrama	37
2.3.1.2.3. Manuales	37
2.4. ESTUDIO FINANCIERO	38
2.4.1. Tipos de Proyecto	39
2.4.1.1. Proyectos de Inversión Privado	39
2.4.1.2. Proyecto de Inversión Pública o social	39
2.4.2. Fases en la etapa de Preinversión	39
2.4.2.1. Generación y análisis de la idea del proyecto	39
2.4.2.2. Estudio de la Prefactibilidad	40
2.4.2.3. Estudio de la Factibilidad	41
2.4.3. Etapas de Inversión	42
2.4.3.1. Financiamiento	42
2.4.3.2. Estudio Definitivos	43

2.4.3.3. Ejecución y montaje	43
2.4.3.4. Puesta en marcha	44
2.4.4. Etapas de Operación	44
2.4.5. Etapas de Evaluación de Resultados	45
2.4.6. Indicadores de evaluación financiero	45
2.4.6.1. Valor Actual Neto	45
2.4.6.2. Tasa Interna de Retorno	46
2.4.6.3. Relación Beneficio Costo	47
2.4.6.4. Periodo de Recuperación de Capital	48
2.4.6.5. Análisis de Sensibilidad	48
d. MATERIALES Y MÉTODOS	51
1. Materiales	51
2. Métodos	51
3. Técnicas	52
4. Procedimiento	53
e. RESULTADOS DE ENCUESTAS	57

f. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	104
1. ESTUDIO DE MERCADO	104
1.1. Objetivos	104
1.2. Características del usuario	105
1.3. Características del servicio	105
1.4. Análisis de la demanda	106
1.4.1. Demanda Potencial	106
1.4.2. Demanda Actual	109
1.4.3. Demanda Efectiva	112
1.5. Estudio de la Oferta	120
1.6. Estrategias de Mercado	122
1.6.1. Características del servicio	122
1.6.2. Precio	125
1.6.3. Promoción	126
1.6.4. Publicidad	127
2. ESTUDIO TÉCNICO	127

2.1. Tamaño y localización	128
2.1.1. Tamaño de la empresa	128
2.1.1.1. Capacidad Instalada	128
2.1.1.2. Capacidad Utilizada	130
2.1.2. Localización de la Empresa	132
2.1.2.1. Factores determinantes para La localización	132
2.1.2.2. Macrolocalización	133
2.1.2.3. Microlocalización	135
2.2. Ingeniería del proyecto	136
2.2.1. Distribución de la planta	136
2.2.2. Proceso del servicio	137
3. ESTUDIO FINANCIERO	142
3.1. Inversiones	142
3.1.1. Inversiones en activos fijos	142
3.1.2. Inversiones en activos diferidos	147

3.1.3. Activo circulante o capital de trabajo	148
3.2. Financiamiento de la Inversión del Proyecto	158
3.2.1. Financiamiento Interno o Propio	158
3.2.2. Financiamiento Externo o por Endeudamiento	158
3.3. Amortización de Activos Diferidos	160
3.4. Depreciación de activos fijos	161
3.5. Presupuesto de costos	163
3.5.1. Estructura de Costos	163
3.5.2. Distribución de Costos	165
3.6. Presupuesto de Ingresos	167
3.7. Punto de Equilibrio	173
3.8. Estado de Pérdidas y Ganancias	180
3.9. Evaluación Financiera	181
3.9.1. Flujo de Caja	181
3.9.2. Valor Actual Neto	182

	243
3.9.3. Tasa Interna de Retorno	183
3.9.4. Relación Beneficio Costo	185
3.9.5. Periodo de Recuperación de Capital	187
3.9.6. Análisis de Sensibilidad	188
4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	193
4.1. Organización Jurídica de la Empresa	193
4.2. Organización Administrativa	194
4.2.1. Niveles Jerárquicos	195
4.2.2. Organigramas	196
4.2.3. Manual de Funciones	200
g. CONCLUSIONES	216
h. RECOMENDACIONES	220
i. BIBLIOGRAFÍA	223
j. ANEXOS	226
k. ÍNDICE	235