

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CANCHA DE
FÚTBOL DE CESPED SINTÉTICO EN LA PARROQUIA DE EL QUINCHE,
PROVINCIA DE PICHINCHA**

AUTOR:

DIEGO ARMANDO GALARZA PINANJOTA

DIRECTOR:

Dr. CARLOS SALAZAR

Quito, Enero del 2012

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo de grado, son de exclusiva responsabilidad de DIEGO ARMANDO GALARZA PINANJOTA

Quito, Enero -2012.

(f) _____

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo realizado para poder culminar mi tesis de grado, lo dedico con mucho amor, orgullo y humildad a Dios y a todos mis seres queridos, en especial a mis padres, hermano y esposa que con su comprensión, motivación, paciencia y apoyo incondicional me han ayudado a culminar esta importante etapa de mi vida.

Diego Galarza

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento especial va dirigido a Dios por guiar mis pasos y por todas las bendiciones que me da cada segundo de mi vida.

A mis padres: Blanca y Humberto, a mi hermano: César, y de manera muy especial a mi esposa: Liliana, por haber estado a mi lado durante todos estos años de mi vida estudiantil, apoyándome, confiando en mis capacidades, y dándome fuerzas en los momentos más difíciles de mi vida.

A mi director de tesis, Dr. Carlos Salazar, por su infinita colaboración y paciencia, al momento de elaborar esta tesis de grado, brindándome consejos que me van a ayudar con toda seguridad durante toda mi vida profesional y personal.

A todos mis seres querido que creyeron en mi..

Gracias

INDICE

Pág.

Capítulo I.....	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Historia del fútbol.....	3
1.2.1. Orígenes.....	3
1.2.2. Las Islas Británicas, el hogar del fútbol.....	4
1.2.3. Oposición al deporte.....	6
1.2.4. El crecimiento global.....	7
1.2.5 Historia del fútbol ecuatoriano.....	11
1.2.6 Historia del fútbol rápido.....	14
1.2.7 Importancia del Fútbol.....	15
1.2.8. Reglas del fútbol.....	16
1.2.8.1 Reglas del indoor fútbol.....	33
1.3 Situación actual donde se realiza este proyecto.....	35
1.3.1 Datos Generales de El Quinche.....	36
1.3.1.1 El Quinche como ciudad.....	37
1.3.1.2 Los atractivos turísticos.....	38
1.3.1.3 Producción.....	38
1.3.1.4 Calendario festivo.....	39
1.3.1.5 Manifestaciones Culturales.....	39
1.3.1.6 Personaje.....	39
1.3.1.7 Comidas típicas.....	39
1.3.1.8 Clima.....	40
1.3.1.9 Vías de acceso.....	40
1.4. Problemas y oportunidades.....	40
1.5 Características del servicio.....	42
1.5.1 Factores claves para el éxito.....	44
1.5.2 Alquiler de cancha.....	44
1.5.3 Campeonatos.....	45
1.5.4. Perspectivas de la investigación.....	45
1.6 Alcance.....	46
1.7 Objetivo.....	46
1.7.1 Objetivos Específicos.....	47

Capítulo II	48
2.1 Estudio de Mercado y su análisis.....	48
2.1.1 Mercado.....	48
2.1.2. Estudio de mercado.....	49
2.1.2.1 El proceso del estudio de mercado.....	50
2.1.2.2 Fuentes para el estudio de mercado.....	51
2.1.2.3 Objetivo del estudio de mercado.....	52
2.1.2.4 Identificación del servicio.....	54
2.1.2.4.1 Características del servicio.....	54
2.2 Investigación de mercados.....	55
2.2.1 Segmentación del mercado.....	56
2.2.1.1 Segmentación de mercados del proyecto.....	57
2.3 Diseño del plan de investigación.....	58
2.3.1 Selección del tamaño de la muestra.....	59
2.3.2 Prueba Piloto.....	59
2.3.2.1 Formato de encuesta piloto.....	60
2.3.2.2 Resultados de la encuesta piloto.....	61
2.4 Selección de la técnica de muestreo.....	62
2.4.1 Muestreo no probabilístico.....	62
2.5 Definición de la unidad muestral.....	63
2.6 Tamaño del universo.....	64
2.7 Selección del tamaño de la muestra.....	64
2.8 Diseño del cuestionario.....	65
2.9 Análisis de los resultados.....	69
2.10 Análisis de la demanda.....	81
2.10.1 La demanda.....	81
2.10.2 Factores que afectan la demanda.....	82
2.10.3 Comportamiento histórico de la demanda.....	84
2.10.4 Demanda actual.....	85
2.10.5 Proyección de la demanda.....	85
2.11 Análisis de la oferta.....	86
2.11.1 La oferta.....	86
2.11.2 Factores que afectan a la oferta.....	87
2.11.3 Comportamiento histórico de la oferta.....	88

