



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DEPORTIVOS UBICADA EN LA PARROQUIA DE
CALDERÓN, CIUDAD DE QUITO AÑO 2020.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

Autor

José Marcelino Toapanta Heredia

Tutor(a)

Econ. Mercedes Galarraga C, MBA

QUITO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL
POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN
PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, José Marcelino Toapanta Heredia, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEPORTIVOS UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CIUDAD DE QUITO AÑO 2021**, como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 19 días, del mes de febrero del 2022, firmo conforme:

Autor: José Marcelino Toapanta Heredia



Firma:

Número de Cédula: 1713704680

Dirección: Av. Carlos Mantilla y Marieta Veintimilla. Correo Electrónico: joseitoapanta77@hotmail.com

Teléfono: 0993085458

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEPORTIVOS UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CIUDAD DE QUITO AÑO 2021**”, presentado por el Sr. José Marcelino Toapanta Heredia, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, 19 de febrero del 2022

Econ. Mercedes Galarraga C, MBA

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del Autor.

Quito, 19 de febrero del 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'J' followed by several horizontal and diagonal strokes.

Jose Marcelino Toapanta Heredia

CI: 171370468-0

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEPORTIVOS UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CIUDAD DE QUITO AÑO 2021**, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 19 de febrero del 2022



Firmado electrónicamente por:
**CARLOS MARCELO
BORJA GALEAS**

.....

Nombres completos

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**MARIA FERNANDA
BECERRA
SARMIENTO**

.....

Nombres completos

VOCAL



Firmado electrónicamente por:
**IVANNA KARINA
SANCHEZ MONTERO**

.....

Nombres completos

VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios por brindarme salud y haberme acompañado y guiado a lo largo de mi vida y mi carrera, siendo mi fortaleza en los momentos de debilidad, a mi esposa Gloria Paredes por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera para nuestro futuro y creer en mi capacidad. A mis amados hijos Erick y Samantha por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día y así poder buscar un mejor futuro, a mis compañeros y amigos presentes y pasados quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

El Autor

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica Indoamérica y a sus prestigiosos docentes por compartir sus conocimientos semana tras semana, por hacernos sentir en nuestro segundo hogar y formarnos como profesionales y excelentes seres humanos, a mi tutora un agradecimiento y sentido de admiración especial por guiarme en esta última etapa de trabajo investigativo, brindándome todo su apoyo y conocimientos para poder cumplir con esta meta.

Gracias

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	I
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	IV
APROBACIÓN TRIBUNAL	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XV
ÍNDICE DE FÓRMULAS	XVI
RESUMEN EJECUTIVO	XVII
ABSTRACT	XVIII
INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	2
<i>Objetivo General</i>	2
<i>Objetivos Específicos</i>	3
CAPÍTULO I	4
1. MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	4
1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	4
1.2 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	4
1.3 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO	4
1.3.1 <i>Fundamentación del Servicio o Producto</i>	4
1.3.2 <i>Tabla de características del producto o servicio</i>	5
1.4 MERCADO	6
1.4.1 <i>Público objetivo de su producto o servicio</i>	6
1.4.2 <i>Demanda Potencial</i>	28

1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE	29
1.5.1 <i>Análisis del microambiente</i>	29
1.5.2 <i>Análisis del macro ambiente</i>	32
1.5.3 <i>Proyección de la oferta.</i>	36
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	37
1.7 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	38
1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	44
1.9 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	46
1.10 SEGUIMIENTO DE CLIENTES.....	46
1.11 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS	47
CAPITULO II	48
OPERACIONES.....	48
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	48
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	48
2.2.1 <i>Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.</i>	48
2.2.2 <i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.</i>	51
2.2.3 <i>Tecnología para aplicar.</i>	59
2.2.4 <i>Factores que afectan las operaciones</i>	59
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	61
2.3.1 <i>Capacidad de Producción Futura.</i>	61
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	62
2.4.1 <i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.</i>	62
2.5 CALIDAD.....	64
2.5.1 <i>Método de Control de Calidad.</i>	64
2.6 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO.....	68
2.6.1 <i>Seguridad e higiene ocupacional</i>	68
CAPITULO III	70
3. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	70
3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	70
3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	70
3.2.1 <i>Visión de la Empresa</i>	70

3.2.2 Misión de la Empresa.....	70
3.2.3 Valores	70
3.2.4 Objetivo y estrategias.....	71
3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	75
3.3.1 Organización Interna	75
3.3.2 Descripción de puestos	76
3.4 CONTROL DE GESTIÓN.....	84
3.4.1 Indicadores de gestión	84
3.5 NECESIDADES DE PERSONAL	85
CAPITULO IV.....	86
4. JURÍDICO LEGAL	86
4.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	86
4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	86
4.2.1 Proceso de constitución	87
4.3 REGISTROS DE PATENTES Y MARCAS	91
5. EVALUACIÓN FINANCIERA	95
5.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	95
5.2 PLAN DE INVERSIONES	95
5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	99
5.3.1 Mano de Obra	99
5.3.2 Depreciación.....	101
5.3.3 Proyección de la depreciación.....	102
5.3.4 Detalle de Costos	102
5.3.5 Proyección de Costos.....	104
5.3.6 Detalle de Gastos	105
5.3.7 Proyección Gastos	108
5.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO	111
5.4.1 Forma de financiamiento	111
5.5 CÁLCULO DE INGRESOS.....	111
5.5.1 Proyección de Ingresos.....	112
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	114
5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	116

5.8 FLUJO DE CAJA.....	118
5.9 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	119
5.9.1 Indicadores.....	119
CONCLUSIONES	123
RECOMENDACIONES	124
BIBLIOGRAFÍA	125
ANEXOS	127
ANEXO N.º 1 ENCUESTA.....	127
ANEXO N.º 2 PROCESO DE CONSTITUCIÓN.....	130
ANEXO N.º 3 TABLA DEL IMPUESTO A LA RENTA	131
ANEXO N.º 4 TABLA DE LA TASA DE INTERÉS	132

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Caracterización según la región.....	5
Tabla 2	Características del Producto	6
Tabla 3	<i>Categorización de sujetos</i>	7
Tabla 4	<i>Dimensión Conductual</i>	7
Tabla 5	<i>Dimensión Geográfica</i>	8
Tabla 6	<i>Dimensión Demográfica</i>	8
Tabla 7	<i>Cuadro de necesidades</i>	10
Tabla 8	<i>Cuadro de necesidades</i>	11
Tabla 9	<i>Cuadro de necesidades</i>	12
Tabla 10	<i>Edad</i>	16
Tabla 11	<i>Sexo</i>	17
Tabla 12	<i>Tipo de deporte</i>	18
Tabla 13	<i>Frecuencia de práctica</i>	19
Tabla 14	<i>Motivación</i>	20
Tabla 15	<i>Disponibilidad de pago</i>	21
Tabla 16	<i>Prioridad</i>	22
Tabla 17	<i>Necesidad de implementación</i>	23
Tabla 18	<i>Sitios de práctica</i>	24
Tabla 19	<i>Preferencias de práctica</i>	25
Tabla 20	<i>Satisfacción por servicios</i>	26
Tabla 21	<i>Cambio de instalaciones y servicio</i>	27
Tabla 22	<i>Demanda potencial</i>	28
Tabla 23	<i>Proyección de la demanda</i>	29
Tabla 24	<i>Empresas competidoras</i>	31
Tabla 25	<i>Empresas proveedoras</i>	31
Tabla 26	<i>Análisis PESTEL</i>	33
Tabla 27	<i>Calificación matriz EFE</i>	34
Tabla 28	<i>Matriz EFE</i>	34
Tabla 29	<i>Calificación matriz EFI</i>	35
Tabla 30	<i>Matriz EFI</i>	35
Tabla 31	<i>Proyección de la oferta</i>	36
Tabla 32	<i>Proyección de la oferta</i>	37

Tabla 33	<i>Demanda potencial insatisfecha.....</i>	37
Tabla 34	<i>Primer objetivo y estrategia</i>	39
Tabla 35	<i>Segundo objetivo y estrategia.....</i>	40
Tabla 36	<i>Tercer objetivo y estrategia.....</i>	41
Tabla 37	<i>Cuarto objetivo y estrategias.....</i>	42
Tabla 38	<i>Presupuesto anual de los objetivos</i>	43
Tabla 39	<i>Estrategias de Marketing.....</i>	44
Tabla 40	<i>Ofertas y propuestas de valor.....</i>	45
Tabla 41	<i>Descripción de instalaciones.....</i>	51
Tabla 42	<i>Muebles y enseres.....</i>	53
Tabla 43	<i>Equipos de cómputo y oficina.....</i>	54
Tabla 44	<i>Equipos</i>	55
Tabla 45	<i>Implementos deportivos.....</i>	56
Tabla 46	<i>Adecuaciones y arreglos.....</i>	57
Tabla 47	<i>Total, de inversión</i>	58
Tabla 48	<i>Inventario mensual y anual de insumos</i>	58
Tabla 49	<i>Ritmo de producción.....</i>	60
Tabla 50	<i>Capacidad de producción futura</i>	62
Tabla 51	<i>Implementos necesarios para el servicio</i>	63
Tabla 52	<i>Encuesta de satisfacción.....</i>	65
Tabla 53	<i>Hoja de Control de Calidad</i>	66
Tabla 54	<i>Diagrama de Pareto</i>	67
Tabla 55	<i>Seguridad e higiene ocupacional</i>	69
Tabla 56	<i>Matriz de vulnerabilidad</i>	72
Tabla 57	<i>Matriz de aprovechabilidad.....</i>	73
Tabla 58	<i>Descripción Gerente General.....</i>	77
Tabla 59	<i>Descripción del contador</i>	78
Tabla 60	<i>Descripción de la persona que atiende a los clientes</i>	79
Tabla 61	<i>Descripción del instructor deportivo.....</i>	80
Tabla 62	<i>Descripción del Cajero.....</i>	81
Tabla 63	<i>Descripción del Chef.....</i>	82
Tabla 64	<i>Descripción del personal de limpieza</i>	83
Tabla 65	<i>Indicadores de gestión.....</i>	84
Tabla 66	<i>Necesidad del personal.....</i>	85

Tabla 67 <i>Plan de Inversiones</i>	95
Tabla 68 <i>Cálculo de mano de Obra</i>	99
Tabla 69 <i>Cálculo de las depreciaciones</i>	101
Tabla 70 <i>Proyección de la Depreciación</i>	102
Tabla 71 <i>Detalle de Costos – Servicios</i>	103
Tabla 72 <i>Detalle de Costos – del Servicio</i>	104
Tabla 73 <i>Inflación últimos 5 años</i>	104
Tabla 74 <i>Proyección de Costos</i>	105
Tabla 75 <i>Detalle de Gastos Administrativos</i>	105
Tabla 76 <i>Detalle de Gastos de Ventas</i>	107
Tabla 77 <i>Detalle de Gastos Financieros</i>	107
Tabla 78 <i>Proyección de Gastos</i>	109
Tabla 79 <i>Plan Financiero</i>	111
Tabla 80 <i>Cálculo de ingresos</i>	112
Tabla 81 <i>Proyección de ingresos</i>	113
Tabla 82 <i>Punto de Equilibrio</i>	114
Tabla 83 <i>Estado de resultados</i>	117
Tabla 84 <i>Estado de resultados</i>	118
Tabla 85 <i>Valor actual neto (VAN)</i>	120
Tabla 86 <i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	121
Tabla 87 <i>Beneficio Costo</i>	121
Tabla 88 <i>Periodo de recuperación</i>	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Edad.....	16
Gráfico 2 Sexo.....	17
Gráfico 3 Tipo de Deporte.....	18
Gráfico 4 Frecuencia de práctica.....	19
Gráfico 5 Motivación.....	20
Gráfico 6 Disponibilidad de pago	21
Gráfico 7 Prioridad	22
Gráfico 8 Necesidad de implementación	23
Gráfico 9 Sitios de práctica	24
Gráfico 10 Preferencias de práctica	25
Gráfico 11 Satisfacción por servicios.....	26
Gráfico 12 Cambio de instalaciones.....	27
Gráfico 13 Fuerzas de Porter	30
Gráfico 14 Medios digitales.....	46
Gráfico 15 Mapa de procesos.....	49
Gráfico 16 Flujograma de procesos.....	50
Gráfico 17 Distribución del espacio.....	52
Gráfico 18 Ubicación.....	52
Gráfico 19 Diagrama de Pareto	67
Gráfico 20 Mapa estratégico.....	73
Gráfico 21 Organigrama estructural del plan de negocios.....	75
Gráfico 22 Organigrama funcional del plan de negocios.....	76
Gráfico 23. Simulador de crédito.....	108
Gráfico 25 Punto de equilibrio	116

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Ecuación 1. Muestra	9
Ecuación 2. Punto de Equilibrio	114
Ecuación 3. P. E. en número de servicio a brindar	115
Ecuación 4. P. E. en %	115

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEPORTIVOS UBICADA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, CIUDAD DE QUITO, AÑO 2021

AUTOR: José Marcelino Toapanta Heredia

TUTOR: Econ. Mercedes Galarraaga C, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto que se presenta a continuación tiene por objetivo desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios deportivos ubicada en la parroquia de Calderón, ciudad de Quito Año 2021, el mismo que se realiza a través de la recopilación de información para resolver y satisfacer las necesidades de nuestros clientes, los siguientes capítulos contiene el estudio de mercado que se los abordado en los temas como la estructura de mercado, la demanda, las variables de segmentación, el análisis de micro y macro entorno, el análisis FODA del producto bien o servicio, la oferta, la demanda insatisfecha, el diseño y la aplicación de encuestas, la comercialización del servicio y la estrategia del marketing mix y las 4 P del marketing, mediante todos estos estudios y análisis de mercado se conocerá los gustos y preferencias de nuestros clientes. Además se desarrolla el estudio técnico administrativo legal donde tenemos los factores del tamaño del proyecto, factores que determinan la localización, la ingeniería del proyecto, el producto, la selección del proceso, tecnología y equipos, la capacidad de la pequeña empresa, el análisis de la administración de la empresa, la planificación, la estructura de la empresa, el estilo de dirección y los controles que se aplicaran en la empresa, el marco legal la constitución de la empresa, con este estudio técnico determinaremos todos los factores que utilizaremos para la creación de la empresa, también abordaremos el estudio financiero la inversión, los activos, el capital de trabajo, los gastos administrativos y de ventas, los ingresos por ventas y los estados financieros, este estudio financiero determinara la rentabilidad del proyecto, cabe recalcar que es importante transmitir mensajes de concientización de la práctica del deporte a toda la sociedad en general sabiendo que al realizar cualquier tipo de deporte nos ayuda a mantener una buena salud.

DESCRIPTORES: Deporte, salud, oferta, demanda insatisfecha, factibilidad

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**THEME: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A SPORTS SERVICES
COMPANY LOCATED IN THE PARISH OF CALDERÓN, CITY OF QUITO,
YEAR 2021**

AUTHOR: José Marcelino Toapanta Heredia

TUTOR: Econ. Mercedes Galarraaga C, MBA

ABSTRACT

The following project has as a main goal, to develop a business plan. This plan consist on the establishment of a sports services company. The company will be located in the parish of Calderón, in Quito's city, Year 2021.

The information has been collected, in order to solve as well as to satisfy the necessities of our customers.

The following chapters contain the market study taking into account the market structure, the demand, the segmentation variables, the micro and macro environment analysis, the SWOT analysis of the product, good or service, the offer, the unsatisfied demand, the design and application of surveys, the commercialization of the service, and the strategy of the marketing mix and the 4 P's of marketing.

Through all these studies and market analysis, it will be possible to know the preferences of our customers. In addition of that, it will be developed the legal, technical and administrative study that help us to get the factors of the size of this project. Furthermore, these factors will determine the location, the engineering of the project, the product, the selection of the process, the technology and equipment, the capacity of the small company, the analysis of the administration of the company, the planning, the structure of the company, the management style and the controls that will be applied in the company, the legal framework, and finally the constitution of the company.

In brief, with this technical study, we will determine all the factors that we will use for the establishment of the company, we will also address the financial study of the investment, the assets, the working capital, the administrative, the sales expenses, the sales revenue and the financial statements, as a result, this financial study will determine the profitability of the project.

It is important to emphasize that practicing sports could help our society to have a good health. So that, to share messages about this, it is important at the time of getting a good lifestyle.

DESCRIPTORS: Sport, health, supply, unsatisfied demand, feasibility

INTRODUCCIÓN

En el espacio urbano, las instalaciones deportivas aumentan y se modernizan más rápidamente que los hospitales, los colegios o las universidades; las revistas deportivas surgen como setas después de la lluvia; los parques y bosques se transforman en itinerarios de “training” donde los “circuitos saludables” y la publicidad deportiva satura completamente el espacio social. (Ollier, 2019)

El plan de negocios para la creación de una empresa de servicios deportivos se basa con la finalidad de determinar cada una de las necesidades, problemas, preferencias de las personas que realizan cualquier tipo de deporte, sabiendo que el deporte y la recreación juegan un papel importante en nuestra sociedad, y son fundamentales para el apoyo de una mejor calidad de vida para las personas. Por otra parte, la recreación es otra opción para aquellas personas que no necesariamente practican alguna actividad deportiva, haciendo uso de estos espacios deportivos para la recreación y llevar a cabo sus relaciones sociales, familiares o simplemente para apartarse un poco de la vida cotidiana.

En este trabajo se contempla lo anteriormente dicho y la realización del plan de negocios que nos llevará al estudio de viabilidad el mismo que se encarga del análisis financiero, económico y social de un posible emprendimiento; estrategia principal que nos ayudará a cubrir las necesidades de nuestros posibles clientes. El presente proyecto se lo realiza en cinco capítulos importantes detallados de la siguiente manera:

Capítulo I Área de Mercado y Comercialización.- Se detalla el servicio que se va a ofertar, los beneficios que conlleva esta práctica deportiva, también se determina la oferta y la demanda el mercado al cual va a ser dirigido el proyecto y la forma en que se llevará a cabo el plan de negocios. Se utilizará las fuentes de instituciones ecuatorianas (INEC, 2010) con el fin de determinar la población y en qué mercado se enfocará el proyecto mediante un plan de muestreo para determinar la oferta y demanda y determinar un plan de marketing estratégico.

Capítulo II Área de Operaciones. – Permite definir los procesos del servicio mediante la utilización de los flujogramas, para tener con claridad el proceso a seguir, además la

ejecución de las actividades utilizando los recursos naturales, humanos, materiales, financieros, tecnológicos y el tiempo para optimizar y cumplir con las normas de calidad, pensando siempre en el cliente como principal beneficiario de nuestro servicio.

Capítulo III Área de Organización y Gestión.- Se determina como está organizado el personal en los distintos niveles jerárquicos y su perfil para desempeñar los cargos requeridos, además se establece la filosofía empresarial como la misión, visión, y finalmente la matriz FODA, la cual permite definir las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas a las que estará expuesto el nuevo emprendimiento.

Capítulo IV Área Jurídico Legal.- En este capítulo se determinará paso a paso el camino a seguir para crear la nueva empresa, describiendo los permisos necesarios para su correcto desempeño, para de esta manera poder brindar un servicio eficiente y de calidad en un mercado altamente competitivo, y de esta forma lograr el posicionamiento que la empresa lo requiere.

Capítulo V Área de Evaluación Financiera.- La última área de proyecto en la cual se determina el aporte de la inversión para el desarrollo del plan de negocios, detallando los costos y gastos que tomará el giro del negocio y siendo evaluado con indicadores en base a los resultados obtenidos y que certifiquen los beneficios reales con el detalle de proyecciones anuales, utilizando herramientas técnicas que permitan tener una predicción de los ingresos y egresos para establecer el margen de utilidad que tendrá el proyecto.

OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Objetivo General

Determinar la factibilidad del proyecto de la creación de una empresa de servicios deportivos ubicada en la parroquia de Calderón ciudad de Quito, a través de una investigación bibliográfica y de campo que oriente adecuadamente la realización de un estudio técnico-administrativo, y un análisis económico-financiero, que determine la rentabilidad del proyecto.

Objetivos Específicos

- Conocer las preferencias de la posible demanda de este espacio deportivo y de entretenimiento ubicada en la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito, mediante la aplicación de diferentes métodos de recopilación de datos.
- Determinar todos los servicios que se van a ofrecer lo que está previsto vender, además conocer los recursos y materiales que se tendrá que utilizar para llevar a cabo este proyecto.
- Lograr los objetivos planteados por la empresa, como un conjunto de actividades internas para conseguir las metas propuestas, resultados concretos que deben obtenerse por cada uno de los integrantes de la empresa.
- Determinar todas las implicaciones técnicas y económicas que rigen en las normas legales que regulan la instalación y operación del proyecto.
- Realizar un análisis económico-financiero con los datos de costos y gastos que la creación de este espacio deportivo generaría para la determinación de la rentabilidad del futuro proyecto y poder tomar una información oportuna en el momento de una toma de decisiones.

CAPITULO I

1. Mercado y Comercialización

1.1 Definición del producto o servicio

En términos generales, un producto es aquello que toda empresa grande, mediana o pequeña, organización ya sea lucrativa o no o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue utilidades, impacto social, etc. (Thompson, 2009)

1.2 Objetivo del Capítulo

Determinar la factibilidad comercial de la idea del plan de negocios para la creación de una empresa de servicios deportivos ubicada en la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito, mediante estrategias de publicidad para tener informado al público objetivo y poder comunicar los beneficios que se obtiene al realizar estos tipos de actividades deportivas.

1.3 Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.3.1 Fundamentación del Servicio o Producto.

El servicio para ofertar se caracteriza principalmente por ser diferente a los que existen en el sector, brindará un servicio de entretenimiento y esparcimiento para jóvenes y adultos mediante juegos como: el ecua vóley, indor fútbol, pingpong, futbolín, billar, adicional contará con personal capacitado que guiará en el desarrollo de todas las actividades que requiere el cliente, también con una infraestructura que se adapte a las necesidades de los clientes.

Actualmente, son muy evidentes los profundos cambios que existen en todos los ámbitos de la sociedad. El deporte y las actividades físicas como las sociales reconocidas, no se escapan de esta evolución y transformación, el realizar o conseguir una actividad física o realizar cualquier tipo de deporte es beneficioso para la salud de tal manera que el ejercicio físico mejora el rendimiento cardiovascular debido a cambios

hemodinámicos, hormonales, metabólicos, neurológicos y de la función respiratoria.

La última encuesta de condiciones de vida realizada por el INEC en el 2014 sobre los hábitos, prácticas deportivas y uso del tiempo, la mayoría de los deportistas se concentran en las zonas urbanas, siendo el 37,3% de la población nacional que realiza el deporte con frecuencia con un aproximado de 34 minutos diarios, los ecuatorianos utilizan la infraestructura que brinda el estado para practicar el deporte con un 30,8% y el 69,2% de las personas se ejercitan en espacios públicos.

En la sierra se encuentra la mayor población activa, de acuerdo con los resultados siendo un 43,4% seguido por la amazonia con el 43,20% y finalmente la costa con el 31,17%.

Tabla 1

Caracterización según la región

Región	Practica Deporte	Total, de la población	Promedio diario (minutos)
Costa	31,17%	2.159,647	32
Sierra	43,40%	2.594,.36	28
Amazonia	43,20%	279,259	25

Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor

1.3.2 Tabla de características del producto o servicio

Dentro de las necesidades de los clientes sabemos que el deporte es una medicina fundamental para nuestro organismo, la importancia de la realización de actividades deportivas para el desarrollo físico, psíquico y social. Además, el deporte tiene una gran influencia en la prevención de muchas enfermedades como la obesidad, la hipertensión y la diabetes

Tabla 2*Características del Producto*

SISTEMAS	BENEFICIOS
A nivel orgánico	• Aumento de la elasticidad y movilidad articular. • Mayor coordinación, habilidad y capacidad de reacción. • Aumento de la resistencia a la fatiga corporal. • Ganancia muscular, disminución de la grasa corporal.
A nivel cardíaco	• Mejoría de la circulación sanguínea. • Regulación del pulso y disminución de la presión arterial. • Aumento de la resistencia orgánica.
A nivel pulmonar	• Mejoría de la capacidad pulmonar y consiguiente oxigenación • Prevención de enfermedades; como la Diabetes, la Hipertensión Arterial, la Osteoporosis, Cáncer de Colon, etc.
A nivel metabólico	• Disminuye la producción de ácido láctico. • Ayuda a disminuir y mantener un peso corporal saludable. • Aumenta la capacidad de la utilización de grasas como fuente de energía
A nivel psíquico	• Incrementa la capacidad de fuerza de voluntad y de autocontrol • Disminuye la ansiedad, el estrés, la agresividad y la depresión • Estimula la creatividad, la capacidad afectiva y mejora de la memoria y autoestima de la persona

Fuente: <https://www.webconsultas.com/ejercicio-y-deporte/vida-activa/beneficios-del-ejercicio-fisico>

Elaborado por: El Autor

1.4 Mercado

1.4.1 Público objetivo de su producto o servicio

El servicio que se ofrecerá se caracteriza principalmente por brindar un servicio diferente a los demás que existen en el sector, brindara un servicio de entretenimiento y esparcimiento para hombres y mujeres jóvenes y adultos desde 15 a 59 años de edad, mediante juegos como: el ecua vóley, indor futbol, pingpong, fútbolín, billar, estos servicios básicamente esta dirigidos a clientes de clase media – alta quienes estarían dispuestos a pagar por estos servicios, el mercado al cual se va a llegar es en el norte de Quito en la parroquia de Calderón.

1.4.1.1 Categorización de sujetos

Tabla 3

Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Persona natural en un rango de 15 a 59 años, con un ingreso estable
¿Quién usa?	La familia en general
¿Quién decide?	La familia en general, grupo de amigos personas
¿Qué influye?	Amigos, compañeros de trabajo vecinos del sector quienes ya usaron el servicio y recomiendan el servicio que se ofrece

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

1.4.1.2 Estudio de Segmentación

Tabla 4

Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad:	Seguridad
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Tabla 5*Dimensión Geográfica*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	2010	TASA DE CRECIMIENTO	T.C.P. ACUMULADA	2021
País	Ecuador		1.75	19.3	17.527.661
Región	Sierra	6.449.355	1.55	17.1	7.690.855
Ciudad Urbana y Rural	Quito	2.236.908	1.45	16.0	2.593.694
Administración Zonal	Calderón	152.086	1.5	16.5	177.180

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010**Elaborado por:** El Autor

Nota.- Para realizar la proyección del año 2021 se calcula con la tasa de crecimiento poblacional de la región sierra con el 1.55%, la de ciudad con el 1.45% y la administración zonal de Calderón con el 1.5% los valores aplicados son del censo poblacional 2010 realizado por el INEC.

Tabla 6*Dimensión Demográfica*

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	2010	TASA DE CRECIMIENTO	T.C.P. ACUMULADA	2021
Sexo	Hombres de 15 a 59 Años	47.337	1.5	16.5	55.147
	Mujeres de 15 a 59 Años	49.687	1.5	16.5	57.885
Socioeconómico	PEA	10.333	1.5	16.5	12.037
Mercado					
Objetivo					113.032

Fuente: INEC**Elaborado por:** El Autor

Nota.- Para realizar la proyección del año 2021 se realiza el cálculo con la tasa de

crecimiento poblacional de la parroquia de Calderón con el 1.5%, además se calcula el grupo de edades de 15 a 59 de REDATAM para la parroquia de Calderón tomando en cuenta la población masculina y femenina, los valores aplicados son del censo poblacional 2010 realizado por el INEC.

1.4.1.3 Plan de muestreo

Es importante realizar el cálculo del tamaño de la muestra, la misma nos permitirá obtener el número de encuestas para conocer los datos para el estudio del plan de negocios, para la obtención de la muestra se deberá aplicar la siguiente formula

Ecuación 1. Muestra

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + Ne^2}$$

n=	Tamaño de la muestra
Z=	Nivel de confianza 95% =1.96
P=	Probabilidad de Ocurrencia 50%
Q=	Probabilidad de No Ocurrencia 50%
N=	Tamaño de la Población o Universo
E=	Error de la muestra (5%)

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 113.032}{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 + 113.032 \times 0.05^2}$$

$$n = \frac{108.555,93}{283.54}$$

$$n = 383$$

El número total de encuestas que se realizara para el estudio es de 383 encuestas a las personas entre 15 y 59 años entre hombres y mujeres, con un nivel socioeconómico medio-alto cuyos resultados obtenidos se proyectan para la totalidad de la población.

Cuadro de necesidades

El cuadro de necesidades nos permitirá determinar los objetivos específicos para el estudio del plan de negocios.

Objetivo específico 1

Conocer las preferencias de la posible demanda de este espacio deportivo y de entretenimiento ubicada en la parroquia de Calderón de la ciudad de Quito, mediante la aplicación de diferentes métodos de recopilación de datos.

Tabla 7

Cuadro de necesidades

Necesidad de la información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
¿Qué es una investigación de mercado?	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
¿Qué es un mercado?	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Tipos de mercado	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
¿Qué es un servicio deportivo?	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Tipos de deporte	Secundaria	Secretaría del Deporte	Banco de datos
Gustos y preferencias de los deportes	Primaria	Organizaciones deportivas	Encuesta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Objetivo específico 2

Determinar todos los servicios que se van a ofrecer lo que está previsto vender, además conocer los recursos y materiales que se tendrá que utilizar para llevar a cabo este proyecto.

Tabla 8*Cuadro de necesidades*

Necesidad de la información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Materiales para la implementación	Secundaria	Proveedores	Banco de datos
Proceso del servicio	Secundaria	Proveedores	Banco de datos
Implementos	Secundaria	Proveedores	Banco de datos
Proveedores de insumos	Secundaria	Proveedores	Banco de datos
Tecnología	Primaria	Operadoras de servicio	contratación de servicios
investigación de requerimientos	Primaria	Establecimientos deportivos	Entrevista
Diseño del área del servicio	Primaria	Ingeniero Civil	contratación de servicios

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor**Objetivo específico 3**

Realizar un análisis económico-financiero con los datos de costos y gastos que la creación de este espacio deportivo generaría para la determinación de la rentabilidad del futuro proyecto y poder tomar una información oportuna en el momento de una toma de decisiones.

Tabla 9*Cuadro de necesidades*

Necesidad de la información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
¿Qué es un plan financiero?	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
¿Qué es un plan de inversiones?	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
¿Qué es la evaluación financiera?	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
¿Que son los indicadores financieros?	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
¿Que son los estados financieros?	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Leyes en el aspecto tributario y laboral	Secundaria	Leyes, normativas y reglamentos	Servicios agrupados
Proformas de los materiales para la construcción	Primaria	Establecimientos de comercio	Entrevista

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

1.4.1.4 Instrumentos para recopilar información

Encuesta

Es un instrumento de captura de la información estructurado, lo que puede influir en la información recogida y no puede/debe utilizarse más que en determinadas situaciones en las que la información que se requiere capturar está estructurada en la población objeto de estudio. (Martin, 2011)

El diseño de la encuesta que se empleará en esta investigación de mercado será de forma Online, la misma que está dirigida a las personas del sector de Calderón donde estará ubicada la empresa, la encuesta contiene 11 preguntas relacionadas a identificar las percepciones sobre gustos y preferencias actuales de los posibles clientes.

DISEÑO DE LA ENCUESTA



Encuesta de gustos y preferencias al momento de utilizar las instalaciones donde se ofrecen servicios deportivos como el indor fútbol, ecua vóley, fútbolín, ping pong, billar.

Objetivo: Motivar a la comunidad la práctica deportiva, la salud de su cuerpo, el sano esparcimiento con el uso de las instalaciones donde se ofertan los servicios deportivos en la parroquia de Calderón, ciudad de Quito.

Instrucciones: A continuación, se presentan una serie de preguntas que usted debe responder, por favor léalas detenidamente y responda de acuerdo con su criterio.

1. Coloque su edad

Edad ()

2. ¿Cuál es su sexo?

Masculino () Femenino ()

3. ¿Qué tipo de deporte o actividad física le gustaría practicar?

() Fútbol

() Indor fútbol

() Ecua vóley

() Billar

() Ping pong

() Fútbolín

() Básquet

4. ¿Con qué frecuencia practica su deporte preferido?

() Una vez por semana

- ☐ Tres veces por semana
- ☐ Cinco veces por semana
- ☐ Cada quince días

5. ¿Cuál es su motivación para practicar estos deportes?

- ☐ Mejorar su salud
- ☐ Por diversión
- ☐ Estar competitivo
- ☐ Apuestas de dinero

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por estos servicios?

- ☐ De 10 a 20 dólares
- ☐ De 20 a 30 dólares
- ☐ De 30 a 40 dólares
- ☐ Mas de 40 dólares

7. ¿Al momento de utilizar este tipo de servicios deportivos que prioriza usted?

- ☐ Precio
- ☐ Calidad
- ☐ Servicio
- ☐ Instalaciones

8. ¿Considera que es necesario implementar este tipo de servicios en la parroquia de Calderón?

- ☐ Si
- ☐ No

9. ¿En qué sitios practica este tipo de deporte?

- ☐ Canchas del barrio
- ☐ Canchas privadas
- ☐ Espacios públicos
- ☐ En mi hogar

10. ¿Por qué considera realizar este deporte en las instalaciones donde lo practica?

- () Cercanía
- () Precio
- () Instalaciones
- () Estatus
- () Servicio brindado

11. ¿Está satisfecho en las instalaciones en las que realiza deporte?

- () Si estoy muy satisfecho
- () Si, aunque pudiese mejorar
- () No me gustan mucho
- () No me gustan para nada

12. ¿Cambiaría de instalaciones si le ofrecieran otro tipo de servicio?

- () Si cambiaría
- () No, muchas gracias

Gracias por su atención

1.4.1.5 Análisis e interpretación.

1. Coloque su edad

Tabla 10

Edad

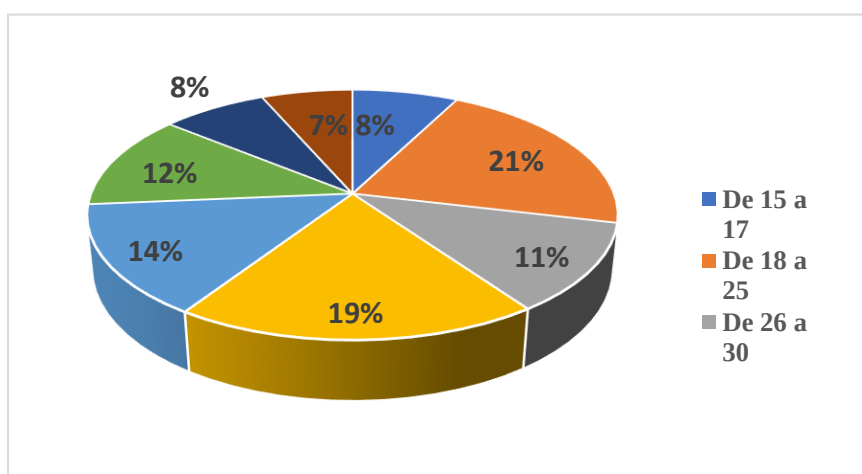
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
De 15 a 17	29	8
De 18 a 25	81	21
De 26 a 30	44	11
De 31 a 35	73	19
De 36 a 40	55	14
De 41 a 45	47	12
De 46 a 50	29	8
De 51 a 59	25	7
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 1

Edad



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

Mediante la investigación realizada se puede conocer que la edad con más frecuencia es de 18 a 25 años con un 21%, seguido de 31 a 35 años con un 19%, además con un 14% entre las edades de 36 a 40, de esta manera se determina las edades con más frecuencia para realizar estos deportes y la utilización de los servicios.

2. ¿Cuál es su sexo?

Tabla 11

Sexo

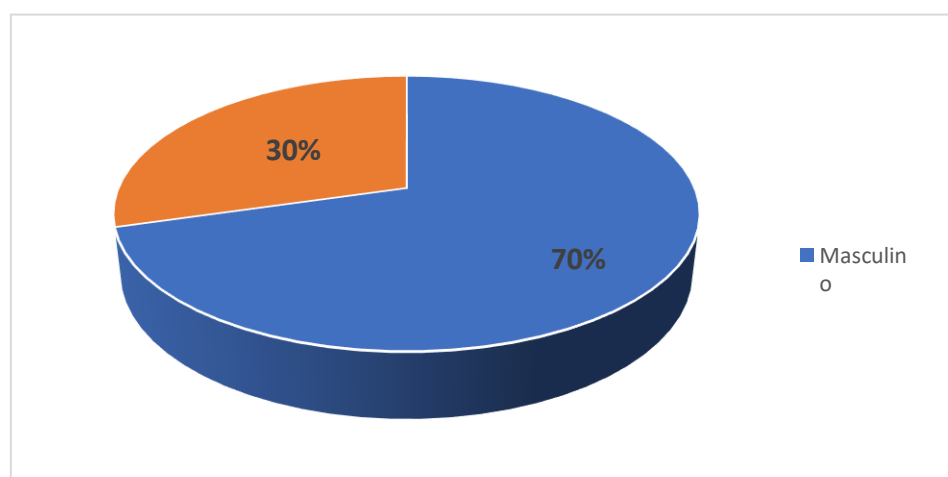
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Masculino	270	70
Femenino	113	30
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 2

Sexo



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

A través de la investigación se determina que la mayoría de las personas que realizan este tipo de deportes es el sexo masculino con un 70%, y el sexo femenino con un 30%, este dato es de suma importancia al momento brindar el servicio.

3. ¿Qué tipo de deporte o actividad física le gustaría practicar?

Tabla 12

Tipo de deporte

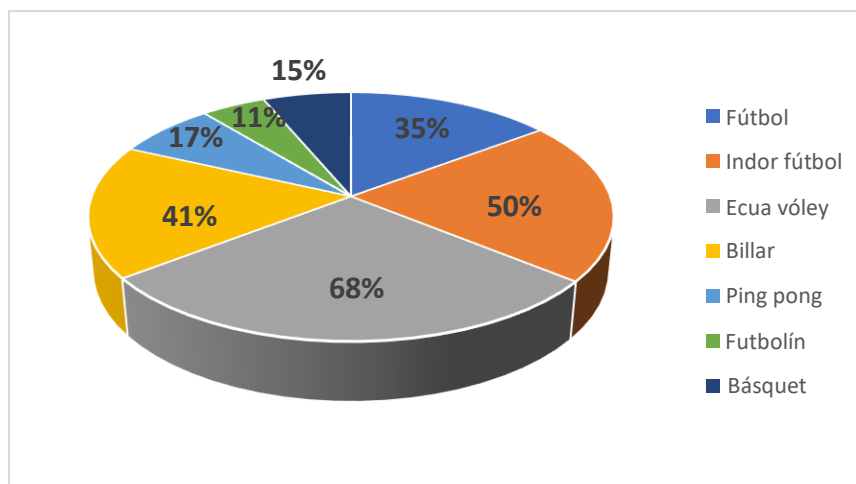
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Fútbol	135	35
Indor fútbol	190	50
Ecua vóley	260	68
Billar	157	41
Ping pong	65	17
Futbolín	44	11
Básquet	58	15
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 3

Tipo de Deporte



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

Según datos de los encuestados, claramente se puede identificar que la mayoría de las personas les gusta practicar el ecua vóley con un 68%, seguido por el indor fútbol con un 50%, y el billar con un 41%, este dato es muy importante para el emprendimiento, ya que nos ayuda a enfocarnos más al tipo de deporte que tendrá más acogida.

4. ¿Con qué frecuencia practica su deporte preferido?

Tabla 13

Frecuencia de práctica

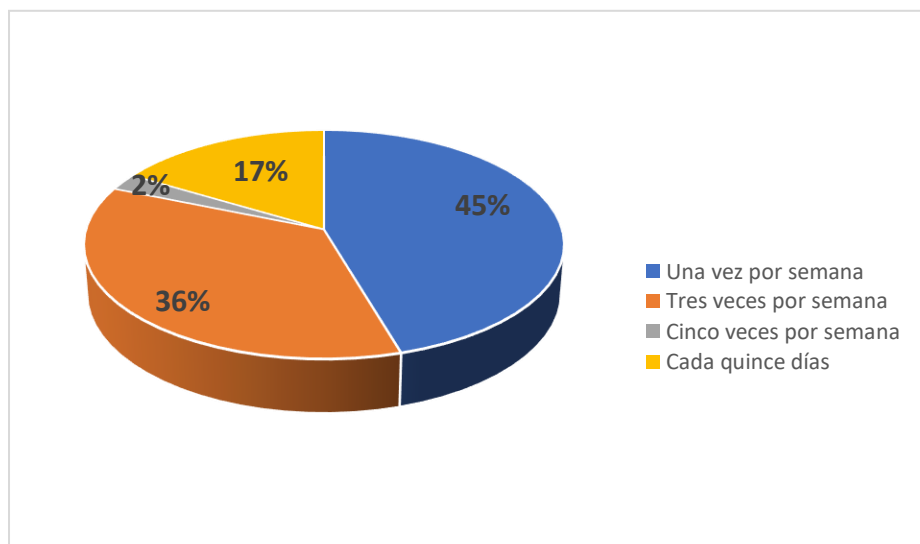
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Una vez por semana	174	45
Tres veces por semana	137	36
Cinco veces por semana	9	3
Cada quince días	63	16
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 4

Frecuencia de práctica



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede identificar que la mayoría de las personas practican su deporte preferido una vez por semana con un 45%, seguido por tres veces por semana con un 36%, Según este análisis podemos tener en cuenta la frecuencia con que les gusta realizar los deportes, esto nos ayuda a poder identificar el número de posibles clientes que visiten este emprendimiento.

5. ¿Cuál es su motivación para practicar estos deportes?

Tabla 14

Motivación

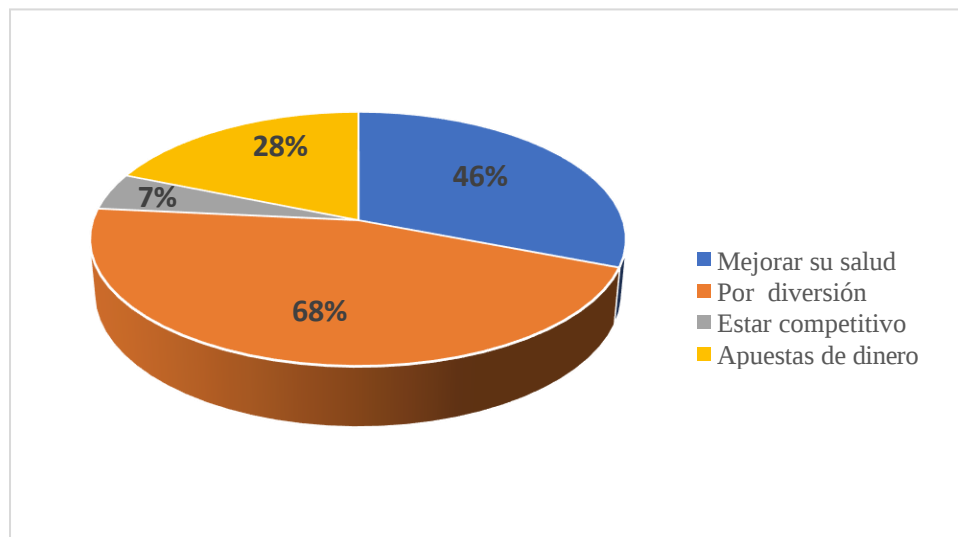
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Mejorar su salud	178	46
Por diversión	259	68
Estar competitivo	28	7
Apuestas de dinero	108	28
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 5

Motivación



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

Mediante la aplicación de la encuesta y según los datos señalados se identifica que la mayor parte de personas encuestadas señala que su motivación para realizar los deportes es por diversión con un 68%, seguido por mejorar la salud con un 46%, para luego obtener el resultado por apuesta de dinero con un 28%, esto nos ayuda a conocer la motivación de los clientes para poder realizar campañas sobre mejorar la salud.

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por estos servicios?

Tabla 15

Disponibilidad de pago

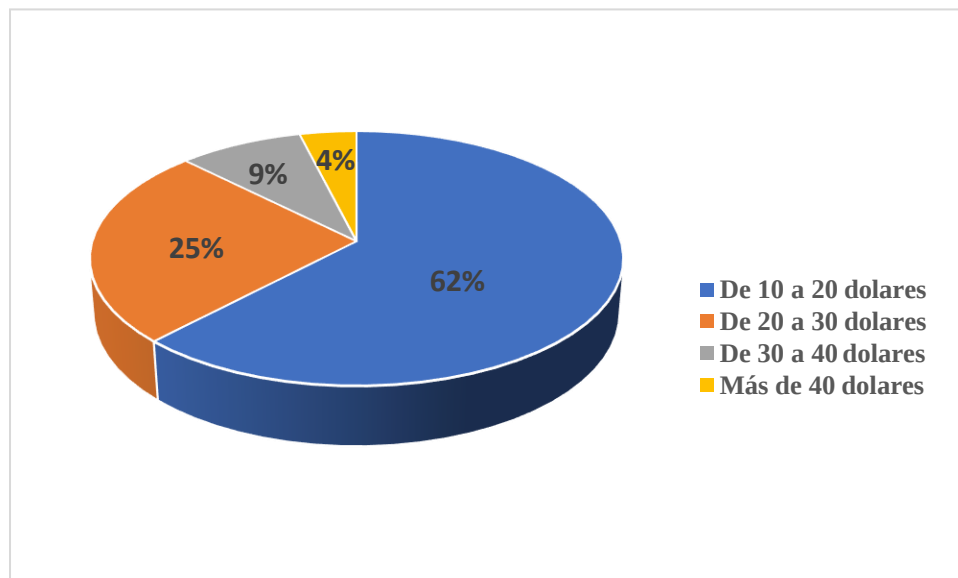
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
De 10 a 20 dólares	238	62
De 20 a 30 dólares	97	25
De 30 a 40 dólares	33	9
Más de 40 dólares	15	4
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 6

Disponibilidad de pago



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

En este punto se puede observar que la mayoría de los posibles clientes están dispuestos a pagar de 10 a 20 dólares con el 62%, seguido de 20 a 30 dólares con el 25%, este dato es muy importante al momento de crear el negocio, ya que nos ayuda a saber los datos financieros con los cuales iniciare el emprendimiento.