2.11.4 Oferta actual.....	88
2.11.5 Proyección de la oferta.....	91
2.12 Determinación de la demanda insatisfecha.....	92
2.13 Matriz Boston Consulting Group (BCG).....	93
2.14 Matriz de implicación.....	94
2.15 Macro- segmentación.....	95
2.16 Micro-segmentación.....	96
2.17 Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	97
2.17.1 Competidores.....	99
2.17.2 Sustitutos.....	100
2.17.3 Consumidores.....	100
2.17.4 Proveedores.....	100
2.18 Marketing mix: 4 P's.....	101
2.18.1 Producto.....	103
2.18.1.1 Marca.....	104
2.18.1.2 Logo.....	104
2.18.1.3 Slogan.....	105
2.18.2 Precio.....	105
2.18.3 Plaza.....	106
2.18.4 Promoción.....	106
2.18.4.1 Canales de comunicación.....	107
2.18.5 Canales de distribución.....	108
Capítulo III.....	109
3.1 Estudio Técnico.....	109
3.1.1 Tamaño del proyecto.....	109
3.1.2 Factores determinantes del proyecto.....	109
3.1.2.1 El mercado.....	109
3.1.2.2 Disponibilidad de recursos financieros.....	110
3.1.2.3 Disponibilidad de mano de obra.....	111
3.1.2.4 Economías de escala.....	111
3.1.2.5 Disponibilidad de tecnología.....	112
3.1.2.6 Disponibilidad de insumos.....	112

3.2 Localización del proyecto.....	114
3.2.1 Macro localización.....	114
3.2.2 Micro localización.....	116
3.3 Ingeniería del proyecto.....	118
3.3.1 Proceso de prestación del servicio.....	118
3.3.1.1 Operaciones relacionadas con el servicio.....	119
3.3.1.1.1 Diagrama de flujo.....	119
3.3.2 Requerimiento de mano de obra.....	123
3.3.3 Distribución y diseño de las instalaciones.....	124
3.3.3.1 Obra física.....	125
3.3.3.1.1 Campo de juego.....	125
3.3.3.1.2 Área de meta.....	126
3.3.3.1.3 Área penal.....	126
3.3.3.1.4 Área de esquina.....	126
3.3.3.1.5 Los Marcos.....	126
3.3.3.1.6 Redes.....	126
3.3.3.1.7 Edificio.....	127
3.3.4 Recursos materiales.....	127
3.3.4.1 Especificaciones de la obra civil.....	127
3.3.4.1.1 Instalación del césped sintético.....	127
3.3.4.1.2 Especificaciones técnicas del césped.....	133
3.3.4.1.3 Mantenimiento de cancha sintética.....	133
3.3.5 Requerimiento de maquinaria y equipos.....	135
3.3.6 Insumos.....	136
Capítulo IV.....	137
4.1 Estudio Organizacional.....	137
4.1.1 Cultura organizacional.....	138
4.1.2 Estructura organizacional.....	138
4.1.2.1 Estructura del organigrama funcional.....	139
4.1.2.2 Funcionamiento de la organización.....	139
4.1.3 Organigrama.....	140
4.1.4 Recursos humanos.....	141
4.1.4.1 Descripción de funciones del personal.....	142

4.2 Planeamiento estratégico.....	150
4.2.1 Quienes somos.....	152
4.2.2 Misión.....	152
4.2.3 Visión.....	152
4.2.4 Valores.....	152
4.2.5 Principios.....	153
4.2.6 Estrategias.....	154
4.2.7 Objetivos estratégicos.....	155
4.3 Matriz FODA.....	156
4.4 Estudio de requisitos legales.....	157
4.4.1 La empresa.....	157
4.4.1.1 Tipos de sociedades en Ecuador.....	157
4.4.2 Tipo de empresa escogida para el proyecto.....	161
4.4.2.1 Nombre o Razón Social.....	161
4.4.2.2 Socios.....	162
4.4.2.3 Constitución de la compañía.....	162
4.4.2.4 Requisitos para el funcionamiento de la empresa.....	164
4.4.2.5 Requisitos para obtención del RUC.....	164
Capítulo V.....	165
5.1 Estudio Financiero.....	165
5.1.1 Inversión inicial.....	165
5.1.1.1 Activos fijos.....	166
5.1.1.1.1 Terreno.....	166
5.1.1.1.2 Césped sintético.....	167
5.1.1.1.3 Edificio.....	167
5.1.1.1.4 Mobiliario.....	168
5.1.1.1.4.1 Maquinaria y equipos para campo de juego.....	168
5.1.1.1.4.2 Equipos de computación.....	168
5.1.1.1.4.3 Equipos de oficina.....	169
5.1.1.1.4.4 Muebles y enseres.....	169
5.1.1.2 Depreciación.....	170
5.1.1.2.1 Porcentajes de depreciación.....	170

5.1.1.2.2 Forma de cálculo.....	170
5.1.1.3 Activos intangibles.....	171
5.1.1.4 Capital de trabajo.....	171
5.1.1.4.1 Gastos administrativos.....	172
5.1.1.4.2 Gastos operativos.....	173
5.1.1.4.3 Gastos de comercialización.....	173
5.2 Financiamiento.....	174
5.2.1 Formula amortización de la deuda por cuota fija.....	175
5.2.2 Amortización de la deuda del proyecto.....	176
5.3 Mercado potencial.....	177
5.3.1 Proyección de la demanda.....	177
5.4 Presupuestos del proyecto.....	178
5.4.1 Ingresos.....	178
5.4.1.1 Ingresos por alquiler de cancha.....	178
5.4.1.2 Ingresos por campeonatos.....	179
5.4.1.3 Ingresos por bar.....	179
5.4.1.4 Presupuesto de ingresos.....	179
5.4.2 Gastos.....	181
5.4.2.1 Gastos operativos.....	181
5.4.2.1.1 Gastos por alquiler de cancha.....	181
5.4.2.1.2 Gastos por campeonatos.....	181
5.4.2.2 Gastos administrativos.....	182
5.4.2.3 Gastos de ventas.....	182
5.4.2.4 Gastos no operativos.....	182
5.4.2.5 Presupuesto de Egresos.....	183
5.5 Punto de equilibrio.....	184
5.5.1 Punto de equilibrio del proyecto.....	185
5.6 Estados financieros.....	186
5.6.1 Balance general.....	186
5.6.2 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	187
5.7 Flujo de caja.....	189
5.8 Evaluación del proyecto.....	190
5.8.1 Vida útil del proyecto.....	190
5.8.2 Tasa de descuento.....	191

5.8.3 Valor Actual Neto (VAN).....	192
5.8.4 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	193
5.8.5 Período de recuperación.....	195
5.8.6 Beneficio/Costo (B/C).....	196
Capítulo VI.....	197
6.1 Conclusiones.....	197
6.2 Recomendaciones.....	200
6.3 Bibliografía.....	202
Anexos.....	206

Índice de Anexos	Pág.
Anexo N. 1: Población de la parroquia El Quinche.....	207
Anexo N. 2: Encuestas piloto.....	208
Anexo N. 3: Encuestas del proyecto.....	209
Anexo N. 4: Tasa de crecimiento Poblacional de la parroquia El Quinche.....	210
Anexo N. 5: Tasa de crecimiento Poblacional del cantón Cayambe.....	211
Anexo N. 6: Trámites para la patente municipal.....	212
Anexo N. 7: Escritura del terreno propiedad del socio del proyecto.....	214
Anexo N. 8: Cotización del césped sintético.....	215
Anexo N. 9: Sueldo personal administrativo.....	216
Anexo N. 10: Sueldo personal operativo.....	219
Anexo N. 11: Inflación anual promedio.....	222
Anexo N. 12: Cotización de la construcción.....	223
Anexo N. 13: Cotización equipos para la cancha de fútbol.....	224
Anexo N.14: Cuadro de insumos.....	225
Anexo N. 15: Cotización de insumos.....	226