7. ¿Al momento de utilizar este tipo de servicios deportivos que prioriza usted?

Tabla 16

Prioridad

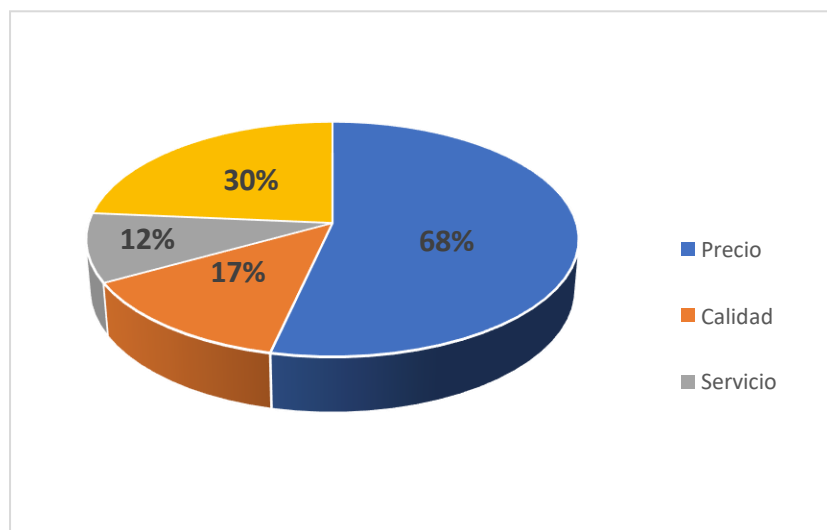
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Precio	261	68
Calidad	65	17
Servicio	47	12
Instalaciones	114	30
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 7

Prioridad



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

Según este porcentaje obtenido en la encuesta podemos conocer que los posibles clientes dan prioridad al precio cuando utilizan un servicio con un 68%, seguido de las instalaciones con un 30%, con estos datos arrojados podemos identificar y analizar los precios que se deberá plantear para ofrecer los servicios.

8 ¿Considera que es necesario implementar este tipo de servicios en la parroquia de Calderón?

Tabla 17

Necesidad de implementación

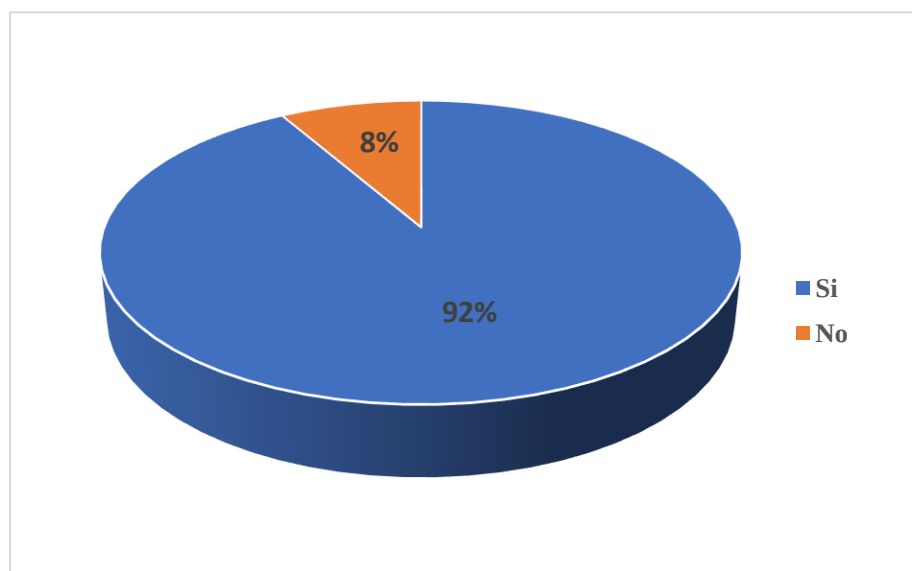
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si	351	92
No	32	8
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 8

Necesidad de implementación



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

Mediante la encuesta realizada y el resultado obtenido se puede identificar que la mayoría de las personas están de acuerdo en la implementación de este tipo de servicios deportivos con un 92%, y con un 8% no están de acuerdo que se implemente, esta pregunta es de suma importancia para la creación del plan de negocios ya que con esta aceptación mayoritaria de las personas se evidencia que si es factible el negocio.

9 ¿En qué sitios practica este tipo de deporte?

Tabla 18

Sitios de práctica

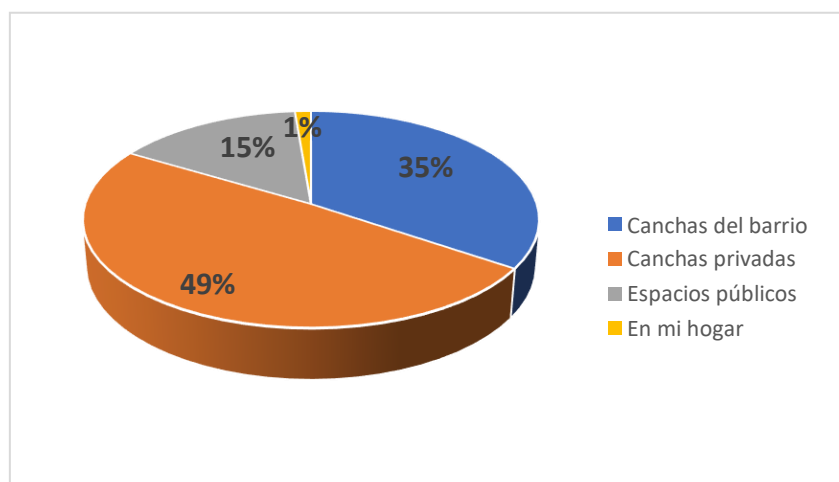
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Canchas del barrio	132	35
Canchas privadas	188	49
Espacios públicos	58	15
En mi hogar	5	1
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 9

Sitios de práctica



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

Según los datos obtenidos podemos mencionar que la mayoría de las personas encuestadas practican sus deportes preferidos en canchas privadas con el 49%, y en las canchas de barrio con un 35%, estos datos son de suma importancia al momento de realizar este plan de negocios ya que podemos identificar que en el sector existen pocos lugares donde se ofrezcan este tipo de servicio.

10. ¿Por qué considera realizar este deporte en las instalaciones donde lo practica?

Tabla 19

Preferencias de práctica

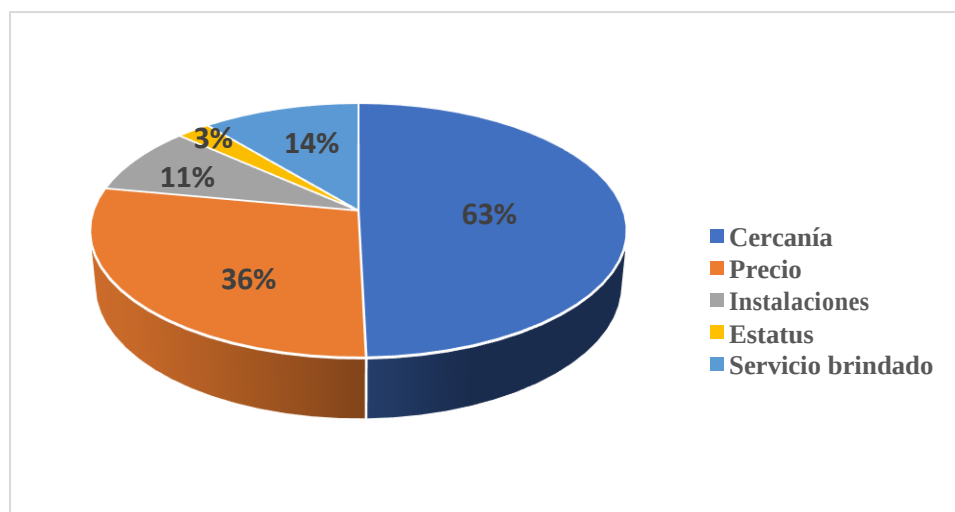
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Cercanía	241	63
Precio	137	36
Instalaciones	44	11
Estatus	12	3
Servicio brindado	54	14
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 10

Preferencias de práctica



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

Según el resultado de esta encuesta, se observa que la mayoría de las personas utilizan estos servicios deportivos por la cercanía con un 63%, seguido por el precio con un 36%, con esto podemos identificar que las personas tienen mayor afluencia por la cercanía y el precio que ofrecen el resto de los lugares que brindan este servicio.

11. ¿Está satisfecho con las instalaciones en las que realiza deporte?

Tabla 20

Satisfacción por servicios

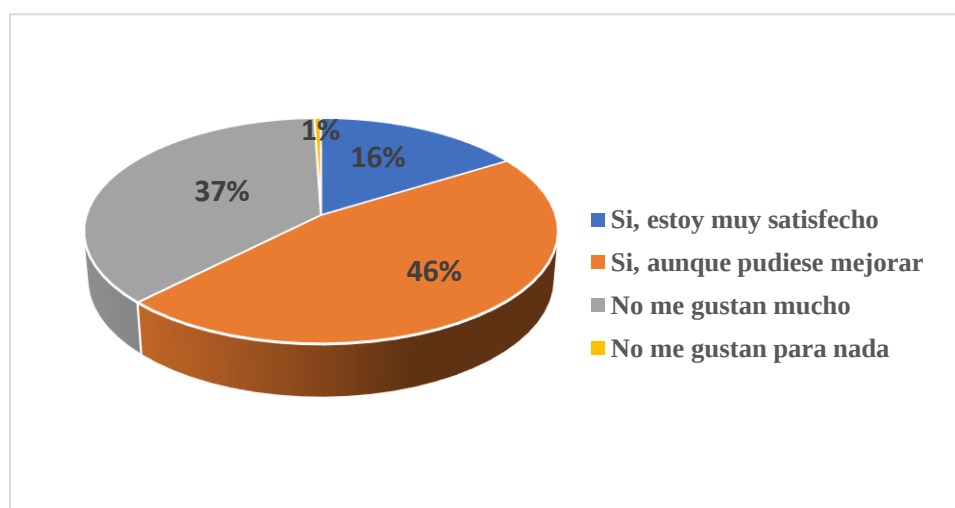
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si, estoy muy satisfecho	62	16
Si, aunque pudiese mejorar	177	46
No me gustan mucho	142	37
No me gustan para nada	2	1
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 11

Satisfacción por servicios



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos por los encuestados se identifica que la mayoría de las personas les gusta los sitios donde realizan estos deportes, pero se pronuncian que puede mejorar el servicio con un 46%, es ahí donde surge la necesidad de crear este plan de negocio ofreciendo otro tipo de servicios, con una infraestructura necesaria para satisfacer las necesidades de los posibles clientes.

12. ¿Cambiaría de instalaciones si le ofrecieran otro tipo de servicio?

Tabla 21

Cambio de instalaciones y servicio

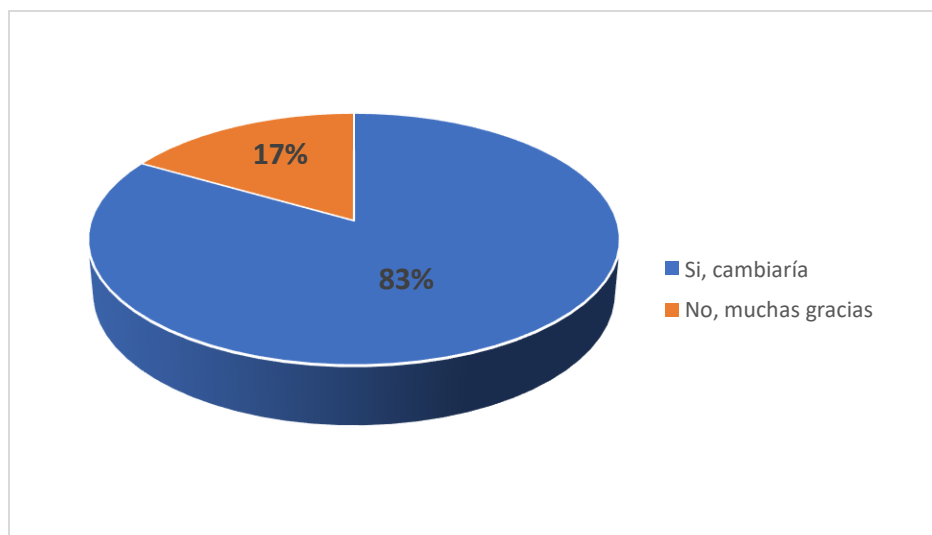
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si, cambiase	319	83
No, muchas gracias	64	17
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico 12

Cambio de instalaciones



Nota: Investigación de campo, elaborado por el Autor

Análisis e Interpretación

Según los datos arrojados en la encuesta podemos identificar que la mayoría de las personas indican que si cambiarían de instalaciones si les ofrecen otro tipo de servicios con un 83%, este dato nos guía al plan de negocios y a realizar una infraestructura acorde a las necesidades en servicio, calidad y precio del nuevo negocio.

1.4.2 Demanda Potencial

Dentro de la demanda potencial se ha considerado la pregunta más relevante de la encuesta (pregunta No. 4), **¿Con qué frecuencia practica su deporte preferido?**, la misma que nos definirá el cálculo de la demanda potencial como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 22

Demanda potencial

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Una vez por semana	30	35
Tres veces por semana	42	48
Cinco veces por semana	1	1
Cada quince días	14	16
Total	383	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

De la muestra de 383 personas encuestadas indicaron que 42 practican 3 veces por semana dando un porcentaje de 48% esto quiere decir que este mercado está en crecimiento.

Mediante la segmentación del plan de negocios la población es de 113.032, con un crecimiento de 1.50% de crecimiento poblacional según el INEC.

Demanda= $113.032 \times 0.48 = 54.255$ Personas

Demanda Potencial = 54.255 Personas

Proyección de la Demanda

Una vez determinada la demanda potencial se plantea la proyección de esta,

considerando la tasa de crecimiento poblacional según estadísticas de INEC. 1.50%.

Tabla 23

Proyección de la demanda

Año	Número de Personas
1	54.255
2	55.069
3	55.895
4	56.733
5	57.584

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

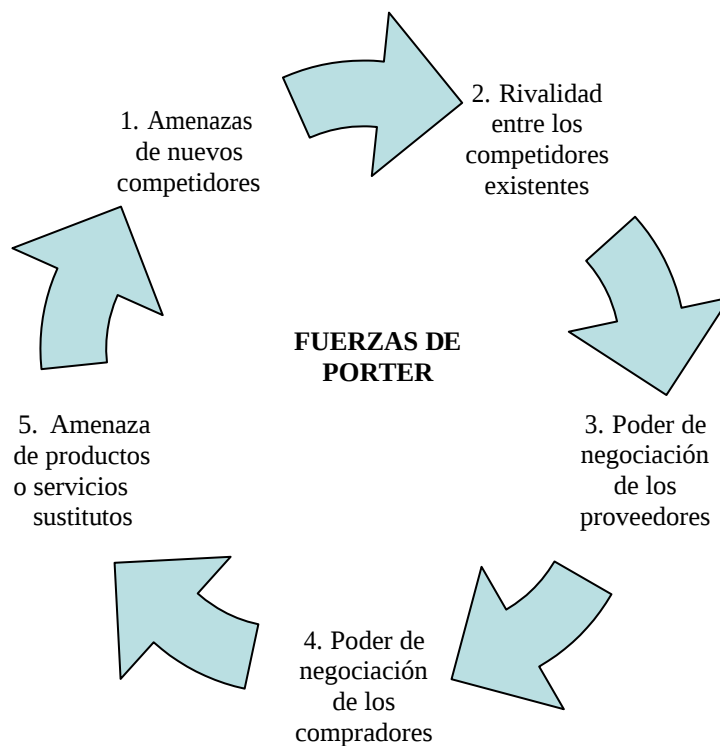
1.5 Análisis del Macro y Microambiente

1.5.1 Análisis del microambiente

El análisis del microambiente afecta a la empresa en particular a pesar de que generalmente no son controlables, pero se puede influir en ellos. Son fuerzas que la empresa puede intentar controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado, a partir de este análisis del microambiente nacen las fortalezas y debilidades de la empresa.

Gráfico 13

Fuerzas de Porter



Nota: Adaptado de (Porter, 2017), Elaborado por: El Autor

Amenazas de nuevos competidores

Toda empresa en la actualidad está propensa a mantener una amenaza de nuevos competidores dentro del mercado objetivo, por tal motivo con la investigación realizada a través de las encuestas, observaciones realizadas en el sector, se considera como una amenaza media debido a que en el sector donde se va a desarrollar el servicio, existe bastante tendencia en la construcción de viviendas y no en estas infraestructuras en las que estamos proponiendo, sin embargo al utilizar herramientas de publicidad o promociones adecuadas por la empresa a crear tendrá un porcentaje mayor de mantenerse en el mercado dando un servicio que cumpla con las expectativas de los clientes.

Rivalidad entre los competidores existentes

Dentro de la parroquia de Calderón existen varios competidores, los mismos que no cuentan con todas las facilidades que el cliente necesita, al ser un emprendimiento nuevo

debemos proporcionar mayor valor y satisfacción a los clientes, por lo tanto, no es suficiente adaptarse a las necesidades del público objetivo, sino ser mejor que lo demás.

Tabla 24

Empresas competidoras

No.	Competidores
1	Canchas San José de Moran
2	Canchas Colinas del Norte
3	Complejo luz y Vida
4	Las volquetas múltiples
5	Canchas deportivas múltiples bellavista

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación con los proveedores es bajo, ya que para obtener los insumos que genera este servicio, tenemos varias empresas que pueden abastecer de sus productos o implementos que sean necesarios para el desarrollo del negocio.

Tabla 25

Empresas proveedoras

No.	Proveedores
1	Casa de los Mil Deportes
2	Acero Center
3	Disfercon
4	Ecuagrass
5	Metalmecánica Industrial Joshmat
6	Mobiliario e Cuencano
7	Almacenes la Ganga
8	Almacenes Rocafuerte
9	Sport Albert

10	Frito lay
11	Arca Continental

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Poder de negociación de los compradores

Dentro de este punto los clientes pueden ejercer una presión alta a la empresa, dependiendo de la cantidad que esta tenga, más clientes mayor oportunidades, menos clientes una amenaza, de acuerdo con el estudio primario realizado en el sector existe una buena cartera de clientes los mismos que si están dispuestos a adquirir este tipo de servicio que se está ofreciendo.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

Los productos sustitutos en el sector según la investigación realizada en campo son las canchas de barrio, canchas privadas las mismas que no ofrecen las facilidades expectativas infraestructura que el cliente solicita, por este motivo siempre debemos estar atentos a las novedades de nuestro sector y la influencia que dichas novedades pueden tener sobre nuestra empresa.

1.5.2 Análisis del macro ambiente

1.5.2.1. Análisis PESTEL

De acuerdo con el macro ambiente revisaremos los factores de PESTEL el mismo que nos sirve para determinar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales los mismos que permitirán identificar las oportunidades o amenazas que se tendrá que afrontar y también lo que puede afectar a la situación de la empresa.

Tabla 26*Análisis PESTEL*

Factores Políticos		Factores Económicos	
✓	Cambio de gobierno	✓	Tasa de desempleo
✓	Política fiscal	✓	Inflación
✓	Impuestos por el gobierno	✓	Acceso al financiamiento
✓	Tendencias electorales	✓	Tipos de interés
✓	Subsidios del gobierno		
Factores Sociales		Factores Tecnológicos	
✓	Población económicamente activa	✓	Avances tecnológicos
✓	Generación de plazas de trabajo	✓	Innovación
✓	Medios de información	✓	Desarrollo tecnológico
✓	Estilo de vida	✓	Medios digitales
Factores Ecológicos		Factores Legales	
✓	Disposiciones ambientales	✓	Reglamentos y leyes
✓	Conciencia social	✓	Leyes a sectores regulados
✓	Políticas de reciclaje	✓	Impuestos empresariales
✓	Políticas medioambientales	✓	Permisos de funcionamiento

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** El Autor**1.5.2.2. Matriz de evaluación de factores externos (EFE)**

De acuerdo con el análisis del micro y macro ambiente se puede determinar la matriz EFE en la cual se describe la parte externa de la empresa, es decir las oportunidades y amenazas que tendrá que afrontar la empresa dentro del mercado objetivo.

Tabla 27*Calificación matriz EFE*

DETALLE	Calificación
Malo	1
Media	2
Por encima de la media	3
Excelente	4

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor**Tabla 28***Matriz EFE*

FACTOR EXTERNO	Ponderación en %	Calificación	Total, Ponderado
OPORTUNIDAD			
Incremento de la cultura de vida saludable	18	4	0,72
Preferencia de la comunidad por las actividades deportivas	16	3	0,48
Buenas vías de acceso	14	3	0,42
Es un mercado que no ha sido explotado totalmente	12	3	0,36
TOTAL, OPORTUNIDADES	60		1,98
AMENAZA			
Ingreso de nuevas empresas con mayor inversión	14	3	0,42
Empresas ya posicionadas dentro del mercado	12	3	0,36
Innovación constante de la tecnología	9	3	0,27
Aumento de precios por políticas gubernamentales	5	2	0,1
TOTAL, AMENAZAS	40		1,15
TOTAL	100		3,13

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

El total ponderado de la matriz EFE es de 3,13 lo cual indica que la empresa está por encima del valor del promedio ponderado de 2,5 indicando que las oportunidades esta

con un 1,98 mayores que las amenazas 1,15 considerando así de manera excelente minimizando los efectos negativos de las amenazas.

1.5.2.3. Matriz de evaluación de factores externos (EFI)

La siguiente matriz de evaluación será la de los factores internos (EFI) la cual nos permite identificar lo interno de la empresa lo cual quiere decir las fortalezas y debilidades según los siguientes parámetros de calificación.

Tabla 29

Calificación matriz EFI

FACTOR	Calificación
Fortaleza mayor	4
Fortaleza menor	3
Debilidad menor	2
Debilidad mayor	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 30

Matriz EFI

FACTOR INTERNO	Ponderación en %	Calificación	Total, Ponderado
FORTALEZAS			
Ubicación estratégica	18	3	0,54
Amplias y agradables instalaciones	17	3	0,51
Calidad de servicio	15	3	0,45
Espacios de acuerdo con las necesidades del cliente	14	3	0,42
TOTAL, FORTALEZAS	64		1,92
DEBILIDADES			
Ingresos económicos limitados	12	4	0,48
Escases de variedad de productos	10	3	0,3

Insatisfacción de las necesidades del cliente	8	3	0,24
Personal no tiene la capacidad de brindar un buen servicio	6	2	0,12
TOTAL, DEBILIDADES	36		1,14
TOTAL	100		3,06

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Según el resultado de la matriz EFI el impacto ponderado es de 3,06 el mismo que está por encima del valor promedio que es de 2,5 el cual demuestra las fortalezas con un 1,92 los mismos que son mayores a las debilidades 1,14 con estos resultados podemos identificar una perspectiva fuerte de las fortalezas que mantendrá la empresa en lograr los objetivos planteados.

1.5.3 Proyección de la oferta.

Para establecer la proyección de la oferta nos apoyaremos en los datos primarios obtenidos a través de la encuesta realizada del proyecto y también de la investigación de campo realizada a los competidores que se encuentra.