Índice de Gráficos	Pág.
Gráfico N. 1: El Quinche.....	36
Gráfico N. 2: Matriz B.C.G del Negocio.....	94
Gráfico N. 3: Matriz de Implicación del negocio.....	95
Gráfico N.4: Modelo de las 5 fuerzas Porter.....	99
Gráfico N. 5: Macro localización del Proyecto.....	115
Gráfico N. 6: Micro localización del Proyecto.....	118

Índice de Cuadros	Pág.
Cuadro N. 1: Datos de El Quinche.....	37
Cuadro N. 2: Cuadro de población masculina de El Quinche.....	64
Cuadro N. 3: Proyección de la demanda de la parroquia El Quinche en número de personas tasa de crecimiento 2.37% anual.....	85
Cuadro N. 4: Competencia para el negocio.....	91
Cuadro N. 5: Proyección de la Oferta del Pórtico al año 2016 Tasa de crecimiento 2.51% anual (Cayambe).....	92
Cuadro N. 6: Macro segmentación del negocio.....	96
Cuadro N. 7: Competidor directo.....	99
Cuadro N. 8: Competencia indirecta.....	100
Cuadro N. 9: Flujograma del proyecto para la prestación del servicio.....	121
Cuadro N. 10: Distribución de las instalaciones en m2.....	124
Cuadro N.11: Lista de maquinaria y equipos.....	135
Cuadro N. 12: Insumos y suministros requeridos.....	136
Cuadro N. 13: Organigrama de la empresa “El Rapidito, futbol rápido 7”.....	141
Cuadro N. 14: Matriz FODA del negocio.....	156
Cuadro N. 15: Aportaciones de Socios.....	162
Cuadro N. 16: Inversión inicial.....	166
Cuadro N. 17: Terreno.....	166
Cuadro N. 18: Césped sintético de la empresa England Field.....	167
Cuadro N. 19: Edificio.....	167
Cuadro N. 20: Maquinaria y Equipos.....	168
Cuadro N. 21: Equipos de computación.....	168
Cuadro N. 22: Equipos de oficina.....	169
Cuadro N. 23: Muebles y enseres.....	169
Cuadro N. 24: Depreciaciones.....	170
Cuadro N. 25: Capital de trabajo.....	172
Cuadro N. 26: Gastos administrativos.....	172
Cuadro N. 27: Gastos operativos.....	173
Cuadro N. 28: Gastos de comercialización.....	174
Cuadro N. 29: Préstamo.....	175
Cuadro N. 30: Amortización de la deuda.....	176

Cuadro N. 31: Presupuesto de ingresos.....	180
Cuadro N. 32: Presupuesto de Egresos.....	183
Cuadro N. 33: Punto de equilibrio.....	185

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

La cultura es el conjunto de expresiones de una sociedad, y como tal el fútbol no está exento de la misma, en nuestro país Ecuador, la mayor parte de la población tiene como hábito practicar este deporte, no solo como una disciplina deportiva, sino también como una actividad de sano entretenimiento, pero por la falta de lugares apropiados, las personas terminaron optando por jugar en las vías de tránsito, volviéndose así una costumbre tradicional de nuestra población. Como consecuencia de esta situación los vehículos particulares y públicos no pueden circular normalmente debido a que se congestiona el tráfico, además hay mayor riesgo por ser lugares abiertos sin seguridad, aumenta el número de accidentes y de muertos.

Conociendo de este problema que afecta al país, mediante un estudio se dispondrá a proponer la creación de una cancha de fútbol de césped sintético que genere expectativas y encause las propuestas, tendencias y necesidades del mercado, ya que la actividad física y el deporte vienen siendo considerados desde hace varios años un importante sector económico, atractivo, dinámico y creciente, el cual busca satisfacer necesidades nuevas derivadas de las condiciones de vida modernas que contribuyan a mejorar estilos de vida, satisfacción de necesidades y ampliación de las opciones recreativas del usuario.

El Quinche requiere una nueva alternativa que diversifique los servicios y motive a los usuarios a participar de ellos; sabemos que el número de campos deportivos que se encuentran ahí no logran cubrir la demanda de usuarios; los terrenos naturales están en malas condiciones provocando lesiones graves a los deportistas; y las canchas sintéticas debido a sus altos costos de alquiler y lo distante que se encuentran dichas canchas con respecto a la parroquia , no resultan factibles para la comunidad.