Tabla 31

Proyección de la oferta

No.	EMPRESAS	NÚMERO DE PERSONAS ANUALES
1	Canchas San José de Moran	6720
2	Canchas Colinas del Norte	7680
3	Complejo luz y Vida	9600
4	Las volquetas múltiples	11040
5	Canchas deportivas múltiples bellavista	8640
TOTAL		43680

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

De acuerdo con el crecimiento poblacional del INEC para el cálculo de la oferta nos basaremos con un crecimiento poblacional de 1.50%.

Proyección de la oferta = 43.680 Personas

Tabla 32

Proyección de la oferta

Año	Número de personas
1	43.680
2	44.335
3	45.000
4	45.675
5	46.360

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha es el resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta, la misma que será expresado en la misma unidad de medida, para este caso es en número de personas.

Tabla 33

Demanda potencial insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI/AÑO	DPI/DIA
1	54.255	43.680	10.575	30
2	55.069	44.335	10.734	30
3	55.895	45.000	10.895	31
4	56.733	45.675	11.058	31
5	57.584	46.360	11.224	32

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

1.7 Promoción y publicidad

La promoción y publicidad es la parte más importante de la empresa ya que nos permite dar a conocer los productos o servicios que la empresa está ofertando dentro del mercado competitivo, por lo tanto, es de suma importancia definir las herramientas, métodos y medios que se implementaran dentro de la nueva empresa para ofrecer el servicio que se está planteando.

Dentro de la promoción y publicidad se detalla las siguientes tablas donde identificamos cuatro objetivos con sus respectivas estrategias del plan de promoción y publicidad y las acciones que se llevara a cabo en la empresa.

Tabla 34
Primer objetivo y estrategia

OBJETIVO	Ingresar al mercado a través de páginas digitales para la fidelización de los clientes															
ESTRATEGIA	Campaña de publicidad por medios de redes sociales, entrega de Flyers ofertando el servicio, precios y entretenimiento															
ACTIVIDAD	TIEMPO EN MESES												TOTAL, No VECES	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	PRESUPUESTO TOTAL ANUAL
	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR				
PLAN DE INTERNET WIFI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	ADMINISTRADOR	\$ 30	\$ 360
CREAR REDES SOCIALES, PAG WEB, INSTAGRAM	1												1	ADMINISTRADOR	\$ 50	\$ 50
PROMOCIONAR EN REDES SOCIALES, PAG WEB, INSTAGRAM	1		1		1		1		1		1		6	ADMINISTRADOR	\$ 30	\$ 180
ENVÍO DE MENSAJES PROMOCIONALES EN INSTAGRAM		1		1		1		1		1		1	6	ADMINISTRADOR	\$ 10	\$ 60
														TOTAL	\$ 120	\$ 650

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 35

Segundo objetivo y estrategia

OBJETIVO	Elaborar el programa de fidelización y retención de clientes															
ESTRATEGIA	Fidelizar a los clientes con mayor frecuencia al establecimiento															
ACTIVIDAD	TIEMPO EN MESES												TOTAL, No VECES	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	PRESUPUESTO TOTAL ANUAL
	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR				
ELABORACIÓN DE TARJETAS DE DESCUENTO PARA CLIENTES FRECUENTES		1		1		1		1		1		1	6	ADMINISTRADOR	\$ 20	\$ 120
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE ACUERDO CON LA DEMANDA DEL CLIENTE		1						1					2	ADMINISTRADOR	\$ 150	\$ 300
														TOTAL	\$ 170	\$ 420

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 36
Tercer objetivo y estrategia

OBJETIVO	Aplicar encuestas de satisfacción de clientes															
ESTRATEGIA	Aplicación de encuestas para generar datos de servicio al cliente, gustos y preferencias para mejorar el servicio y las promociones															
ACTIVIDAD	TIEMPO EN MESES												TOTAL, No VECES	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	PRESUPUESTO TOTAL ANUAL
	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR				
ELABORACIÓN DE ENCUESTAS			1						1				2	ADMINISTRADOR	\$ 20	\$ 40
CONTROL DE LAS ENCUESTAS				1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	ADMINISTRADOR	\$ 10	\$ 90
RETROALIMENTACIÓN Y TOMA DE DECISIONES				1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	ADMINISTRADOR	\$ -	\$ -
														TOTAL	\$ 30	\$ 130

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 37

Cuarto objetivo y estrategias

OBJETIVO	Seguimiento de clientes															
ESTRATEGIA	Generar una base de datos de todos los clientes atendidos, para mantenerlo informado de todas las promociones y novedades que existan															
ACTIVIDAD	TIEMPO EN MESES												TOTAL, No VECES	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	PRESUPUESTO TOTAL ANUAL
	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR				
ELABORACIÓN DE BASE DE DATOS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	ADMINISTRADOR	\$ 10	\$ 120
REALIZAR RECORDATORIOS			1			1			1			1	4	ADMINISTRADOR	\$ 10	\$ 40
														TOTAL	\$ 20	\$ 160

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 38*Presupuesto anual de los objetivos*

ACTIVIDAD	TOTAL, PRESUPUESTO ANUAL (\$)
Primer objetivo y estrategia	\$ 650
Segundo objetivo y estrategia	\$ 420
Tercer objetivo y estrategia	\$ 130
Cuarto objetivo y estrategia	\$ 160
TOTAL	\$ 1360

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Nota: La inversión del plan de medios nos permitirá presentar todas las alternativas suficientes para dar a conocer el servicio a ofrecer dentro de la empresa, por lo tanto, es muy importante invertir un valor de \$ 1360.

La empresa realizara un seguimiento a cada uno de los objetivos y estrategias de acuerdo con los resultados que arrojen cada uno de ellos, los mismos que serán evaluados mediante registros y documentos para una correcta interpretación y toma de decisiones.

1.8 Estrategias de marketing

Tabla 39

Estrategias de Marketing

Objetivo	Estrategias Posibles	Tácticas
Fomentar de mayor manera a la comunidad sobre los beneficios a través de la práctica deportiva, buena salud, la convivencia y el sano esparcimiento de toda la Comunidad.	Estrategia 1	Táctica 1
	Organizar campeonatos relámpagos de los diferentes tipos de deporte que se ofrece con los barrios aledaños	Premios económicos para los ganadores
	Estrategia 2	Táctica 2
	Programar actividades de recreación y utilización del tiempo libre para la comunidad	Generar promociones para familias y grupos que constantemente visiten el negocio
Capacitar frecuentemente al personal que brinda atención, desarrollando para ello cursos o seminarios internos sobre atención al cliente.	Estrategia 1	Táctica 1
	Generar valor a los empleados induciendo al buen servicio	Reconocer y aplicar reconocimientos e incentivos al personal
	Estrategia 2	Táctica 2
	Definir de una forma clara el rendimiento del personal y su significatividad y aporte al negocio	Jornadas de trabajo flexible, cuidando el bienestar del trabajador

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Ofertas y propuestas de valor

Tabla 40

Ofertas y propuestas de valor

PRODUCTOS/SERVICIOS	PROPUESTA DE VALOR
Alquiler de cancha de Indor Futbol	Cancha sintética en perfecto estado, servicio de árbitro incluido
Alquiler de cancha de Ecua Vóley	Cancha en perfecto estado mantenimiento oportuno, servicio de juez incluido
Alquiler de mesas de villar	Espacio físico adecuado
Alquiler de mesas de fútbol/pingpong	Espacio físico adecuado, instructor de juegos
Servicio de bar	Precios accesibles, insumos frescos, recetas sanas y saludables
Pantalla gigante, Wi-fi incluido, música	Series deportivas, música

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Estrategias de precio

Esta estrategia de fijación del precio se basa en calcular todos los gastos generados por los servicios brindados, adicional el costo de devaluación de los muebles y enseres que se utilizan en el servicio ofrecido, esto además está atado a los precios de la competencia los mismos que no pueden ser mayores esto genera que los precios sean igual que la competencia, pero el servicio será completamente diferente ya que se genera valor adicional, con esto se concentrará mayor afluencia de clientes.

Estrategias de comunicación

Es evidente que la forma en la que se ofrece un servicio hoy en día no tiene nada que ver con la manera en la cual se hacía hace 50 años, ya sea por los avances tecnológicos o

porque simplemente la mentalidad del hombre ha cambiado con el pasar de los años.

Se empleará la comunicación a través de redes sociales, promociones para empresas, campeonatos deportivos, ferias de la comunidad.

1.9 Canales de Distribución

Por un análisis del canal de distribución adecuado para este tipo de servicio, se debe tomar en cuenta que la distribución será productor-consumidor, es decir un canal directo, ya que el servicio se lo da ese instante y no necesita de un intermediario para hacer llegar el servicio.

1.10 Seguimiento de Clientes

Se creará un sistema computarizado con una base de datos a todos los clientes atendidos lo cual se programará recordatorios mediante correos, páginas web, Facebook sobre promociones, campeonatos para que el cliente este informado de todas las novedades que exista en el local de servicio ofrecido.

Manejar un buzón de sugerencias para mantener una información directa con el cliente y manejar de forma confidencial y poder dar correctivos pertinentes según sea el caso.

Gráfico 14

Medios digitales



Nota: Investigación propia, elaborado por: El Autor

1.11 Especificar mercados alternativos.

Como mercado alternativo en caso de que el servicio no tenga mucha acogida será el desarrollo de nuevos clientes, generar convenios con instituciones, empresas, cooperativas de taxis, además la venta de implementos deportivos como: camisetas, balones implementos de juegos de ping pong, fútbolín.

CAPITULO II

Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Determinar todos los servicios que se van a ofrecer, lo que está previsto vender, además conocer los recursos y materiales que se tendrá que utilizar para llevar a cabo este proyecto.

2.2 Descripción del proceso

Esta descripción del proceso nos permitirá contar con un panorama más claro de los procesos y tiempos que se tendrá que manejar dentro del servicio que se está ofreciendo, la misma que facilitará el manejo del área operativa para minimizar los tiempos en el servicio y de esta manera satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Proceso es una serie de actividades relacionadas con un inicio y un fin para la ejecución de cualquier tarea o actividad con la administración por procesos nos permitirá optimizar los recursos mediante la planificación, organización, dirección y control.

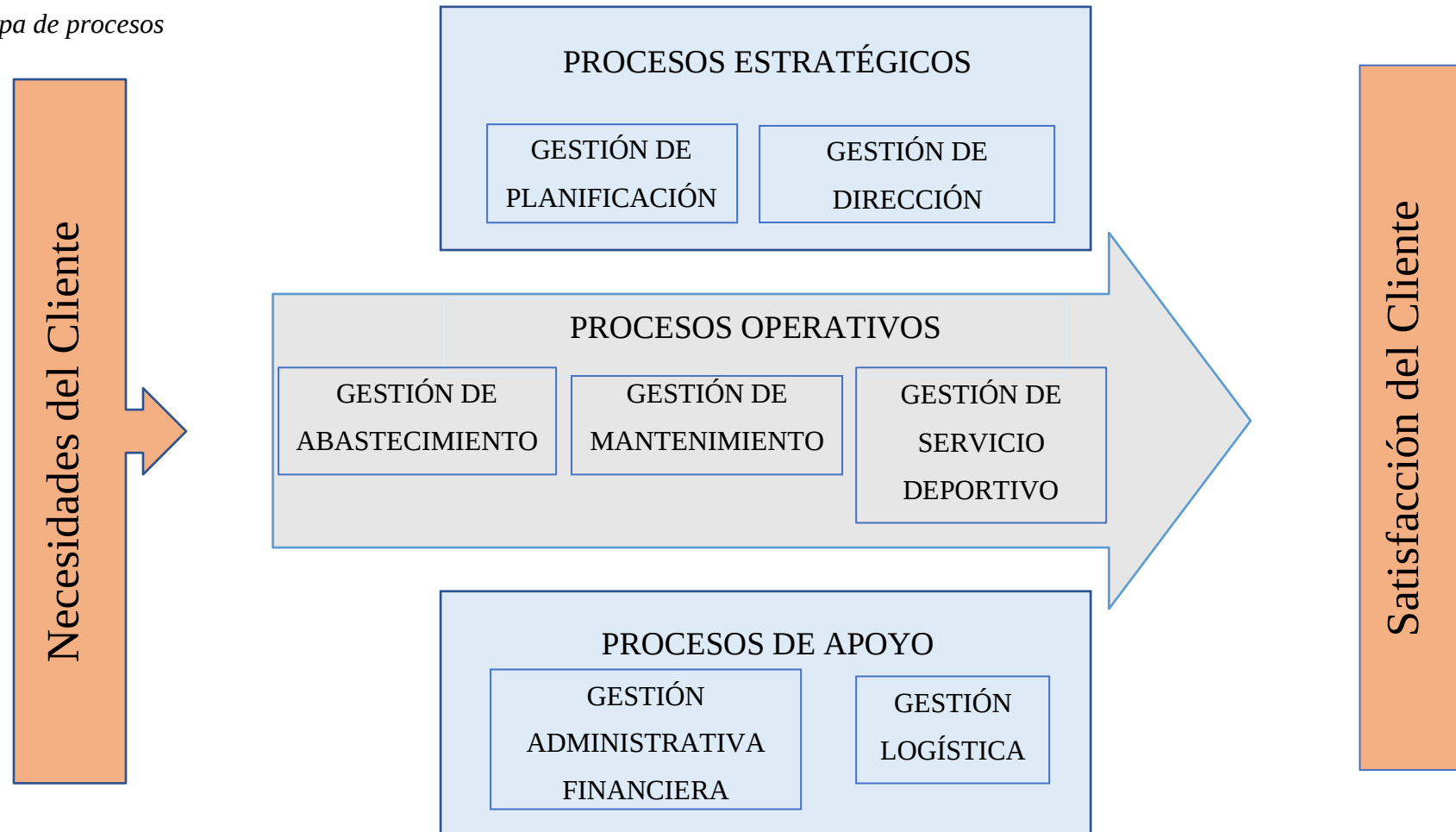
En la tabla # 37 se realiza el diagrama SIPOC el mismo que describe las entradas y salidas para brindar el servicio.

En el gráfico # 15 se detallan los procesos estratégicos que se aplicaran para la empresa de servicios deportivos, desarrollando las funciones laborales de los empleados optimizando los recursos económicos, humanos, tecnológicos y materiales.

En el gráfico # 16 se detallan las actividades que la organización realizara para brindar un mejor servicio a los clientes

Gráfico 15

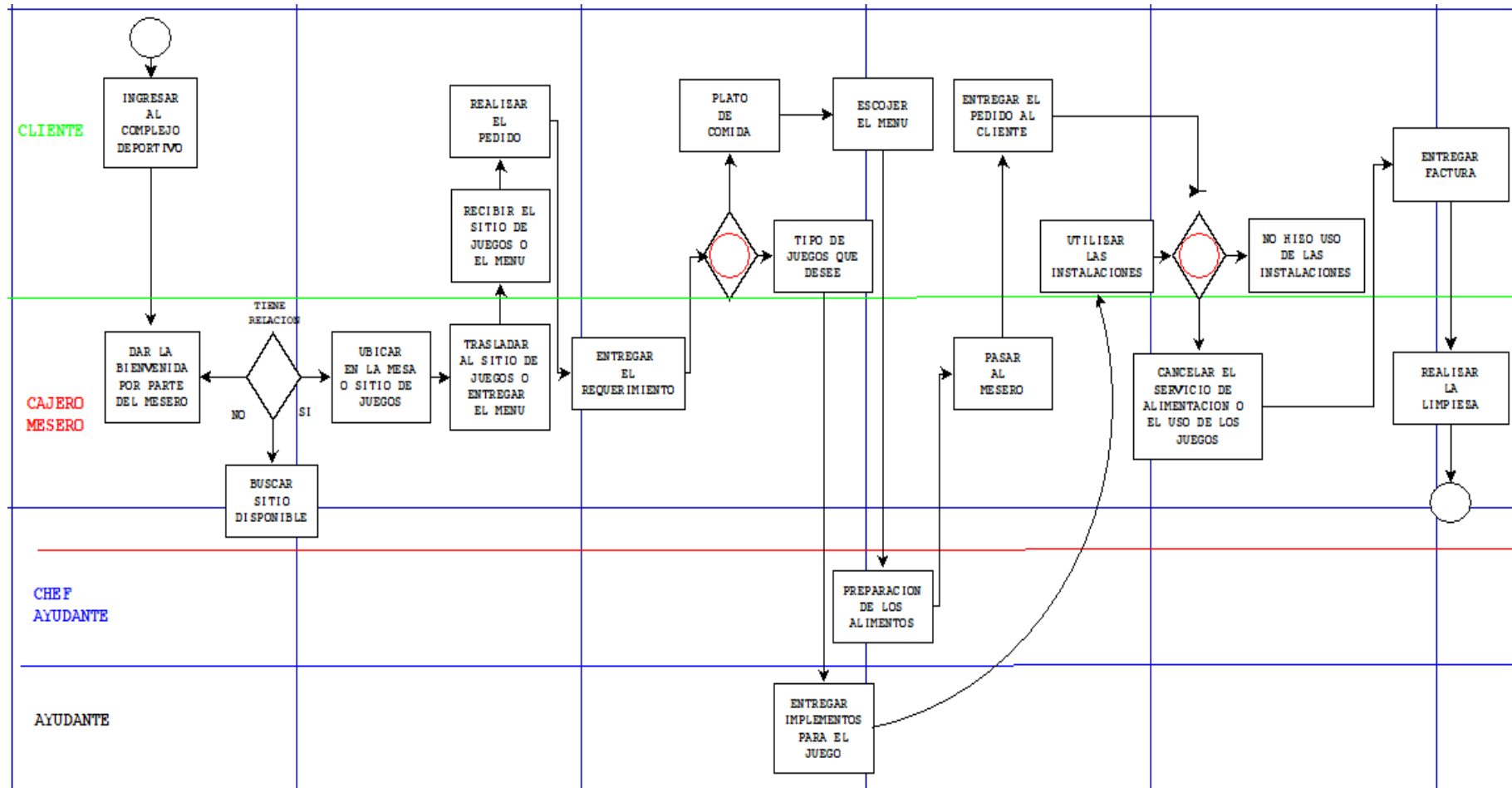
Mapa de procesos



Nota: Investigación propia; Elaborado por: El Autor

Gráfico 16

Flujograma de procesos



Nota: Investigación propia; Elaborado por: El Autor

2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Descripción de instalaciones

El negocio estará ubicado en una casa de dos plantas para tener mayor espacio, el ingreso con una entrada amplia para la mejor visibilidad y claridad, después se podrá observar el espacio distribuido con mesas, bar y diferentes juegos de entretenimiento, y el área de juegos deportivos, las canchas múltiples.

Es un terreno amplio cuenta con 1000 metros cuadrados de superficie distribuidas en dos plantas.

Tabla 41

Descripción de instalaciones

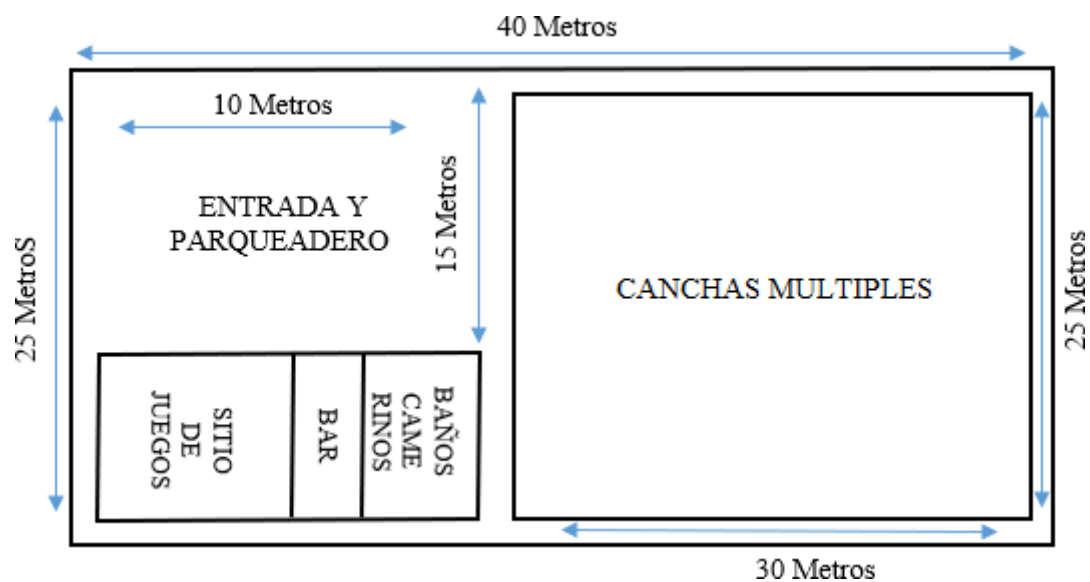
ÁREAS	M2
Área administrativa	4
Sitio de juegos	90
Bar	6
Baños	6
Canchas múltiples	730
Parqueadero	150
Bodega de implementos deportivos	8
Camerinos	6
TOTAL	1000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gráfico 17

Distribución del espacio



Nota: Investigación propia; elaborado por: El Autor

Gráfico 18

Ubicación



Nota: Adaptado de Google Maps, elaborado por: El Autor

Descripción de equipos

En la siguiente tabla se detalla todos los equipos necesarios para el correcto funcionamiento de las actividades deportivas.

Tabla 42

Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	PUESTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMAGEN
Estación de trabajo	Recepción y cobro	1	120,00	120,00	
Mesas de madera	Sala de juegos	6	70,00	420,00	
Sillas de madera	Sala de juegos	8	15,00	120,00	
Mesas de juego	Sala de juegos	2	30,00	60,00	
Sillas de plástico	Sala de juegos	24	10,00	240,00	
Locker casilleros	Sala de juegos	1	350,00	350,00	
TOTAL				1.310,00	

Fuente: Investigacion propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 43

Equipos de cómputo y oficina

DESCRIPCIÓN	PUESTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMAGEN
Computador de escritorio	Recepción y cobro	1	500,00	500,00	
Laptop	Recepción y cobro	1	800,00	800,00	
Impresora multifunción	Recepción y cobro	1	350,00	350,00	
Caja registradora	Recepción y cobro	1	600,00	600,00	
Cámaras de seguridad	Todas las instalaciones	5	180,00	900,00	
Modem	Recepción y cobro	1	80,00	80,00	
TOTAL, COMPUTACIÓN				3.230,00	
Teléfono inalámbrico	Recepción y cobro	1	45,00	45,00	
Calculadora científica	Recepción y cobro	1	25,00	25,00	
TOTAL, EQUIPOS DE OFICINA				70	

Fuente: Investigacion propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 44

Equipos

DESCRIPCIÓN	PUESTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMAGEN
Televisor Plasma 55"	Área de juegos	1	600,00	600,00	
Parlante Gemini	Área de juegos	2	250,00	500,00	
Micrófono inalámbrico Shure	Área de juegos	1	500,00	500,00	
Reflectores	Área de juegos	6	100,00	600,00	
Enfriador	Bar	1	750,00	750,00	
Estanterías	Bar	3	60,00	180,00	
Refrigerador	Bar	1	450,00	450,00	
Cocina industrial	Bar	1	300,00	300,00	
Vajilla 24 puestos	Bar	2	50,00	100,00	
Utensilios de cocina	Bar	1	300,00	300,00	
TOTAL				3.910,00	

Fuente: Investigacion propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 45

Implementos deportivos

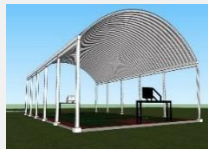
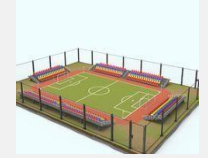
DESCRIPCIÓN	PUESTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMAGEN
Red para vóley	Área de juegos	2	20,00	40,00	
Red para indor	Área de juegos	2	40,00	80,00	
Balones Mikasa # 5 vóley	Área de juegos	3	40,00	120,00	
Balones Mikasa # 4 indor	Área de juegos	3	30,00	90,00	
Mesa de ping pong	Área de juegos	1	400,00	400,00	
Mesa de billar	Área de juegos	1	850,00	850,00	
Mesa de futbolín	Área de juegos	1	250,00	250,00	
Mts de césped sintético	Área de juegos	375	13,00	4.875,00	
Tablero de puntos	Área de juegos	1	10,00	10,00	
Pitos de arbitro	Área de juegos	4	10,00	40,00	
Arcos de indor con tablero de básquet	Área de juegos	2	200,00	400,00	
Parantes de red vóley	Área de juegos	2	40,00	80,00	
Bomba de inflar balones	Área de juegos	1	20,00	20,00	
TOTAL				7.255,00	

Fuente: Investigacion propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 46

Adecuaciones y arreglos

DESCRIPCIÓN	PUESTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	IMAGEN
Construcción de la estructura metálica	Área de juegos	1	8.178,00	8.178,00	
Construcción de la cancha de vóley (tierra)	Área de juegos	1	200,00	200,00	
Construcción de la canchas de indor	Área de juegos	1	200,00	200,00	
Construcción de las gradas para las canchas	Área de juegos	1	1.000,00	1.000,00	
Adecuación del bar	Área de juegos	1	200,00	200,00	
Adecuación del espacio para el área de juegos	Área de juegos	1	150,00	150,00	
Adecuación de los baños, vestidores	Área de juegos	1	250,00	250,00	
TOTAL				10.178,00	

Fuente: Investigacion propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 47*Total, de inversión*

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN
Muebles y enseres	\$ 1.310,00
Equipos de computación	\$ 3.230,00
Equipos de oficina	\$ 70,00
Equipos	\$ 3.910,00
Implementos deportivos	\$ 7.255,00
Adecuaciones y arreglos	\$ 10.178,00
TOTAL	\$ 25.953,00

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Nota: Para la obtención de los equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa es necesario contar con una inversión de \$ 25.953,00.

Tabla 48*Inventario mensual y anual de insumos*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Insumos					
Resma de papel bond	Unidad	0,25	4,00	1,00	12,00
Esferos	Unidad	2	0,35	0,70	8,40
Cuaderno espiral grande	Unidad	0,25	3,00	0,75	9,00
Carpetas	Unidad	0,5	3,00	1,50	18,00
Marcador tinta permanente	Unidad	1	1,20	1,20	14,40
Cartulinas	Unidad	0,5	1,30	0,65	7,80
Marcadores de agua	Unidad	2	0,80	1,60	19,20
Pizarra grande	Unidad	0,1	43,00	3,58	43,01

Grapadora	Unidad	0,1	3,60	0,30	3,60
Tinta de impresora	Unidad	0,25	15,00	3,75	45,00
Líquidos de limpieza en galones	Unidad	1	4,00	4,00	48,00
Desinfectantes naturales galón	Unidad	0,5	4,50	2,25	27,00
Escobas	Unidad	1	3,50	3,50	42,00
Dispensador de jabón liquido	Unidad	0,25	15,00	3,75	45,00
Papel higiénico x 12 rollos	Unidad	0,5	8,50	4,25	51,00
Guantes para la limpieza	Unidad	0,5	1,00	0,50	6,00
				33,28	399,41
Servicios básicos del servicio					
Energía	Kw/h	1	42,00	42,00	504,00
Agua potable	M3	1	23,00	23,00	276,00
Internet	Mbyte	1	36,00	36,00	432,00
Teléfono	Min	1	12,00	12,00	144,00
				113,00	1356,00

Fuente: Investigacion propia

Elaborado por: El Autor

2.2.3 Tecnología para aplicar

La tecnología en la actualidad ha permitido que las empresas mejoren sus servicios a través de una información eficiente y constante que permita satisfacer las necesidades del cliente, entre estas tenemos:

- ✓ Televisor de 55" para visualización de programas deportivos
- ✓ Sistema de facturación caja registradora computarizada
- ✓ Parlantes amplificados de audio y sonido
- ✓ WIFFI para todos los clientes

2.2.4 Factores que afectan las operaciones

Dentro de este punto se detalla los aspectos claves que permitirán cumplir con las etapas del servicio.

Ritmo de producción

El ritmo de producción permite identificar el tiempo en que las personas realizan sus actividades.

Tabla 49

Ritmo de producción

ACTIVIDAD	No PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO	TIEMPO NORMAL	RITMO DE TRABAJO
Recepción del cliente, ofrecer los servicios que la empresa mantiene	1	5 minutos	3 minutos	Moderado
Direccionar al cliente según la necesidad que desea el cliente	1	5 minutos	3 minutos	Moderado
Dar las instrucciones correspondientes según se el tipo de juego	1	10 minutos	5 minutos	Moderado
Tomar el tiempo de juego de acuerdo con lo acordado por el cliente	1	5 minutos	5 minutos	Moderado
Dar seguimiento a los clientes, ofrecer el resto de los juegos	1	10 minutos	5 minutos	Moderado
Ofrecer otros servicios como: bar, compra de implementos deportivos	1	5 minutos	3 minutos	Moderado
Cobro por los servicios mantenidos dentro de las instalaciones	1	5 minutos	3 minutos	Moderado
TOTAL, POR PERSONA O GRUPO			27 minutos	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nivel de inventario promedio

La empresa debe disponer de toda la infraestructura, muebles y equipos necesarios para el correcto desempeño de las actividades y brindar un mejor servicio a los consumidores, cumpliendo con los estándares de calidad de los implementos y el servicio brindado.

Número de trabajadores

Es de suma importancia determinar el número de trabajadores con la que contara la empresa, así como también las funciones que deberán cumplir cada una de ellas para poder cumplir y desempeñar de manera satisfactoria y satisfacer las exigencias de los futuros clientes.

2.3 Capacidad de Producción

La capacidad del servicio permitirá tener un análisis claro del nivel de servicio que brindará la empresa.

Al ser una empresa que ofrece servicios y no va a existir una transformación de productos la capacidad de producción se basa en los servicios diarios que se ofrecen a los clientes de acuerdo con el tipo de deporte que desean practicar en este caso se estima brindar 12 servicios diarios, 6 de vóley (intervienen 6 personas) con una duración de 60 minutos por servicio y 6 de indor (intervienen 14 personas) con una duración de 40 minutos por servicio.

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

Para determinar la capacidad de producción futura no enfocaremos en realizar estrategias de marketing, fidelización de clientes haciendo que marque la diferencia frente a la competencia y así tener mayor número de clientela.

Tabla 50*Capacidad de producción futura*

Capacidad Futura	N.º de Servicios al mes	N.º de Servicios al año
2021	272	3264
2022	276	3313
2023	280	3363
2024	284	3413
2025	289	3464

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

Es de suma importancia para la empresa contar con todos los recursos necesarios para desarrollar correctamente el servicio a brindar, por lo cual el negociar con proveedores que facilite la adquisición de materia prima es muy importante.

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Para el desarrollo del servicio a ofrecer es muy importante contar con los siguientes insumos e implementos deportivos.

Tabla 51*Implementos necesarios para el servicio*

PROVEEDORES	IMPLEMENTOS DEPORTIVOS	GRADO DE SUSTITUCIÓN	SUSTITUTO
Casa de los mil deportes	Mesas de fútbolín, billa, ping pong, implementos de los juegos	Bajo	No aplica
	Balones de indor, básquet, vóley		
	Red para indor, básquet, ecu vóley, implementos deportivos		
Metalmecánica Industrial Joshmat	Construcción de la estructura metálica para el techo		
	Construcción de arcos de indor, parantes de ecua vóley		
Mobiliario el Cuencano	Escritorio, silla, mesas de madera, mesas de juego, sillas de plástico, locker		
Almacenes la Ganga	televisor plasma 55", Parlante, refrigerador, cocina, enfriador, tanque de gas,		
Almacenes Roca fuerte	Computador, laptop, impresora multifunción, caja registradora, equipos de iluminación, vajillas		
Disfercon	Materiales ferreteros para la construcción		
Ecuagrass	Césped sintético		
Frito lay	Todo en Snack		
Arca Continental	Bebidas hidratantes, aguas, energizantes		

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

2.5 Calidad

En la actualidad estas herramientas de gestión sencillas son puestas en práctica por equipos de trabajo de todo el mundo, y hoy en día su aplicación es imprescindible para cualquier empresa que presuma estar implicada activamente en la gestión de la calidad. (Lemos, 2016)

Uno de los principales factores de calidad que se ofrecerá, es el servicio al cliente, a todas las personas que desean mejorar su estilo de vida a través del sano esparcimiento y el ejercicio mediante los juegos que se ofertan en las instalaciones.

Es muy importante que la empresa cuente con personal calificado dentro de sus servicios ofertados, como las siguientes características:

Seguridad.- Brindar seguridad dentro y fuera de las instalaciones a todos los clientes que visitan el sitio.

Confiabilidad.- Que los clientes estén a gusto con el servicio brindado.

Accesibilidad.- Precios accesibles para los clientes

Respuesta.- Satisfacer sus requerimientos e inquietudes

Empatía.- Trabajar con empatía para satisfacer sus necesidades

2.5.1 Método de Control de Calidad.

Hoja de control.- “Son formatos o modelos especialmente diseñados para recoger información relativa a una actividad, un proceso, un proyecto, etc.” (Lemos, 2016)

Diagrama de Pareto.- “Es un metodo de analisis que permite discriminar entre las causas mas importantes de un problema y la menos importante”. (Lemos, 2016)

Para la obtención de la calidad de servicio en este caso utilizaremos las siguientes herramientas, la encuesta, hoja de control y el diagrama de Pareto para mantener la calidad en el servicio.

Tabla 52

Encuesta de satisfacción

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO											
Estimado/a usuario/a, su opinión es importante para nosotros Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y serán utilizadas para mejorar el servicio que le estamos proporcionando											
FECHA:		SEXO	MASCULINO:								
EDAD:			FEMENINO:								
En una escala del 1 al 5, donde 1 es lo más bajo y 5 lo más alto, por favor califique las siguientes características del servicio											
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	Satisfacción						Importancia				
	¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. respecto a?						¿Qué tan importante es para Ud.?				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Atención al cliente											
Trato del personal que brinda el servicio											
Limpieza de las instalaciones											
Equipamiento de las instalaciones											
Recursos electrónicos (Wifi, Internet)											
Horarios de atención											
Comodidad de las instalaciones											
Precios											
Seguridad											

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 53*Hoja de Control de Calidad*

N.º	Hoja de Control de Calidad		FECHA:	
			ALCANCE:	
N.º	Actividades para la verificación del proceso de servicio	Responsable	Cumplimiento	
			Si	No
1	Recepción de clientes	Administrador/atención al cliente		
2	Sitios de juegos	Administrador/atención al cliente		
3	Limpieza de las instalaciones	Administrador/atención al cliente		
4	Acompañamientos a los clientes	Administrador/atención al cliente		
5	Requerimiento de los clientes	Administrador/atención al cliente		

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Tabla 54

Diagrama de Pareto

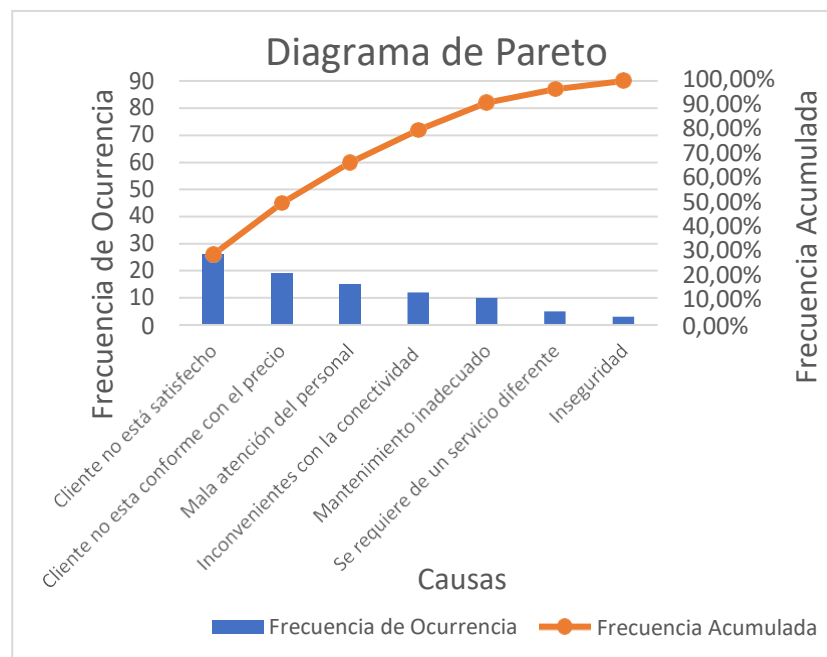
CAUSAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULADO
Cliente no está satisfecho	26	28,89%	28,89%
Cliente no está conforme con el precio	19	21,11%	50,0%
Mala atención del personal	15	16,67%	66,67%
Inconvenientes con la conectividad	12	13,33%	80,0%
Mantenimiento inadecuado	10	11,11%	91,11%
Se requiere de un servicio diferente	5	5,56%	96,67%
Inseguridad	3	3,33%	100%
TOTAL	90	100%	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gráfico 19

Diagrama de Pareto



Nota: Investigación propia; elaborado por: El Autor

2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Es de suma importancia detallar las normativas o permisos necesarios para el correcto funcionamiento del nuevo proyecto.

Se detallará los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento del establecimiento del ministerio de Salud Pública.

- ✓ Solicitud para permiso de funcionamiento
- ✓ Planilla de inspección
- ✓ Copia de cedula y certificado de votación
- ✓ Copia del RUC del establecimiento
- ✓ Lista de productos con respectivo registro sanitario
- ✓ Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- ✓ Permiso de Bomberos (Zona Rural) / Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento (Distrito Metropolitano de Quito)
- ✓ Patente municipal
- ✓ Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos firmado por el Contribuyente o Apoderado
- ✓ Permiso de funcionamiento de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA)

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

La seguridad e higiene ocupacional en una empresa es de suma importancia ya que con ello se puede establecer la mejor manera de cuidar a los empleados determinadas funciones de acuerdo con el tipo del giro del negocio, esto con el fin de que un empleado cuente con las debidas normas de seguridad en su lugar de trabajo y su estabilidad dentro del mismo.

Es sumamente importante que un empleado tenga los equipos necesarios para el correcto cumplimiento de su trabajo.

Tabla 55*Seguridad e higiene ocupacional*

Riesgos laborales	Acciones preventivas para mejorar la seguridad
Choques y caídas	Tener bien señalizada las áreas
Riesgo eléctrico	Señalizar todo el sistema eléctrico
Torceduras golpes por caídas	Previo calentamiento y reconocimiento de las áreas deportivas
Contagios	Hacer cumplir los protocolos de bioseguridad
Resbalones	Señalizar el lugar donde se va a realizar el trabajo de limpieza Mantener el orden y la limpieza en el lugar de trabajo

Fuente: Ministerio de trabajo**Elaborado por:** El Autor

CAPITULO III

3. Organización y Gestión

3.1 Objetivo del estudio de organización y gestión

El objetivo del estudio de organización y gestión se basa en definir la estructura organizacional y de gestión, determinando la misión, visión y objetivos estratégicos para cumplir con los requerimientos del negocio y lograr las metas trazadas a corto y mediano plazo.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1 Visión de la Empresa

Ser una empresa líder y reconocida por todos los clientes y público en general, ofreciendo un alto nivel de profesionalismo e innovación en sus servicios deportivos cuidando la salud de las personas y cambiando su estilo de vida a través de los servicios ofertados cumpliendo con los requisitos de bioseguridad y también la expansión del negocio.

3.2.2 Misión de la Empresa

Fomentar la práctica deportiva y el enriquecimiento social entre la comunidad, facilitando instalaciones adecuadas y eficientes que permitan el desarrollo de actividades recreativas, sociales y culturales de alta calidad.

3.2.3 Valores

- Conducta ética: Integridad, honestidad, compromiso y responsabilidad.
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Satisfacción de los clientes
- Responsabilidad social: Con nuestros colaboradores, la comunidad.

3.2.4 Objetivo y estrategias

En el capítulo I se realizó el análisis FODA a través de las matrices EFE y EFI, para lo cual es necesario identificar a mayor detalle los procesos más frágiles que la empresa tiene, así como también las fortalezas que no permitan lograr los objetivos planteados.

Tabla 56

Matriz de vulnerabilidad

Amenazas							
Debilidades		1. Ingreso de nuevas empresas con mayor inversión	2. Empresas ya posesionadas dentro del mercado	3. Innovación constante de la tecnología	4. Aumento de precios por políticas gubernamentales	Total	Prioridad
	1. Ingresos económicos limitados	3	5	4	5	17	1°
	2. Escasez de variedad de productos	4	3	5	4	16	2°
	3. Insatisfacción de las necesidades del cliente	2	4	3	4	13	4°
	5. Personal no tiene la capacidad de brindar un buen servicio	3	3	4	5	15	3°
	Total	12	15	16	18	61	
	Prioridad	4°	3°	2°	1°		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 57
Matriz de aprovechabilidad

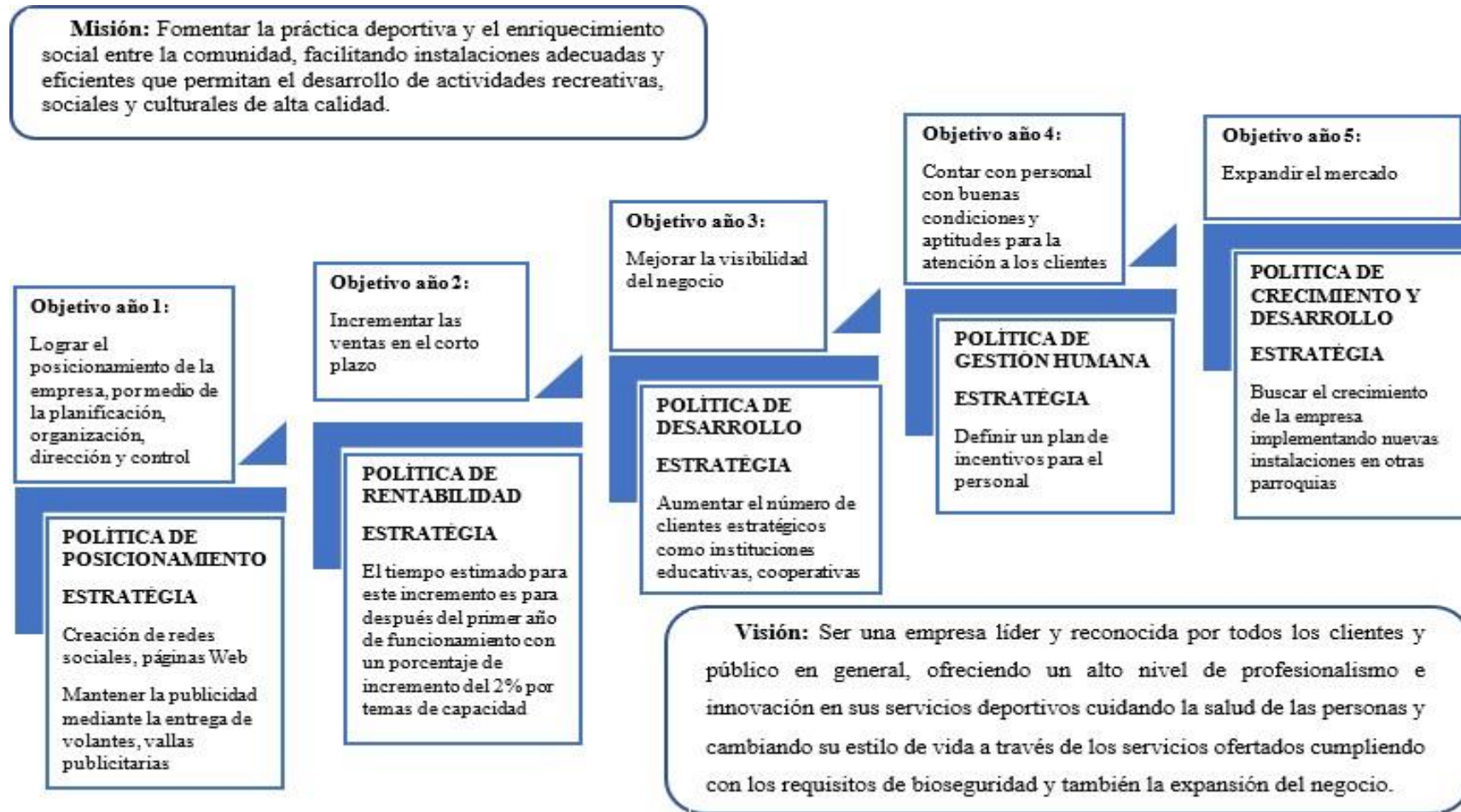
Oportunidades							
Fortalezas		1. Incremento de la cultura de vida saludable	2. Preferencia de la comunidad por las actividades deportivas	3. Buenas vías de acceso	4. Es un mercado que no ha sido explotado totalmente	Total	Prioridad
	1. Ubicación estratégica	5	4	4	5	18	1°
	2. Amplias y agradables instalaciones	4	4	3	4	15	3°
	3. Calidad de servicio	5	4	4	3	16	2°
	5. Espacios de acuerdo con las necesidades del cliente	4	3	3	4	14	4°
	Total	18	15	14	16	63	
	Prioridad	1°	3°	4°	2°		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gráfico 20

Mapa estratégico



Nota: Investigación propia, elaborado por: El Autor

3.3 Organización Funcional de la Empresa

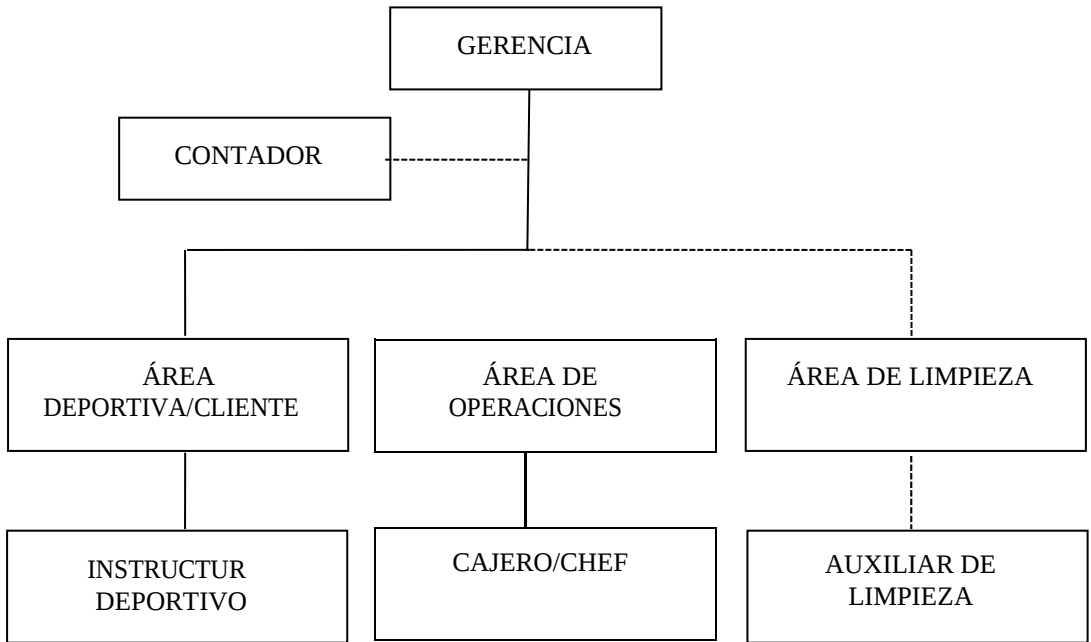
3.3.1 Organización Interna

Dentro de toda organización, aunque sea pequeña, existen funciones que se deben realizar. Aunque muchas funciones pueden ser realizadas por la misma persona, es necesario diferenciar las distintas funciones que se cumplen dentro de una empresa.