Con esta información se ha elegido realizar este estudio en la parroquia El Quinche cubriendo así en gran parte la demanda de todos los moradores de tan linda parroquia; con esta nueva opción los amantes del fútbol ya no irían a otros sitios a

realizar este deporte y se contribuiría además en la reducción de actividades no favorables para el desarrollo personal de los niños y jóvenes. Además se debe tomar en cuenta que el uso de las canchas sintéticas en los últimos años ha demostrado un crecimiento considerable en todo el mundo, debido a sus múltiples adaptaciones, tolerancia a inclemencias climáticas y una notable resistencia al paso del tiempo. Los beneficios del césped artificial para la práctica deportiva son cada día más que evidentes, no en vano, las diferencias con la hierba natural son casi inexistentes gracias a los últimos avances técnicos y científicos que han convertido a las superficies sintéticas en auténticas alfombras verdes sobre las que disputan un partido. Pero además, desde un punto de vista médico la hierba artificial ya ha dejado de lado los prejuicios que, en los años ochenta, aseguraban que las lesiones deportivas eran más frecuentes en superficies sintéticas que en las de césped natural¹.

Sin embargo, los estudios realizados por profesionales médicos demuestran, lo erróneo de esta idea. Según el informe editado en la “UEFA Medicine Matters” de la UEFA (Unión de Asociaciones de Fútbol Europeas) demuestra que las lesiones son, incluso, levemente inferiores en estas superficies que en las de hierba natural: en 1.000 horas de entrenamiento, 2,42 en canchas de césped sintético frente a las 2,94 en las de hierba natural; mientras que en 1.000 horas de partido, 19,60 de la hierba artificial frente a las 21,48 de la natural. Entre otras ventajas que nos da el crear una cancha de este tipo son que vienen a solucionar los inconvenientes que se presentan con terrenos tradicionales, confort para el deportista, mejor aplicabilidad de la técnica, mayor seguridad, y ahorro en el mantenimiento del campo, ya que las canchas sintéticas necesitan de un mini tractor y un obrero, mientras que para el cuidado del césped natural hay que tener riego, fertilizantes, abonos y una cuadrilla de no menos de 12 hombres, el cual es un mantenimiento más costoso. Las canchas sintéticas también han presentado desventajas que la tecnología ha ido resolviendo, y por eso a pesar de ellas, lo más seguro es que como la rueda, los celulares o la Internet, las canchas artificiales se terminarán imponiendo por todas las ventajas que representan, y en un futuro cercano solo se jugara sobre ellas².

¹[http:// www.forbex.com/césped sintético para canchas de fútbol](http://www.forbex.com/césped_sintético_para_canchas_de_fútbol), 2010.

² Publicación Informativa sobre la actualidad del sector del Césped Sintético; UEFA (Unión de Asociaciones de Fútbol Europeas), 2008.

1.2 Historia del fútbol

1.2.1 Orígenes

La historia moderna del deporte más popular del planeta abarca más de 100 años de existencia. Comenzó en el 1863, cuando en Inglaterra se separaron los caminos del "rugby-football" (rugby) y del "association football" (fútbol), fundándose la asociación más antigua del mundo: la "Football Association" (Asociación de Fútbol de Inglaterra), el primer órgano gubernativo del deporte.

Ambos tipos de juego tiene la misma raíz y un árbol genealógico de muy vasta ramificación. Una profunda y minuciosa investigación ha dado con una media docena de diferentes juegos en los cuales hay aspectos que remiten el origen y desarrollo histórico del fútbol. Evidentemente, a pesar de las deducciones que se hagan, dos cosas son claras: primero, que el balón se jugaba con el pie desde hacía miles de años y, segundo, que no existe ningún motivo para considerar el juego con el pie como una forma secundaria degenerada del juego "natural" con la mano.

Todo lo contrario: aparte de la necesidad de tener que luchar con todo el cuerpo por el balón en un gran tumulto (empleando también las piernas y los pies), generalmente sin reglas, parece que, desde sus comienzos, se consideraba esta actividad como extremadamente difícil y, por lo tanto, dominar el balón con el pie generaba admiración. La forma más antigua del juego, de la que se tenga ciencia cierta, es un manual de ejercicios militares que remonta a la China de la dinastía de Han, en los siglos II y III AC.