En la siguiente figura se muestra la estructura organizacional de la empresa de acuerdo con cada uno de sus niveles.

Gráfico 21

Organigrama estructural del plan de negocios



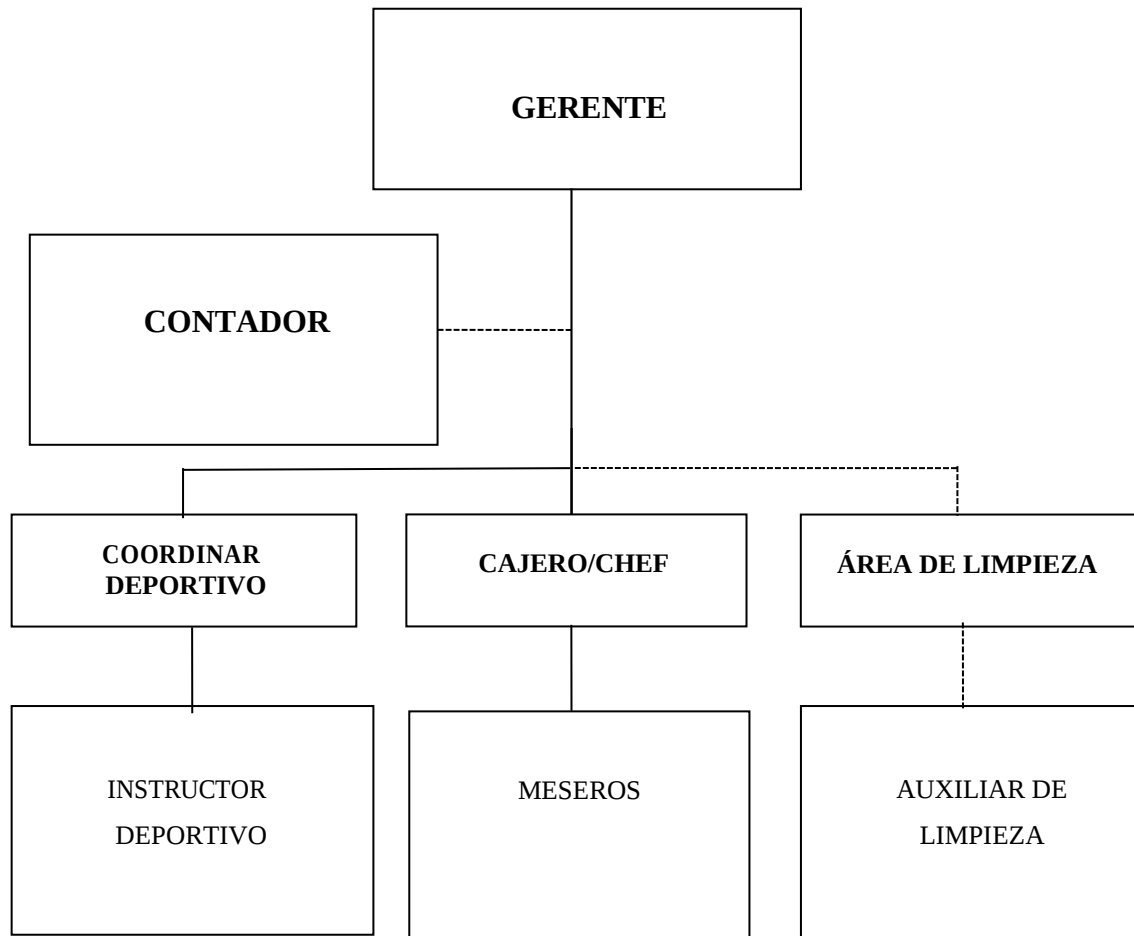
REFERENCIA	
.....	Asesoría externa
	Dirección inmediata
	Relación de Apoyo

Nota: Investigación propia, elaborado por: El Autor

Organigrama Funcional

Gráfico 22

Organigrama funcional del plan de negocios



REFERENCIA	
.....	Asesoría externa
	Dirección inmediata
	Relación de Apoyo

Nota: Investigación propia, elaborado por: El Autor

3.3.2 Descripción de puestos.

En las siguientes tablas se detallan brevemente cada una de las funciones de los recursos humanos expuestas en el organigrama de acuerdo con la necesidad de la empresa.

Tabla 58

Descripción Gerente General

I INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto	Gerente General
Jefe inmediato superior	Ninguno
Supervisa a	Área física, atención de clientes, operaciones y limpieza
II OBJETIVO DEL PUESTO:	
Administrar las áreas de la empresa, tomar decisiones acertadas de acuerdo con las necesidades, innovar constantemente, buscar nuevas oportunidades para el negocio y un enfoque en la mejora continua	
III FUNCIONES	
• Administrar, dirigir, planificar y controlar la empresa de acuerdo con las necesidades de esta. • Establecer objetivos e indicadores • Dar un seguimiento oportuno a los empleados • Desarrollar estrategias de publicidad y de posicionamiento de la empresa • Organizar un cronograma de capacitación a los empleados • Realizar convenios con los proveedores • Crear convenios con instituciones para ofertar el servicio	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Ing. En administración de empresas o afines a la carrera
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Liderazgo, Trabajo en equipo, motivación, empatía.
Formación	Tercer nivel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 59*Descripción del contador*

I INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto	Contador externo
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	Ninguno
II OBJETIVO DEL PUESTO:	
Responsable del manejo de la situación financiera y contable de la empresa, así como también con las obligaciones tributarias y laborables.	
III FUNCIONES	
• Cumplir con el registro de afiliación al recurso humano de la empresa • Realizar trámites tributarios • Llevar el control contable de la empresa.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Contador
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Trabajo en equipo, proactivo, comunicativo
Formación	Tercer nivel

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Tabla 60*Descripción de la persona que atiende a los clientes*

I INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto	Atención a clientes
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	Ninguno
II OBJETIVO DEL PUESTO:	
Atender a los clientes que utilizan las instalaciones, brindar un trato cordial, respetuoso, cumplir con las necesidades del cliente, dar un seguimiento a los clientes en todos sus requerimientos e inquietudes, en el caso de ausencia del Gerente General por temas puntuales, será encargado responsable de asumir ciertos asuntos del manejo de la empresa.	
III FUNCIONES	
• Atender a los clientes • Dar un seguimiento a los clientes • Brindar apoyo e información a los clientes • Generar un espacio de armonía y respeto • Satisfacer las necesidades del cliente • En caso de ausencia del Gerente asumirá ciertas funciones	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Cursos de atención al cliente
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Trabajo en equipo, motivación, empatía.
Formación	Secundaria

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Tabla 61*Descripción del instructor deportivo*

I INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto	Instructor deportivo
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	Ninguno
II OBJETIVO DEL PUESTO:	
Coordinar las actividades deportivas a todos los clientes que utilicen los servicios deportivos, orientar a los clientes sobre posibles dudas en temas deportivos.	
III FUNCIONES	
• Elaboración de un plan de trabajo en temas deportivos • Enseñar y tener habilidad deportiva • Tener una aptitud de liderazgo, dirección y planificación • Asesorar a los clientes • Ser un mediador o arbitro en los juegos • Entrenar a los clientes	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Curso de instructor deportivo, entrenador
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Trabajo en equipo, motivación, empatía.
Formación	Secundaria/cursando carrera de entrenador

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Tabla 62*Descripción del Cajero*

I INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto	Cajero
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	Ninguno
II OBJETIVO DEL PUESTO:	
Mantener un control sobre las ventas que genera la empresa con relación a los cobros por los servicios brindados por la empresa.	
III FUNCIONES	
• Recepción de los clientes • Cobrar a los clientes por los servicios que utilizaron • Asesorar a los clientes • Manejo del sistema de caja registradora • Cuadre de caja • Orden y limpieza en el puesto de trabajo	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Bachiller/cursando una carrera universitaria
Experiencia	1 - 2 años en cargos similares
Habilidades	Trabajo en equipo, comunicación efectiva, empatía, honradez
Formación	Secundaria/cursando una carrera universitaria

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Tabla 63*Descripción del Chef*

I INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto	Chef
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	Ninguno
II OBJETIVO DEL PUESTO:	
Ejecutar las actividades en el área del bar de acuerdo con las necesidades de los clientes, manejo de equipos de cocina.	
III FUNCIONES	
• Preparar los alimentos según las necesidades de los clientes • Manejo del inventario de los productos • Manejo de los implementos del bar • Orden y limpieza en el sitio de trabajo	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Bachiller
Experiencia	1 - 2 años de experiencia en la preparación de comida rápida
Habilidades	Trabajo en equipo, iniciativa, empatía, liderazgo
Formación	Secundaria/cursos de cocina

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Tabla 64*Descripción del personal de limpieza*

I INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto	Persona de limpieza
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a	Ninguno
II OBJETIVO DEL PUESTO:	
Coordinar las actividades de limpieza dentro de las instalaciones	
III FUNCIONES	
• Limpieza general del establecimiento • Utilizar correctamente los equipos de limpieza • Dejar el trabajo terminado • Mantener en orden los equipos de limpieza • Informar sobre posibles defectos de los equipos de limpieza	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Bachiller
Experiencia	No necesaria
Habilidades	Trabajo en equipo, conocimiento en equipos de limpieza,
Formación	Secundaria

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de gestión

Tabla 65

Indicadores de gestión

AREAS	INDICADORES	INTERPRETACIÓN
Administrativa	Objetivos estratégicos de la empresa	Cumplir con los objetivos planteados por la empresa
	Indicador sobre la gestión del personal	Dar un seguimiento oportuno a la gestión del personal
	Control de proveedores	Controlar a los proveedores y el abastecimiento oportuno
Servicio	Nivel de satisfacción de los clientes	Conocer si existen clientes insatisfechos
	Cartera de clientes	Determinar el crecimiento del número de clientes
	Índice de ventas	Conocer el crecimiento de ventas en un periodo determinado
Operaciones	Control de los implementos deportivos	Determinar el mantenimiento de los implementos deportivos
	Abastecimiento de insumos	Control de entradas y salidas de los insumos que se manejan en la empresa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

3.5 Necesidades De Personal

La necesidad del personal depende de la cantidad de procesos que la empresa mantiene dentro de su actividad siendo esta de producción o de servicios, su propósito es utilizar estos recursos con toda la eficiencia posible con el fin de cumplir con las metas planteadas.

Tabla 66

Necesidad del personal

PERSONAL	RECURSO HUMANO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	1	1	1	1	1
Contador externo	1	1	1	1	1
Atención al cliente/instructor deportivo	1	1	2	2	2
Cajero/Chef	1	1	2	2	2
Persona de limpieza	1	1	1	1	1
TOTAL, DE PERSONAL	5	5	7	7	7

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

CAPITULO IV

4. Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Determinar las implicaciones técnicas y económicas que rigen las normativas legales que regulan la instalación y operación del proyecto, tomando en cuenta todos los requisitos que establece la ley de compañías de Ecuador.

4.2 Determinación de la forma jurídica

La empresa de servicios deportivos se constituirá de manera jurídica como una compañía de Responsabilidad Limitada, donde contara con accionistas que con su aporte contribuirán con el capital económico para la puesta en marcha de la empresa. Se decidió por este tipo de compañía porque la empresa es de carácter familiar.

La constitución electrónica es un proceso simplificado de constitución que lo realiza el propio ciudadano interesado.

Esto se lo realiza a través del portal de Constitución Electrónica, y participan el usuario, el notario, el registrador mercantil, el Servicio de Rentas Internas y la Superintendencia de Compañías, valores y seguros.

El proceso inicia con el usuario llenando la solicitud de constitución de compañías y finaliza cuando la Superintendencia registra información y documentos en la base de datos. Incluye la generación de escrituras por parte del notario, la inscripción de la constitución en el Registro Mercantil y la generación de RUC por parte del SRI. (Superintendencia De Compañías, 2020).

4.2.1 Proceso de constitución

Constitución Electrónica con minuta propia

Para acceder a este tipo de constitución, tu compañía deberá cumplir con lo siguiente:

- Se requiere de una minuta de constitución elaborada por un Abogado Patrocinador (formato word).
- Compañías de tipo anónima o de responsabilidad limitada.
- Compañías con varios representantes legales.
- Compañías con aportes en numerario y en especies (excepto automotores y bienes inmuebles).
- Compañía con domicilio en cualquiera de los cantones habilitados para constitución electrónica.

¿A quién está dirigido?

Las personas que están obligadas o habilitadas para realizar el trámite son: personas naturales o jurídicas que deseen constituir una compañía de manera electrónica, a través del Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

¿Qué necesito para hacer el trámite?

Requisitos Obligatorios:

- Reserva de denominación vigente

Documentos habilitantes:

- **Persona natural representante legal:** Nombramiento de representación legal o constancia de otro tipo de representación legal.

¿Cómo hago el trámite?

1. Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros www.supercias.gob.ec
2. Seleccionar la opción PORTAL DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA DE COMPAÑÍAS.
3. Presionar la opción CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA.

4. Ingresar su usuario y contraseña.
5. Seleccionar la reserva de denominación que desea utilizar en el proceso de constitución.
6. Ingresar la información en el formulario SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS. La información se divide en: Datos de la compañía, Socios o accionistas, Cuadro de suscripciones y pago de capital y Representantes Legales.
7. Por cada registro, adjuntar los documentos habilitantes requeridos por el sistema.
8. Seleccionar la notaría de preferencia y verificar costos del trámite.
9. Aceptar condiciones del proceso electrónico e iniciar trámite.

El sistema mostrará un mensaje confirmando la generación correcta del trámite con el número de identificación correspondiente. Usted recibirá un correo electrónico con la información del trámite y los valores que deberá cancelar en el Banco del Pacífico.

Una vez realizado el pago, el notario revisará su solicitud de constitución y le otorgará una cita para que acuda a firmar la escritura y los nombramientos.

Luego, el notario desmaterializará los documentos y los enviará al Registro Mercantil para su inscripción.

Una vez inscritos, usted recibirá una notificación electrónica confirmando la constitución electrónica exitosa de su compañía.

Consideraciones:

- Se podrá constituir de manera electrónica exclusivamente compañías anónimas y de responsabilidad limitada, cuyo capital se constituya en numerario y/o en especies (solamente bienes muebles, excepto vehículos automotores o transportes motorizados en general), y que no sean parte del Mercado de Valores.
- Se podrá constituir compañías de manera electrónica con minuta estándar o con minuta propia.
- Para constitución electrónica de compañías con minuta propia se considera lo siguiente:

Se requiere de una minuta de constitución elaborada por un Abogado Patrocinador

(formato word).

Compañías de tipo anónima o de responsabilidad limitada.

Compañías con varios representantes legales.

Compañías con aportes en numerario y en especies (excepto automotores y bienes inmuebles).

Compañía con domicilio en cualquiera de los cantones habilitados para constitución electrónica.

- El Usuario solicitante debe estar registrado en el portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
- El Usuario solicitante deberá contar con una reserva de denominación aprobada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros que se encuentre vigente.
- Para formar el objeto social que tendrá la compañía, el usuario puede seleccionar una actividad económica principal y varias actividades económicas adicionales. Salvo el caso de actividades económicas con restricciones establecidas en la normativa legal vigente.
- La información ingresada por el Usuario solicitante en el formulario “Solicitud de Constitución de Compañías” permanecerá guardada en el Sistema durante el plazo de vigencia de la reserva de denominación (30 días).

Una vez iniciado el trámite de constitución, la reserva de denominación no caduca.

- Los documentos habilitantes deben ser digitalizados a color con una resolución máxima de 200 dpi. Los archivos que se adjunten deberán pesar un máximo de 20 MB (en total).
- Para constituir una compañía a través del sistema de constitución electrónica, el Usuario solicitante deberá aceptar los términos y condiciones del proceso.
- El usuario puede anular un trámite de constitución electrónica hasta antes de realizar el pago por servicios notariales y registrales.
- Una vez iniciado el trámite, el Usuario solicitante deberá pagar los valores correspondientes a servicios notariales y registrales en las ventanillas de Banco del Pacífico.

Los trámites de constitución cuyo pago no se hubiera realizado dentro de los 30 días

posteriores a su fecha de inicio, serán anulados automáticamente.

Solo después de realizado el pago, el sistema asigna el trámite para revisión del notario seleccionado en la Solicitud de Constitución de Compañías.

- La devolución de valores por concepto de servicios notariales cuando el usuario solicitante no continúe con el trámite se realizará de acuerdo con el procedimiento establecido por el Consejo de la Judicatura.
- La devolución de valores por concepto de servicios registrales cuando el usuario solicitante no continúe con el trámite se realizará de acuerdo con el procedimiento establecido por la Dirección Nacional de Registro de Datos Públicos.
- El usuario podrá constituir varias compañías a la vez.
- Si en la revisión del trámite por parte del Notario no se encuentran observaciones, el Notario debe agendar una cita para que los accionistas y representantes se acerquen a firmar la escritura de constitución y los nombramientos.

Para crear una compañía limitada: el monto mínimo para el capital será de \$400, este modelo de compañía funciona si es que estas buscando crear una empresa familiar o con personas allegadas, esta puede estar compuesta por un mínimo de 2 personas hasta un máximo de 15 personas cuenta con capital cerrado y con un número limitado de acciones que no podrán ser cotizadas en la bolsa de valores. (TramitesyRequisitos., 2020)

¿Cuál es el costo del trámite?

El costo de la constitución electrónica corresponde a los costos de **servicios notariales** (generación de escritura y dos nombramientos) y los costos de los **servicios registrales** (inscripción de documentos).

Dependiendo del capital de la compañía y la cantidad de representantes legales, el sistema de constitución electrónica y desmaterializada mostrará los costos detallados del trámite.

4.3 Registros de patentes y marcas

De acuerdo con las patente y marcas se registran el logotipo de la empresa a través del SENADI por lo cual es importante seguir los siguientes pasos:

- Crear el usuario y contraseña en el IEPI
- Llenar la solicitud en línea mediante la página web del IEPI
- Imprima el comprobante de pago y acuda al Banco del Pacifico a pagar un total de \$ 208,00 este valor protege a la marca durante 10 años.
- Adjuntar copias de cedula y papeleta de votación del representante legal.
- Presentar la marca de la organización impresa a color para verificar que no exista ya registro en el sistema.

Luego emiten la resolución de que la marca está registrada. (Servicio Nacional De Derechos Intelectuales, 2020)

Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Para el correcto desempeño de la empresa es necesario señalar los permisos básicos con los cuales debe contar para no tener problemas de funcionamiento los cuales se detallan a continuación:

- RUC Registro único de contribuyentes.
- LUAE Licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas.
- Cuerpo de Bomberos.

Requisitos para obtener el RUC

- Cedula de identidad.
- Certificado de votación.
- Documento para registrar el establecimiento del dominio del contribuyente.
- Firma electrónica (firmar exclusivamente con aplicativos FIRMA. EC y AdobeAcrobat).
- Formulario de solicitud de inscripción firmado electrónicamente.

Pasos:

1. Ingresar a la Plataforma GOB.EC: www.gob.ec
2. Buscar el trámite en la sección Guía Oficial de Trámites
3. Escribir el nombre del trámite que desea ingresar
4. Escoger el trámite
5. Revisar la información de: descripción y requisitos del trámite que desea ingresar
6. Escoger la opción trámite en línea
7. Ingresar el número de identificación
8. Ingresar correo electrónico
9. Ingresar el número de teléfono
10. Aceptar políticas y términos de uso del trámite
11. Seleccionar la opción siguiente
12. Completar información de la cédula de identificación
13. Revisar en el correo personal el código enviado
14. Ingresar en la solicitud el código enviado
15. Escoger continuar
16. Completar el formulario – solicitud
17. Completar los anexos requeridos para el trámite (Máximo 6 anexos y cada uno no debe superar los 6 MB)
18. Firmar electrónicamente el trámite
19. Enviar la solicitud para la atención
20. Esperar la respuesta del trámite a través del correo electrónico. (SRI, 2021)

Requisitos para obtener el LUAE

- Previo a la solicitud de la LUAE, debe cumplir con el registro del impuesto a la patente.
- Emisión procedimiento ordinario y especial
- Formulario de solicitud LUAE, generado en el sistema informático.
- Cédula original del titular o representante legal.
- RUC original.

Pasos:

1. Seleccione "LUAE Digital" en el portal de servicios en línea: https://pam.quito.gob.ec/MDMQ_PORTAL_LUAE_WEB/Autenticacion/AutenticacionPatentes.asp digite el número de RUC y la clave de la patente.
2. Seleccione el tipo de trámite que va a realizar; "EMISIÓN" o "RENOVACIÓN".
3. Si tiene valores pendientes de pago del año inmediato anterior, relacionados con el desarrollo de la(s) actividad(es) económica(es) a licenciar, el sistema informático le mostrará una pantalla con el detalle de estos rubros. Cancele estos valores en cualquier entidad financiera e inicie nuevamente el trámite.
4. Si no tiene valores pendientes de pago, el sistema presentará la pantalla para el registro de información; es necesario que el número de predio y dirección que registre corresponda al establecimiento donde realiza la actividad económica y no a su domicilio.
5. Continúe con el registro de información solicitada en las secciones: "1 Datos Generales", "2 Actividad Económica / Mapa", "3 Autorizaciones Administrativas" y "4 Dirección establecimiento".
6. Valide los datos ingresados, marque el recuadro aceptando lo estipulado en la información detallada y cuando todo esté correcto, de clic en "Guardar".