Se lo conocía como "Ts'uh Kúh", y consistía en una bola de cuero rellena con plumas y pelos, que tenía que ser lanzada con el pie a una pequeña red. Ésta estaba colocada entre largas varas de bambú, separadas por una apertura de 30 a 40 centímetros. Otra modalidad, descrita en el mismo manual, consistía en que los jugadores, en su camino a la meta, debían sortear los ataques de un rival, pudiendo jugar la bola con pies, pecho, espalda y hombros, pero no con la mano.

Del Lejano Oriente proviene, mientras tanto, una forma diferente: el Kemari japonés, que se menciona por primera vez unos 500 a 600 años más tarde, y que se juega todavía hoy en día. Es un ejercicio ceremonial, que si bien exige cierta habilidad, no tiene ningún carácter competitivo como el juego chino, puesto que no hay lucha alguna por el balón. En una superficie relativamente pequeña, los actores deben pasárselo sin dejarlo caer al suelo.

Mucho más animados eran el "Epislcycros" griego, del cual se sabe relativamente poco, y el "Harpastum" romano. Los romanos tenían un balón más chico y dos equipos jugaban en un terreno rectangular, limitado con líneas de marcación y dividido con una línea media. El objetivo era enviar el balón al campo del oponente, para lo cual se lo pasaban entre ellos, apelando a la astucia para lograrlo. Este deporte fue muy popular entre los años 700 y 800, y si bien los romanos lo introdujeron en Gran Bretaña, el uso del pie era tan infrecuente que su ascendencia en el fútbol es relativa.

1.2.2. Las Islas Británicas, el hogar del fútbol

El juego que florecía desde el siglo VIII hasta el siglo XIX en las Islas Británicas, practicado en las formas más diversas según el lugar o la región, y que luego se perfeccionó hasta el fútbol que conocemos hoy, se diferenciaba notoriamente en su carácter de las formas conocidas hasta entonces.

El fútbol primitivo no estaba regulado, era más violento y espontáneo, y no tenía limitación en el número de participantes. Muchas veces se jugaba ardientemente entre pueblos enteros y pequeñas ciudades, a lo largo de las calles, a campo traviesa, a través de zarzales, cercados y riachuelos. Casi todo estaba permitido, como también patear el balón. Sin embargo, es muy probable que hayan existidos modalidades que no permitieron emplear el pie, por la simple razón del tamaño y del peso del esférico con el que se jugaban (Nota: el tamaño y el peso del balón fueron determinados recién nueve años después de la primera fijación de las reglas de fútbol, en 1863).

Entonces, por aquellos tiempos, el uso de los pies, que se empleaban más bien para frenar al adversario, se decidía siempre en cada caso, en el momento cuando se

acordaba una competición. Un ejemplo es el disputado entre Londres y Sheffield en 1866, evento donde además se acordó, por primera vez, la fijación de la duración del partido en una hora y media.

A la categoría del "fútbol masivo", esto es, sin limitación del número de participantes y sin reglas demasiado estrictas, pertenece, por ejemplo, el "Shrovetide Football". Según un antiguo manual de Workington, Inglaterra, en su época de origen todo estaba permitido para llevar el balón a la meta contraria, con excepción de asesinato y el homicidio.

Existe una teoría que defiende el origen anglosajón del juego, y sobre sus primeras expresiones existen varias leyendas. Una cuenta que en Kingston-on-Thames, y también en Chester, la primera vez se jugó con la cabeza cortada de un príncipe danés derrotado. En Derby, la fecha es incluso anterior, mencionando una celebración posterior a una victoria sobre los romanos en el siglo III. A pesar de estas versiones, existe escasa evidencia de que el deporte haya sido practicado en dicha época en Saxon o en el continente. De hecho, antes de la conquista normanda, la única prueba de la existencia de un juego con pelota parecido remite a una fuente celta.

Sin embargo, existe otra hipótesis: mientras que en las Islas Británicas, en los primeros siglos, se jugaba aquel tipo de fútbol masivo, en Francia, principalmente en Normandía y Brittany, se practicaba un juego muy similar. Quizás fue de esta manera como los normandos llevaron la lucha por el balón a Inglaterra.

Investigadores han sugerido que, además del impulso natural de demostrar fuerza y habilidad, en muchos casos fueron ciertas costumbres paganas, como los ritos de fertilidad, los que motivaron a los estos "primeros futbolistas". El esférico simbolizaba al sol, el cual debía "conquistarse" para lograr buenas cosechas. Esto se lograba llevando el balón a través del campo sobre los cultivos, y para ello debía evitarse que los oponentes lo arrebataran.

Por más que los eruditos debatan sobre el origen del juego y sobre las influencias de los cultos, una cosa no puede ser refutada: si bien en su aspecto rudimentario nació hace más de mil años, el fútbol tal y como hoy lo conocemos tiene su cuna en las Islas Británicas.

1.2.3. Oposición al deporte

Si desde sus comienzos el fútbol generó un enorme entusiasmo en la gente común de las Islas Británicas, también provocó, aunque sin éxito, constantes intervenciones de las autoridades, que fruncían el seño ante las reacciones violentas que, a veces, el deporte generaba.

En el año 1314, el alcalde de Londres se vio obligado a prohibir el fútbol dentro de la ciudad, con pena de cárcel, a causa del ruido que ocasionaba. Durante la llamada "Guerra de los cien años" que libraron Inglaterra y Francia (1337-1453), el fútbol no era bien visto en la Corte, pero esta vez por otras razones: Eduardo III, Ricardo II, Enrique IV y Enrique V castigaban a todos los que lo practicaban porque privaba a sus súbditos de practicar los mucho ejercicios militares más útiles, principalmente el tiro con arco.

Todos los reyes escoceses del siglo XV se sintieron obligados a censurar, y hasta prohibir, el fútbol. Muy famoso es el decreto publicado por el parlamento convocado por Jaime I en Perth en 1424: "That no man play at the Fute-ball" (Que ningún hombre juegue al fútbol). Todo esto, sin embargo, no sirvió de mucho: el amor de luchar por el balón era demasiado profundo para ser erradicado.

La pasión por el fútbol fue muy notoria en Inglaterra durante la época isabelina. Ayudó a intensificar el entusiasmo local la influencia heredada de la Italia del Renacimiento, especialmente desde Florencia, aunque también desde Venecia y otras ciudades, donde se conocía una forma de juego propia llamada "calcio". Éste estaba mejor reglamentado que el fútbol inglés y los equipos vestían uniformes de distintos coloridos, y era jugado en eventos de gala especiales

En Inglaterra, el juego siguió siendo rudo y poco elegante, pero encontró en esa época un seguidor prominente, que lo alababa por otras razones diferentes a las de

los jugadores: el famoso pedagogo Richard Mulcaster. Director de los renombrados colegios londinenses Merchant Taylors' y de St. Pauls, Mulcaster le adjudicó a la causa valores educativos positivos, señalando que el fútbol fomentaba la salud y la fuerza. Además, propuso eliminar las brusquedades, limitar el número de participantes por equipo y la incorporación de árbitros más severos.

Hasta esa época, la oposición al fútbol se debía a cuestiones relacionadas con el desorden público. En 1608, por ejemplo, en Manchester se lo prohibió por la cantidad de vidrios de ventanas rotos a causa de su práctica. En el transcurso del siglo XVI, sumó un nuevo frente de ataque: en los lugares donde comenzó a expandirse el puritanismo, se tildó a los deportes de frívolos en general, con el fútbol a la cabeza.

Se lo consideraba, en primer lugar, perturbador del descanso dominical y, al igual que el teatro, fuente de ocio y vicios. En esta época se sentaron las bases de la prohibición de los entretenimientos los domingos, y la práctica del fútbol pasó a ser considerada tabú. Permaneció así durante los próximos 300 años hasta que se lo pudo practicar de nuevo, primero en forma no oficial y luego dentro del marco la "Football Association", aunque sin eventos a gran escala.

Durante varios siglos no se registró casi ningún desarrollo en el fútbol. Este deporte, prohibido durante 500 años, no pudo ser eliminado.

1.2.4. El crecimiento global

Recién a comienzos del siglo XIX se vislumbra el cambio: el fútbol fue ganando cada vez más terreno en los colegios, principalmente en escuelas públicas, y fue en este ambiente comenzó su proceso de innovación y desarrollo. Pese a todo, el fútbol continuaba siendo un juego sin reglamentación, es decir, no existía una forma determinada de jugarlo. Cada colegio aplicaba sus propias reglas, las cuales divergían, a veces, considerablemente entre sí. Además de aferrarse a las tradiciones, su práctica dependía también de los terrenos de juego a disposición. En los lugares donde se jugaba en patios de colegios, con suelos empedrados y muros, no había lugar para partidos masivos.