Si se habilitó la opción b), realice la declaración en línea de cumplimiento de reglas técnicas del Cuerpo de Bomberos para obtener su LUAE; caso contrario el Cuerpo de Bomberos coordinará la inspección del establecimiento. Cumpla con las reglas técnicas y el envío de la LUAE se realizará posterior a la generación del informe favorable de cumplimiento de reglas técnicas.

En la parte inferior del "Formulario de Solicitud LUAE" usted puede verificar el procedimiento de emisión que le corresponde y los pasos a seguir hasta obtener su LUAE.
7. El Analista de la Autoridad otorgante procederá con la validación de la información registrada y posteriormente realizará el envío de la LUAE, en los procedimientos que corresponda.
8. Finalmente recibirá la LUAE Digital al correo electrónico registrado al inicio de su Solicitud. (LUAE, 2021)

Requisitos y pasos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos

- Obtener el LUAE
- Ingresar a la página <https://portal.bomberosquito.gob.ec:8181/luar-war/Consulta.jsf>
- Al momento que se obtiene el LUAE, automáticamente el sistema le envía el trámite al Cuerpo de Bomberos para que realicen el respectivo trámite (inspección).
- Dentro de la empresa deben tener extintores y señalética.
- El Cuerpo de Bomberos realiza la primera inspección y envían el informe sobre posibles cambios en el establecimiento.
- Asignan una nueva inspección.
- Si en el informe no existe novedades con respecto a la inspección realizada en la empresa, se asigna el respectivo permiso.
- Este permiso se lo tiene que realizar anualmente. (LUAE, 2021)

CAPITULO V

5. Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Realizar un estudio financiero para establecer la rentabilidad del proyecto, a través del plan de financiamiento, de inversiones y la proyección de los costos y gastos mediante esta evaluación financiera.

5.2 Plan de inversiones

Un plan de inversiones está determinado por activos tangibles que es la representación física que tiene la empresa para un periodo largo que le permitirá el funcionamiento y desarrollo de su producto o servicio de acuerdo con su uso o vida útil (Gitman, 2005)

Tabla 67

Plan de Inversiones

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			1.310,00
1	Estación de trabajo	120,00	120,00
6	Mesa de madera	70,00	420,00
8	Sillas de madera	15,00	120,00
2	Mesas de juego	30,00	60,00
24	Sillas de plástico	10,00	240,00
1	Locker casilleros	350,00	350,00

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			3.230,00
1	Computador de escritorio	500,00	500,00
1	Laptop	800,00	800,00
1	Impresora multifunción	350,00	350,00
1	Caja registradora	600,00	600,00
5	Cámaras de seguridad	180,00	900,00
1	Modem	80,00	80,00
EQUIPOS DE OFICINA			70,00
1	teléfono inalámbrico	45,00	45,00
1	Calculadora científica	25,00	25,00
EQUIPOS			3.910,00
1	Televisor plasma 55"	600,00	600,00
2	Parlante Gemini 2000 WATTS	250,00	500,00
1	Micrófono inalámbrico Shure	250,00	250,00
6	Reflectores	100,00	600,00
1	Enfriador	750,00	750,00
1	estanterías	60,00	60,00
1	Refrigerador	450,00	450,00
1	Cocina industrial	300,00	300,00
2	Vajilla 24 puestos	50,00	100,00
1	Utensilios de cocina	300,00	300,00
IMPLEMENTOS DEPORTIVOS			7.255,00
2	Red para vóley	20,00	40,00
2	Red para indor	40,00	80,00
3	Balones MIKASA # 5 vóley	40,00	120,00
3	Balones MIKASA # 4 indor	30,00	90,00
1	Mesa de Ping Pong (incluye implementos)	400,00	400,00
1	Mesa de billar (incluye implementos)	850,00	850,00
1	Mesa de fútbolín (incluye implementos)	250,00	250,00
375	Mts Césped sintético	13,00	4.875,00
1	Tablero de puntos vóley	10,00	10,00
4	Pitos de arbitro	10,00	40,00

2	Arcos de indor con tablero de básquet	200,00	400,00
2	Parantes de red de vóley	40,00	80,00
1	Bomba de inflar balones	20,00	20,00
ADECUACIONES Y ARREGLOS			10.178,00
1	Construcción de estructura metálica	8.178,00	8.178,00
1	Construcción de cancha de vóley (tierra)	200,00	200,00
1	Construcción de cancha de indor (césped sintético)	200,00	200,00
1	Construcción de gradas para la cancha	1.000,00	1.000,00
1	Adecuación del bar	200,00	200,00
1	Adecuación del espacio para el área de juegos	150,00	150,00
1	Adecuación de los baños vestidores	250,00	250,00
TOTAL, ACTIVOS FIJOS			25.953,00
	Obtención del registro único de contribuyentes (SRI)		60,00
	Permiso del cuerpo de bomberos		120,00
	Derechos del IEPI		500,00
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS			680,00
SUMINISTROS DE OFICINA			180,40
3	Resma de papel bond	4,00	12,00
24	Esferos	0,35	8,40
3	Cuaderno espiral grande	3,00	9,00
6	Carpetas	3,00	18,00
12	Marcador tinta permanente	1,20	14,40
6	Cartulinas	1,30	7,80
24	Marcadores de agua	0,80	19,20
1	Pizarra grande	43,00	43,00
1	Grapadora	3,60	3,60
3	Tinta de impresora	15,00	45,00
ÚTILES DE ASEO			219,00
12	líquidos de limpieza en galones	4,00	48,00

6	Desinfectantes naturales galón	4,50	27,00
12	Escobas	3,50	42,00
3	Dispensador de jabón líquido	15,00	45,00
6	Papel higiénico X 12 rollos	8,50	51,00
6	Guantes para la limpieza	1,00	6,00
PUBLICIDAD PREPAGADA			1.360,00
	Publicidad virtual		1360,00
MOVILIZACIÓN Y OTROS			60,00
	Movilización		60,00
SUELDOS Y SALARIOS			22.653,20
	Sueldos y salarios		22.653,20
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO			24.472,60
TOTAL, INVERSIÓN			51.105,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota: Según el cuadro adjunto se puede evidenciar que para el inicio del proyecto se debe contar con una inversión de \$ **51.105,60** los cuales están conformados por todos los activos fijos como muebles y enseres, equipos de computación, implementos deportivos, adecuaciones y arreglos con un monto de \$ 25.953 y como activos diferidos a los gastos de constitución de la empresa con un monto de \$ 680 y para terminar con el capital de trabajo con un monto de \$ 24.472.60.

Además, hay que tomar en cuenta que en el valor de las mesas de ping pong, fútbolín, billar ya incluye los implementos que contiene cada uno de estas, también la construcción de la cancha de vóley será de tierra, esto con el fin de evitar lesiones causados por los saltos que genera este tipo de deportes, la cancha de indor será de césped sintético, el valor de \$ 200 corresponde a la preparación , aplanada de la tierra donde irá el césped sintético.

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1 Mano de Obra

La mano de obra es la capacidad laboral que tiene la empresa en la cual se desarrolla el servicio la misma que contiene los siguientes costos salariales:

Tabla 68
Cálculo de mano de Obra

Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	UBU	Ingresos otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a Pagar	Valor Anual
1	Trabajador	Cajero/Chef	400,00	-	400,00	-	37,8	37,8	362,20	4.346,4
1	Trabajador	Atención a clientes/instructor deportivo	400,00	-	400,00	-	37,8	37,8	362,20	4.346,4
1	Trabajador	Persona de limpieza externo	80,00	-	80,00	-	0	0	80,00	960,00
Total, mano de Obra			880,00	-	880,00	-	75,6	75.6	804,40	9.652,80
5	Trabajador	Gerente	500,00	-	500,00	-	47,25	47,25	452,75	5433
5	Trabajador	Contador externo	100,00	-	100,00	-	0	0	100,00	1.200,00
Total, mano de Obra			600,00	-	600,00	-	47,25	47,25	552,75	6.633,00

Provisiones	Patronal 11,15%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondos de reserva	Vacaciones	Total, provisiones	Costo de Mano de Obra
Cajero/Chef	44,6	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	163,27	525,47
Atención a clientes/instructor deportivo	44,6	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	163,27	525,47
Persona de limpieza externo	0	0	0	0	0	0	0	80,00
	89,20	4	66,67	66,67	66,67	33,33	326,53	1.130,93
Gerente	55,75	2,5	41,67	41,67	41,67	20,83	204,08	656,83
Contador	0	0	0	0	0	0	0	100,00
	55,75	2,5	41,67	41,67	41,67	20,83	204,08	756,83
COSTO MENSUAL MANO DE OBRA = 1.887,77								

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota: Los honorarios del contador corresponde al pago de \$ 100 mensuales por servicios profesionales ya que no está bajo relación de dependencia con la empresa, y también el personal de limpieza que corresponde a un pago de \$ 80 mensuales.

5.3.2 Depreciación

La depreciación es la disminución del valor de la propiedad producido por el paso de los años, desgaste por el uso la misma que se la determina de los activos fijos la cual representamos en la siguiente tabla.

Tabla 69

Cálculo de las depreciaciones

Detalle del bien	Vida útil años	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y enseres	10	1.310,00	10%	131,00
Equipos de computación	3	3.230,00	33%	96,90
Equipos de oficina	10	70,00	10%	7,00
Maquinaria y equipos	10	3.910,00	10%	391,00
Implementos deportivos	10	7.255,00	10%	725,00
Adecuaciones y arreglos	20	10.708,00	20%	2.035,60
		25.953,00		3.387,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.3.3 Proyección de la depreciación

La proyección de las depreciaciones se las establece para 5 años del proyecto, las mismas que se representan en la siguiente tabla.

Tabla 70

Proyección de la Depreciación

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	131,00	131,00	131,00	131,00	131,00
Equipos de computación	96,90	96,90	96,90	-	-
Equipos de oficina	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Maquinaria y equipos	391,00	391,00	391,00	391,00	391,00
Implementos deportivos	725,50	725,50	725,50	-	-
Adecuaciones y arreglos	2.035,60	2.035,60	2.035,60	2.035,60	2.035,60
	3.387,00	3.387,00	3.387,00	2.564,60	2.564,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.3.4 Detalle de Costos

Dentro del detalle de los costos del proyecto se analiza los rubros necesarios para brindar el servicio los mismos que serán recuperados una vez se ponga en marcha el proyecto dentro del cual están la mano de obra directa e indirecta, costos directos e indirectos de acuerdo con la siguiente tabla.

Tabla 71*Detalle de Costos – Servicios*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Costos del servicio				33,28	399,41
Resma de papel bond	Unidad	0,25	4,00	1,00	12,00
Esferos	Unidad	2	0,35	0,70	8,40
Cuaderno espiral grande	Unidad	0,25	3,00	0,75	9,00
Carpetas	Unidad	0,5	3,00	1,50	18,00
Marcador tinta permanente	Unidad	1	1,20	1,20	14,40
Cartulinas	Unidad	0,5	1,30	0,65	7,80
Marcadores de agua	Unidad	2	0,80	1,60	19,20
Pizarra grande	Unidad	0,1	43,00	3,58	43,01
Grapadora	Unidad	0,1	3,60	0,30	3,60
Tinta de impresora	Unidad	0,25	15,00	3,75	45,00
Líquidos de limpieza en galones	Unidad	1	4,00	4,00	48,00
Desinfectantes naturales galón	Unidad	0,5	4,50	2,25	27,00
Escobas	Unidad	1	3,50	3,50	42,00
Dispensador de jabón liquido	Unidad	0,25	15,00	3,75	45,00
Papel higiénico x 12 rollos	Unidad	0,5	8,50	4,25	51,00
Guantes para la limpieza	Unidad	0,5	1,00	0,50	6,00
Mano de Obra Directa				1.130,93	13.571,20
Cajero/Chef	Unidad	1	525,47	525,47	6.305,60
Atención a clientes/instructor deportivo	Unidad	1	525,47	525,47	6.305,60
Persona de limpieza externo	Unidad	1	80,00	80,00	960,00
Costos indirectos de servicio				65,00	780,00
Energía	Kw/h	1	42,00	42,00	504,00
Agua potable	M3	1	23,00	23,00	276,00

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Tabla 72*Detalle de Costos – del Servicio*

Detalle de Costos del Servicio	Costo mensual	Costo anual
Costos del Servicio	33,28	399,41
Mano de obra directa	1.130,93	13.571,20
Costos indirectos de servicio	65,00	780,00
	1.229,22	14.750,61

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

5.3.5 Proyección de Costos

La proyección de costos nos permite saber los datos estadísticos monetarios de costos por servicios, mano de obra directa y costos indirectos de servicio por medio del indicador de inflación para esto se toma la tasa promedio de los últimos 5 años que es del 0.52% (INEC, 2010)

Tabla 73*Inflación últimos 5 años*

Año	Inflación anual
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
2020	1,50%
Total	2,62%
Promedio	0,52%

Fuente: (INEC, 2010)**Elaborado por:** El Autor

Tabla 74*Proyección de Costos*

Costos del Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos del Servicio	399,41	401,50	403,60	405,72	407,84
Mano de obra directa	13.571,20	13.642,31	13.713,80	13.785,66	13.857,90
Costos indirectos de servicio	780,00	784,09	788,20	792,33	796,48
	14.750,61	14.827,90	14.905,60	14.983,70	15.062,22

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor**5.3.6 Detalle de Gastos**

El detalle de gastos resume los rubros monetarios que son necesarios para brindar el servicio, las mismas que son los gastos administrativos, ventas y financieros según las tablas adjuntas.

Tabla 75*Detalle de Gastos Administrativos*

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Útiles de aseo		36,50		18,25	219,00
Líquidos de limpieza en galones	Unidad	4,00	1	4	48,00
Desinfectantes naturales galón	Unidad	4,50	0,5	2,25	27,00
Escobas	Unidad	3,50	1	3,5	42,00
Dispensador de jabón liquido	Unidad	15,00	0,25	3,75	45,00
Papel higiénico X 12 rollos	Unidad	8,50	0,5	4,25	51,00

Guantes para la limpieza	Unidad	1,00	0,5	0,5	6,00
Sueldos y salarios		756,83		756,83	9.082,00
Gerente	Unidad	656,83	1	656,83	7.882,00
Contador	Unidad	100,00	1	100	1.200,00
Suministros de oficina		75,25		15,03	180,41
Resma de papel bond	Unidad	4,00	0,25	1	12,00
Esferos	Unidad	0,35	2	0,7	8,40
Cuaderno espiral grande	Unidad	3,00	0,25	0,75	9,00
Carpetas	Unidad	3,00	0,5	1,5	18,00
Marcador tinta permanente	Unidad	1,20	1	1,2	14,40
Cartulinas	Unidad	1,30	0,5	0,65	7,80
Marcadores de agua	Unidad	0,80	2	1,6	19,2
Pizarra grande	Unidad	43,00	0,1	3,58	43,01
Grapadora	Unidad	3,60	0,1	0,30	3,60
Tinta de impresora	Unidad	15,00	0,25	3,75	45
Depreciaciones		25.953,00		282,25	3.387,00
Muebles y enseres	Unidad	1.310,00	10%	10,92	131,00
Equipos de computación	Unidad	3.230,00	33%	8,08	96,90
Equipos de oficina	Unidad	70,00	10%	0,58	7,00
Equipos	Unidad	3.910,00	10%	32,58	391,00
Implementos deportivos	Unidad	7.255,00	10%	60,46	725,50
Adecuaciones y arreglos	Unidad	10.178,00	20%	169,63	2.035,60
Servicios básicos		48,00		48,00	576,00
Internet	Mbyte	36,00	1	36,00	432,00
Teléfono	Min	12,00	1	12,00	144,00
TOTAL, GASTO ADMINISTRATIVO				1.120,37	13.444,41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla 76*Detalle de Gastos de Ventas*

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad		113,33		113,33	1360,01
Ingreso al mercado en medios digitales	Unidad	54,18	1	54,175	650,1
Fidelizar a los clientes	Unidad	35,00	1	35	420
Encuestas de satisfacción	Unidad	10,83	1	10,829	129,948
Seguimiento de clientes	Unidad	13,33	1	13,33	159,96
TOTAL, GASTO DE VENTAS				113,33	1.360,01

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor**Tabla 77***Detalle de Gastos Financieros*

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Interés				673,00	8.076,00
Interés pagado	dólares	18.300,00		673,00	8.076,00
TOTAL, GASTOS FINANCIEROS				673,00	8.076,00
Total, Gastos				1.906,70	22.880,42

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Gráfico 23.

Simulador de crédito

The screenshot shows the 'Simulador de crédito' (Credit Simulator) interface on the Produbanco Ecuador website. The header includes the Produbanco logo, social media icons, and a search bar. The navigation menu has links for 'Quiénes Somos', 'Banca Minorista', 'Banca de Empresas', 'Red Comercial', 'Normas de Transparencia', and 'Produbanco En línea'. The main heading is 'Consumo / SIMULADOR DE CRÉDITO DE CONSUMO'. Below this, a green instruction bar says: 'Por favor, complete los datos solicitados y al finalizar, haga click en "Calcular"'. The input section contains three fields: 'VALOR SOLICITADO (USD \$) (requerido)' with the value '18300', 'PLAZO (meses) (requerido)' with the value '36', and 'SISTEMA DE PAGO ELEGIDO (requerido)' with the selected option 'Cuota fija (Francesa)'. Below the input section, a table displays the calculated results:

VALOR A FINANCIAR	CONTRIBUCIÓN DE SOLCA
USD \$ 19.108.42	USD \$ 95.07
PRIMERA CUOTA (mensual)	TASA NOMINAL ANUAL (%)
USD \$ 673.00	16.06
TASA EFECTIVA ANUAL (%)	SEGURO DE DESGRAVAMEN (financiado)
17.30	USD \$ 713.35
VALOR A DESEMBOLSAR	TASA ANUAL DEL COSTO DEL CRÉDITO (%)
USD \$ 19.013.35	17.71

Nota: <https://www.produbanco.com.ec/bancaminorista/ créditos/ consumo/ simulador-de-credito-de-consumo/>

Elaborado por: El Autor

5.3.7 Proyección Gastos

La proyección de gastos dentro de la empresa se proyectará para los 5 primeros años de funcionamiento, esto con el fin de poder determinar todos los elementos directos e indirectos que intervienen en este servicio, para esto se toma la tasa promedio de los últimos 5 años del 0.52% de inflación. (INEC, 2010)

Tabla 78

Proyección de Gastos

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Descripción	Costo mensual	Fijos	Vare ab	Año 1	Fijos	Vare ab	Año 2	Fijos	Vare ab	Año 3	Fijos	Vare ab	Año 4	Fijos	Vare ab	Año 5	Fijos	Vare ab
Útiles de aseo	18,25	18,25		219,00	219,00		220,15	220,15		221,30	221,30		222,46	222,46		223,63	223,63	
Sueldos y salarios	756,83	756,83		9.082,00	9.082,00		9.129,59	9.129,59		9.177,43	9.177,43		9.225,52	9.225,52		9.273,86	9.273,86	
Suministros de oficina	15,03	15,03		180,41	180,41		181,35	181,35		182,30	182,30		183,26	183,26		184,22	184,22	
Depreciaciones	282,25	282,25		3.387,00	3.387,00		3.404,75	3.404,75		3.422,59	3.422,59		3.440,52	3.440,52		3.458,55	3.458,55	
Servicios básicos	48,00	48,00		576,00	576,00		579,02	579,02		582,05	582,05		585,10	585,10		588,17	588,17	
Subtotal	1.120,37	1.120,37		13.444,41	13.444,41		13.514,86	13.514,86		13.585,67	13.585,67		13.656,86	13.656,86		13.728,42	13.728,42	

GASTOS DE VENTAS

Descripción	Costo mensual	Fijos	Vare ab.	Año 1	Fijos	Vare ab.	Año 2	Fijos	Vare ab.	Año 3	Fijos	Vare ab.	Año 4	Fijos	Vare ab.	Año 5	Fijos	Vare ab.
Ingreso al mercado medios digitales	54,18	54,18		650,1	650,1		653,51	653,51		656,93	656,93		660,37	660,37		663,83	663,83	
Fidelizar a los clientes	35	35		420	420		422,20	422,20		424,41	424,41		426,64	426,64		428,87	428,87	
Encuestas de satisfacción	10,83	10,83		129,95	129,95		130,63	130,63		131,31	131,31		132,00	132,00		132,69	132,69	
Seguimiento de clientes	13,33	13,33		159,96	159,96		160,80	160,80		161,64	161,64		162,49	162,49		163,34	163,34	
Subtotal	113,334	113,33		1.360,01	1.360,01		1.367,13	1.367,13		1.374,30	1.374,30		1.381,50	1.381,50		1.388,74	1.388,74	

GASTOS FINANCIEROS

Descripción	Costo mensual	Fijos	Var eab	Año 1	Fijos	Var eab	Año 2	Fijos	Vare ab	Año 3	Fijos	Vare ab	Año 4	Fijos	Vare ab	Año 5	Fijos	Vare ab
Interés pagado	673,00	673,00		8.076,00	8.076,00		8.076,00	8.076,00		8.076,00	8.076,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Subtotal	673,00	673,00		8.076,00	8.076,00		8.076,00	8.076,00		8.076,00	8.076,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Total, General	1.906,70	1.906,70		22.880,42	22.880,42		22.957,99	22.957,99		23.035,97	23.035,97		15.038,36	15.038,36		15.117,16	15.117,16	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.4 Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento nos permite conocer la forma de cómo se va a capitalizar la empresa, donde se verán los recursos propios o de terceros, así como la entidad financiera.

5.4.1 Forma de financiamiento

En la siguiente tabla se detalla la manera que se financiara la inversión de la nueva empresa.

Tabla 79

Plan Financiero

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos propios	32.805,60	100,00%	64,19%
Efectivo	32.805,60	100,00%	64,19%
Bienes			
Recursos de terceros	18.300,00	100,00%	35,81%
Préstamo bancario	18.300,00	100,00%	35,81%
Total	51.105,60		100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota: Para el funcionamiento de la empresa el capital vendrá de dos partes, la primera con los recursos propios con un monto de \$ 32.805,60 y la segunda con un monto de \$ 18.300,00 por medio de un préstamo en la entidad financiera Produbanco con una tasa anual del 16.06% de interés a un plazo de 36 meses. (Produbanco, 2021)

5.5 Cálculo de Ingresos

Dentro del cálculo de ingresos de la empresa por el servicio a brindar, se establece la demanda insatisfecha que corresponde a 10.575 personas, dentro de esto se toma en cuenta

el número de servicios a brindar de acuerdo con la capacidad instalada que es de 272 servicios mensuales, los mismos que se detallan en el siguiente cuadro adjunto.

Tabla 80

Cálculo de ingresos

Producto	Unidad de medida	Costo unitario \$	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Unidades producidas	Ingreso mensual total
			%	\$			
Servicios deportivos	Unidades	9,68	0,55	5,32	15,00	272	4.081,09
Total, ingresos		9,68		5,32	15,00	272	4.081,09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota: El precio del servicio se determina con el promedio de los valores que están dispuestos a pagar los clientes que corresponde entre \$ 10 y \$ 20 de acuerdo con la encuesta realizada.

5.5.1 Proyección de Ingresos

Una vez obtenido el precio del servicio, se realiza la proyección de los ingresos por los cinco primeros años tomando en cuenta el crecimiento poblacional que corresponde al 1.50%, (INEC, 2010)

También a tomar en cuenta el promedio de inflación de los cinco últimos años que corresponde al 0.52% (INEC, 2010)

Tabla 81*Proyección de ingresos*

Producto	Cant	Precio Unitario	Total, año 1	Cant	Precio Unitario	Total, año 2	Cant	Precio Unitario	Total, año 3	Cant	Precio Unitario	Total, año 4	Cant	Precio Unitario	Total, año 5
Servicios deportivos	3.264	15,00	48.960,00	3.313	15,08	49.954,80	3.363	15,16	50.969,81	3.413	15,24	52.005,45	3.464	15,32	53.062,12
Total, proyección de ingresos	3.264	15,00	48.960,00	3.313	15,08	49.954,80	3.363	15,16	50.969,81	3.413	15,24	52.005,45	3.464	15,32	53.062,12

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

5.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la parte o actividad en la cual los ingresos son iguales a los costos totales, es decir que en este punto no se obtiene ni pérdidas ni ganancias para la empresa.

Tabla 82

Punto de Equilibrio

Descripción	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos	13.571,20	780,00	14.351,20
Gastos de Administración	13.444,41		13.444,41
Gastos de Ventas	1.360,01		1.360,01
Gastos Financieros	8.076,00		8.076,00
TOTAL	3.037,64	780,00	37.231,62
Ingresos totales			40.080,00
Número de unidades			3.264
Precio unitario de venta			15,00
Costo variable unitario			9,68

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Punto de equilibrio en dólares

Para determinar el punto de equilibrio se utilizó la siguiente formula:

Ecuación 2. Punto de Equilibrio

$$P. E. \$ = Cantidad de Equilibrio * Precio de venta Unit$$

$$P. E. \$ = 570,98 * 15$$

$$P.E.\$= 8.564,76$$

Según el cálculo realizado se puede determinar que la empresa tendrá un punto de equilibrio cuando tenga un ingreso de 8.564,76.

Punto de equilibrio en número de servicios a brindar

Ecuación 3. P. E. en número de servicio a brindar

$$P.E.U = \frac{\text{Costo Fijo}}{P.V.U - C.V.U}$$

$$P.E.U = \frac{8.037,64}{5,32}$$

$$P.E.U = 571$$

El punto de equilibrio en el número de servicios a brindar es de 571.

Punto de equilibrio en %

Ecuación 4. P. E. en %

$$P.E.\% = \frac{\text{Punto de Equilibrio} \$ \times 100}{\text{Ingresos Totales}}$$

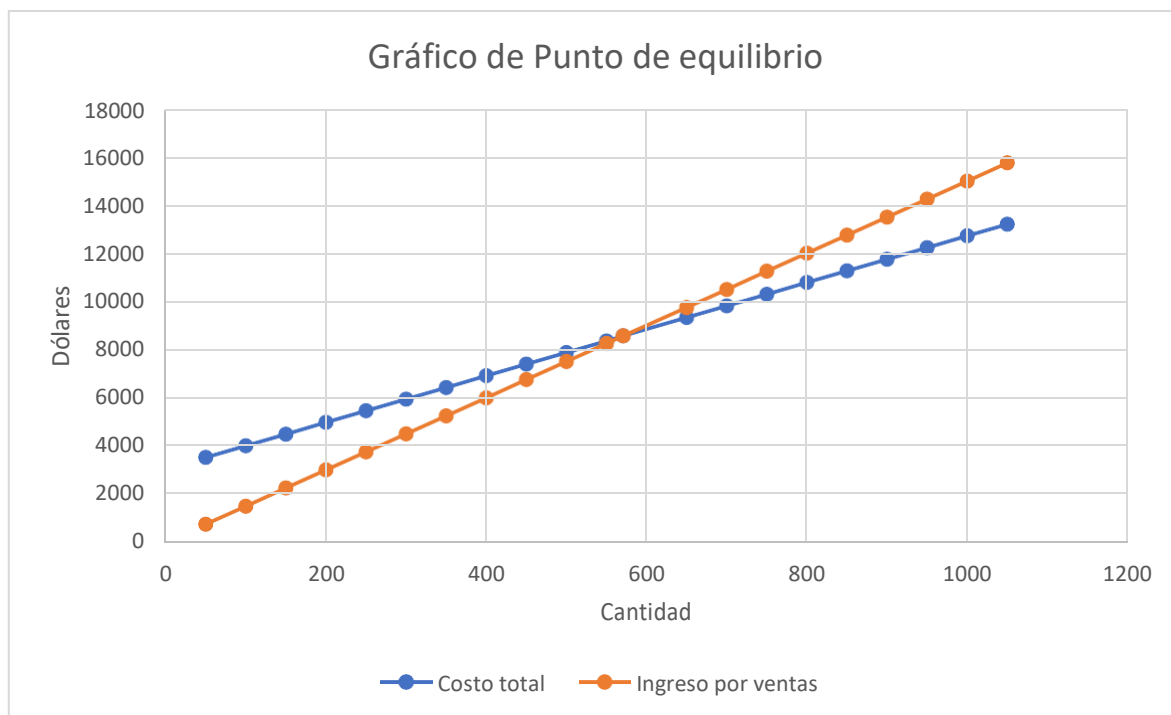
$$P.E.\% = \frac{3.037,64 \times 100}{4.080,00}$$

$$P.E.\% = 74,45$$

De esta manera una vez realizado el cálculo se determina que el porcentaje obtenido se determina que las ventas totales corresponden al 74,45% valores que serán empleados en el pago de los costos fijos y variables, mientras que el 25,55% restante es la utilidad neta que obtendrá la empresa.

Gráfico 24

Punto de equilibrio



Nota: Investigación propia; elaborado por: El Autor

5.7 Estado de Resultados Projectado

El estado de resultados nos permite conocer si la empresa contará con un crecimiento de su capital, estos resultados son de suma importancia para el inicio de la actividad económica, además nos ayuda a conocer si la empresa generará utilidad o pérdida desde el primer año, estos valores se reflejan en la siguiente tabla.

Tabla 83*Estado de resultados*

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingreso por ventas	48.960,00	49.954,80	50.969,81	52.005,45	53.062,12
(-)	Costo de ventas	14.750,61	14.827,90	14.905,60	14.983,70	15.062,22
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	34.209,39	35.126,90	36.064,21	37.021,74	37.999,90
(-)	Gastos de venta	1.360,01	1.367,13	1.374,30	1.381,50	1.388,74
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	32.849,38	33.759,76	34.689,91	35.640,24	36.611,17
(-)	Gastos Administrativos	13.444,41	13.514,86	13.585,67	13.656,86	13.728,42
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	19.404,98	20.244,91	21.104,24	21.983,38	22.882,74
(-)	Gastos Financieros	8.076,00	8.076,00	8.076,00	0,00	0,00
(+)	Otros Ingresos	0	0	0	0	0
(-)	Otros Egresos	0	0	0	0	0
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	11.328,98	12.168,91	13.028,24	21.983,38	22.882,74
(-)	15% Participación trabajadores	1.699,35	1.825,34	1.954,24	3.297,51	3.432,41
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	9.629,63	10.343,57	11.074,00	18.685,87	19.450,33
(-)	Impuesto a la renta 30%	2.888,89	3.103,07	3.322,20	5.605,76	5.835,10
(=)	UTILIDAD o PÉRDIDA DEL EJERCICIO	6.740,74	7.240,50	7.751,80	13.080,11	13.615,23

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Nota: De acuerdo con los resultados obtenidos se puede identificar que la empresa tendrá una utilidad en el primer año de \$ 6.740,74.

Es importante indicar que para el cálculo del impuesto a la renta se utilizó la tabla referencial expedida por el Servicio de Rentas Internas 2020 (SRI, 2021)

5.8 Flujo de Caja

El flujo de caja nos permite demostrar los movimientos de dinero en efectivo durante un periodo determinado y a partir de estos podremos calcular los indicadores financieros.

Tabla 84

Estado de resultados

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	0,00	48.960,00	49.954,80	50.969,81	52.005,45	53.062,12
Recuperación por ventas		48.960,00	49.954,80	50.969,81	52.005,45	53.062,12
B. EGRESOS OPERACIONALES	0,00	29.555,02	29.709,89	29.865,57	30.022,07	30.179,38
Pago a proveedores		14.750,61	14.827,90	14.905,60	14.983,70	15.062,22
Gastos de ventas		1.360,01	1.367,13	1.374,30	1.381,50	1.388,74
Gastos de Administración		13.444,41	13.514,86	13.585,67	13.656,86	13.728,42
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,00	19.404,98	20.244,91	21.104,24	21.983,38	22.882,74
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	51.105,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos financieros a largo plazo	18.300,00					
Aporte del capital	32.805,60					
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	51.105,60	12.664,24	13.004,41	13.352,44	8.903,27	9.267,51
Pago de crédito financiero		8.076,00	8.076,00	8.076,00		
Pago de participación de utilidades		1.699,35	1.825,34	1.954,24	3.297,51	3.432,41
Pago de impuesto a la renta		2.888,89	3.103,07	3.322,20	5.605,76	5.835,10
Capital de trabajo	24.472,60					
Adquisición de activos fijos	25.953,00					
Otros Egresos	680,00					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	0,00	-	-	-	-8.903,27	-9.267,51
G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)	0,00	32.069,21	33.249,32	34.456,68	30.886,65	32.150,25
H. SALDO INICIAL DE CAJA			32.069,21	65.318,53	99.775,21	130.661,85
I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)		32.069,21	65.318,53	99.775,21	130.661,85	162.812,11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Nota: El flujo de caja realizado refleja la inversión inicial con un valor de \$51.105,60 y con un flujo de caja para el primer año de \$ 32.069,21.

5.9 Evaluación financiera

La evaluación financiera no permite identificar, valorar y comparar los valores obtenidos y saber si el proyecto va a dejar pérdidas o ganancias y el tiempo de recuperación de la inversión, permitiendo conocer si es o no factible invertir en la nueva empresa.

5.9.1 Indicadores

5.9.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto se determina con la diferencia de los ingresos y los egresos obtenidos en el estudio financiero con el propósito de saber si se acepta o no el proyecto de acuerdo con los siguientes criterios.

- Si el VAN es > 0 ; se acepta el proyecto
- Si el VPN es < 0 ; se rechaza

Para el cálculo de VAN se debe primeramente establecer el TMAR Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento el cual corresponde al rendimiento económico que esta dispuesto a recibir el inversionista por el valor del proyecto.

Para este cálculo de la TMAR según el autor (Urbina, 2016) se ha considerado el promedio de la tasa de inflación de los últimos 5 años de acuerdo con las cifras oficiales del INEC (anexo 3) en las cuales dan un promedio de 0.52% (INEC, 2021) y también debemos considerar la tasa de interés pasiva efectivas referenciales por plazo vigentes hasta el mes de Junio del 2021, el mismo que se encuentra en un 7.76% (anexo2) de acuerdo con la información del BCE (Banco Central del Ecuador, 2021)

De acuerdo con el siguiente calculo:

TMAR= Tasa de Inflación + Tasa de Interés Pasiva Efectiva Referencial por plazo

TMAR= 0.52% + 7.76%

TMAR= 8.28%

De acuerdo con estos resultados procedemos a realizar el cálculo de VAN.

Tabla 85

Valor actual neto (VAN)

Años	FCN	(1+i)^{An}	Valor Actual
0	-51.105,60		-51.105,60
1	32.069,21	1,08	29.615,84
2	33.249,32	1,17	28.356,60
3	34.456,68	1,27	27.138,17
4	30.886,65	1,37	22.465,37
5	32.150,25	1,49	21.595,48
			78.065,86

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Según el cálculo realizado se determina que el VAN es positivo con un valor de \$ 78.065,86 con una inversión de \$51.105,60 por lo tanto según lo establecido el proyecto es viable, ya que el VAN es superior a 0.

5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la tasa de rentabilidad promedio anual que el proyecto pagaría a los inversionistas por invertir su dinero en la empresa si decide llevar a cabo el proyecto

Tabla 86*Tasa interna de retorno (TIR)*

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-51.105,60	29.615,84	28.356,60	27.138,17	22.465,37	21.595,48
TIR	45,21%				

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

Según los resultados obtenidos la TIR será de 45,21% que en comparación con la TMAR que es de 8.28% esto quiere decir que la tasa interna de retorno es mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento lo que significa que el proyecto es viable.

5.9.1.3 Beneficio Costo

El costo beneficio nos permite determinar el valor que generará la nueva empresa por la inversión de cada dólar, de acuerdo con la siguiente tabla adjunta.

Tabla 87*Beneficio Costo*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	- 51.105,60	48.960,00	49.954,80	50.969,81	52.005,45	53.062,12
Beneficio/Costo	1,19					

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** El Autor

De acuerdo a los resultados obtenidos se identifica que la empresa obtendrá un costo beneficio de 1.19, esto quiere decir que por cada dólar invertido obtendrá un beneficio de \$0.19 dolares.

5.9.1.4 Período de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión nos permite conocer en cuantos años se recuperará el capital invertido en la empresa.

Tabla 88

Periodo de recuperación

Año	Flujo de Efectivo	Periodo de Recuperación
0		-51.105,60
1	32.069,21	-19.036,39
2	33.249,32	14.212,93
3	34.456,68	48.669,61
4	30.886,65	79.556,25
5	32.150,25	111.706,51
PR=	3,08	Años

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

CONCLUSIONES

Mediante el estudio de campo se puede establecer que existe un mercado atractivo para este tipo de negocio, también se logra establecer un adecuado funcionamiento de esta, al obtener los flujos y resultados positivos según los indicadores financieros para el funcionamiento adecuado y la implementación de la empresa.

Además, se determinan la estructura organizacional de la empresa, su respectivo estudio legal jurídico el organigrama funcional de la empresa con sus respectivas descripciones de los puestos de trabajo de los empleados.

Según el estudio económico se logra establecer las inversiones necesarias para la implementación del proyecto dando resultados positivos y se concluye con la factibilidad del proyecto por todos los resultados financieros arrojados en el mismo.

RECOMENDACIONES

Para la puesta en marcha de la empresa se debe tomar en cuenta el crecimiento poblacional, la aplicación de estrategias con las cuales la empresa va a contar según los recursos de la empresa.

Es necesario cumplir con todos los requisitos legales, sobre todo en la obtención de los permisos de funcionamiento para no tener novedades de multas o cierres temporales.

También se recomienda seguir todos los pasos planteados de acuerdo con los indicadores financieros, así como también los plazos de ejecución de las actividades internas para conseguir las metas propuestas y resultados concretos en cada uno de los integrantes de la empresa.

Es necesario conocer las preferencias de los clientes a través de las herramientas establecidas para este fin o mediante la recopilación de datos.

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Central del Ecuador. (Junio de 2021). Tasas de interes. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasasVigentes062021.htm>
- Cotrina, C. (2019). Diseño y evaluación de proyectos socio- educativos y culturales.
- Garcia, I. F. (2019). La homeopatía en el deporte. miret.
- Gitman, L. J. (2005). Fundamentos de Inversiones. Madrid.
- INEC. (2010). Resultados del Censo. En Fascículo Provincial de Pichincha. Quito. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- Lemos, P. L. (2016). Herramientas para la mejora de la Calidad. España: Fundación Cofemetal.
- LUAE. (2021). Direccion de Prevencion de Incendios. Obtenido de <https://portal.bomberosquito.gob.ec:8181/luae-war/Consulta.jsf>
- LUAE. (11 de 02 de 2021). Licencia Metropolitana Unica para el ejercicio de actividades economicas. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- Martin, F. A. (2011). La encuesta una perspectiva general metodologica . Madrid.
- Ollier, F. (04 de 09 de 2019). El deporte como arma de distracción masiva. Revista Española de Sociología (RES) 2019 © Federación Española de Sociología doi:10.22325/fes/res.2019.09. Francia.
- Porter, M. (2017). Ser competitivo. Barcelona.
- Produbanco. (2021). Simulador de prestamos. Obtenido de <https://www.produbanco.com.ec/banca-minorista/cr%C3%A9ditos/consumo/simulador-de-cr%C3%A9dito-de-consumo/>
- Servicio Nacional De Derechos Intelectuales. (2020). Derechos Intelectuales. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/#>
- SRI, S. d. (21 de 04 de 2021). Inscripcion del Registro Unico de Contribuyentes. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-regimen-general-persona-natural-ecuatoriana-extranjera-residente>
- Superintendencia De Compañías. (09 de 06 de 2020). Constitucion Electronica De Compañías. Obtenido de <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-electronica->

companias

Thompson, I. (2009). Definicion de producto marketing free.

TramitesyRequisitos. (2020). Pasos y requisitos para crear una empresa en Ecuador.

Obtenido de <https://tramitesyrequisitos.com/ecuador/crear-empresa/>

Urbina, G. B. (2016). Evaluacion de Proyectos. Mexico.

ANEXOS

Anexo N.º 1 Encuesta

DISEÑO DE LA ENCUESTA



Encuesta de gustos y preferencias al momento de utilizar las instalaciones donde se ofrecen servicios deportivos como el indor fútbol, ecua vóley, fútbolín, ping pong, billar.

Objetivo: Motivar a la comunidad la práctica deportiva, la salud de su cuerpo, el sano esparcimiento con el uso de las instalaciones donde se ofertan los servicios deportivos en la parroquia de Calderón, ciudad de Quito.

Instrucciones: A continuación, se presentan una serie de preguntas que usted debe responder, por favor léalas detenidamente y responda de acuerdo con su criterio.

1. Coloque su edad

Edad ()

2. ¿Cuál es su sexo?

Masculino () Femenino ()

3. ¿Qué tipo de deporte o actividad física le gustaría practicar?

() Fútbol

() Indor fútbol

() Ecua vóley

() Billar

() Ping pong

() Fútbolín

() Básquet

4. ¿Con qué frecuencia practica su deporte preferido?

- ☐ Una vez por semana
- ☐ Tres veces por semana
- ☐ Cinco veces por semana
- ☐ Cada quince días

5. ¿Cuál es su motivación para practicar estos deportes?

- ☐ Mejorar su salud
- ☐ Por diversión
- ☐ Estar competitivo
- ☐ Apuestas de dinero

6. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por estos servicios?

- ☐ De 10 a 20 dólares
- ☐ De 20 a 30 dólares
- ☐ De 30 a 40 dólares
- ☐ Mas de 40 dólares

7. ¿Al momento de utilizar este tipo de servicios deportivos que prioriza usted?

- ☐ Precio
- ☐ Calidad
- ☐ Servicio
- ☐ Instalaciones

8. ¿Considera que es necesario implementar este tipo de servicios en la parroquia de Calderón?

- ☐ Si
- ☐ No

9. ¿En qué sitios practica este tipo de deporte?

- ☐ Canchas del barrio
- ☐ Canchas privadas
- ☐ Espacios públicos

☐ En mi hogar

10. ¿Por qué considera realizar este deporte en las instalaciones donde lo practica?

☐ Cercanía

☐ Precio

☐ Instalaciones

☐ Estatus

☐ Servicio brindado

11. ¿Está satisfecho en las instalaciones en las que realiza deporte?

☐ Si estoy muy satisfecho

☐ Si, aunque pudiese mejorar

☐ No me gustan mucho

☐ No me gustan para nada

12. ¿Cambiaría de instalaciones si le ofrecieran otro tipo de servicio?

☐ Si cambiaría

☐ No, muchas gracias

Gracias por su atención

[illegible]

Anexo N.º 3 Tabla del impuesto a la Renta

IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES			
AÑO 2021 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.212	0	0%
11.212	14.285	0	5%
14.285	17.854	154	10%
17.854	21.442	511	12%
21.442	42.874	941	15%
42.874	64.297	4.156	20%
64.297	85.729	8.440	25%
85.729	114.288	13.798	30%
114.288	En adelante	22.366	35%
NAC-DGERCGC20-00000077 publicada en el 25.R.O. 359 de 29/12/2020			
AÑO 2020 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.315,00	0	0%
11.315,01	14.416,00	0	5%
14.416,01	18.018,00	155	10%
18.018,01	21.639,00	515	12%
21.639,01	43.268,00	950	15%
43.268,01	64.887,00	4.194	20%
64.887,01	86.516,00	8.518	25%
86.516,01	115.338,00	13.925	30%
115.338,01	En adelante	22.572	35%
NAC-DGERCGC19-00000063 publicada en el S.R.O. 108 de 26/12/2019			
AÑO 2019 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.310	0	0%
11.310	14.410	0	5%
14.410	18.010	155	10%
18.010	21.630	515	12%
21.630	43.250	949	15%
43.250	64.860	4.193	20%
64.860	86.480	8.513	25%
86.480	115.290	13.920	30%
115.290	En adelante	22.563	35%
NAC-DGERCGC19-00000001 publicada en el S.R.O 398 de 03/01/2019			
AÑO 2018 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.270	0	0%
11.270	14.360	0	5%
14.360	17.950	155	10%
17.950	21.550	514	12%
21.550	43.100	946	15%
43.100	64.630	4.178	20%
64.630	86.180	8.484	25%
86.180	114.890	13.872	30%
114.890	En adelante	22.485	35%
NAC-DGERCGC17-00000623 publicada en el S.R.O 149 de 28/12/2017			
Año 2017 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.290	0	0%
11.290	14.390	0	5%
14.390	17.990	155	10%
17.990	21.600	515	12%
21.600	43.190	948	15%
43.190	64.770	4.187	20%
64.770	86.370	8.503	25%
86.370	115.140	13.903	30%
115.140	En adelante	22.534	35%
NAC-DGERCGC16-00000507 publicada en el 25.R.O. 912 de 29/12/2016			
Año 2016 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.170	0	0%
11.170	14.240	0	5%
14.240	17.800	153	10%
17.800	21.370	509	12%
21.370	42.740	938	15%
42.740	64.090	4.143	20%
64.090	85.470	8.413	25%
85.470	113.940	13.758	30%
113.940	En adelante	22.299	35%
NAC-DGERCGC15-00003195 publicada en el S.R.O. 657 de 28/12/2015			

Anexo N.º 4 Tabla de la tasa de interés

contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasasVigentes062021.htm

Tasas de Interés			
Junio 2021			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.06	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.78	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.14	Productivo PYMES	11.83
Consumo	16.56	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.10	Educativo	9.50
Educativo Social	5.91	Educativo Social	7.50
Vivienda de Interés Público	4.97	Vivienda de Interés Público	4.99
Vivienda de Interés Social	4.98	Vivienda de Interés Social	4.99
Inmobiliario	10.07	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Minorista	20.12	Microcrédito Minorista	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple	20.99	Microcrédito de Acumulación Simple	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.55	Microcrédito de Acumulación Ampliada	23.50
Inversión Pública	8.32	Inversión Pública	9.33
De acuerdo a la Resolución 603-2020-R, de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.			
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.51	Depósitos de Ahorro	1.08
Depósitos monetarios	0.81	Depósitos de Tarjetahabientes	1.18
Operaciones de Reporto	1.50		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.24	Plazo 121-180	5.57
Plazo 61-90	4.39	Plazo 181-360	5.95
Plazo 91-120	4.98	Plazo 361 y más	7.76
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO			
(según regulación No. 133-2015-M)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			