Es así que en los colegios de Charterhouse, Westminster, Eton y Harrow comienza a verse como el juego se basa más en la habilidad del regateo que en la potencia necesaria en medio del tumulto. Por otro lado, los colegios como Cheltenham y Rugby tendían hacia una práctica más ruda, donde el balón se podía jugar y hasta llevar con la mano.

Con el correr del Siglo XIX, la imagen del fútbol comenzó a cambiar. Las autoridades escolares comenzaron a verlo como un medio de fomentar la lealtad, la facultad de sacrificio, la colaboración mutua y la subordinación a la idea de equipo. El deporte comenzó a figurar los programas de las escuelas y la participación en el fútbol se hizo obligatoria. Una contribución esencial al respecto provino de parte del Dr. Thomas Arnolds, director del colegio de Rugby.

En 1846, se fijaron en Rugby las primeras reglas de fútbol con carácter obligatorio. Sin embargo, el juego se mantuvo rudo: por ejemplo, estaba permitido patear la pierna de adversario debajo de la rodilla, pero no sujetar al adversario y patearlo al mismo tiempo. También se podía jugar con la mano y, desde que en 1823, para sorpresa de su equipo y de los adversarios, William Webb Ellis corrió con el balón debajo del brazo, se permitió llevar el balón con la mano.

Si bien varios colegios adoptaron las reglas elaboradas en Rugby, otros se opusieron a este tipo de fútbol, por ejemplo, Eton, Harrow y Winchester. Allí se prohibía llevar el balón con la mano y figuraba, en primer lugar, el dominio de la pelota con el pie. También Charterhouse y Westminster apoyaron el juego sin las manos, pero no se aislaron como algunas escuelas, sino que se transformaron en puntos de partida para la difusión de su propia versión del juego.

En 1863, su desarrollo comenzó a necesitar una toma de decisión. Así, en la Universidad de Cambridge, se trató de hallar una base común y fijar reglas aceptables para todos. Que sucediera aquí no es extraño, puesto que ya en 1848, un grupo de ex estudiantes de diferentes colegios habían hecho un primer intento en unificar la gran variedad de versiones existentes del deporte.

La mayoría se pronunció en contra los métodos rudos, tales como hacer zancadillas, patear la canilla del contrario y otras varias formas de violencia. También comenzó a aceptarse firmemente la idea de prohibir el juego con la mano. Después de esto, la fracción de Rugby decidió separarse. Ellos hubieran aceptado el no patear la pierna del adversario -cosa que se suprimió más adelante de las reglas del rugby-, pero no querían prescindir del juego con la mano y de llevar la pelota debajo del brazo.

La reunión de Cambridge fue un intento de introducir orden en el entrevero de las reglas. El cónclave decisivo, sin embargo, sucedió en Londres, el 26 de octubre de 1863, día en el que once clubes y numerosos colegios londinenses enviaron a sus representantes a la taberna Freemasons. El objetivo: establecer una serie de reglas válidas para todos, bajo las cuales jugar los partidos entre sí. Así nació la Football Association (Asociación de Fútbol).

Los eternos puntos de discordia -patear la canilla, hacer la zancadilla, llevar el balón con la mano- fueron discutidos en detalle en esta reunión y en otras similares. El 8 de diciembre de 1863, finalmente, los férreos defensores del rugby se retiraron definitivamente de las conversaciones, marcando su separación definitiva del fútbol. Seis años más tarde, este "divorcio" quedó más evidente aún, cuando en las reglas de fútbol se prohibió en general el juego con la mano (no sólo llevar el balón con la mano).

De ahí en adelante, el deporte se desarrolló a un ritmo vertiginoso. En 1871, apenas ocho años después de su fundación, la Asociación Inglesa de Fútbol contaba ya con 50 clubes. En 1872 se celebra la primera competición organizada de mundo: la Copa Inglesa. El primer campeonato de liga, en cambio, vio la luz 16 años más tarde, en 1888.

Mientras que en Europa y en otras partes del mundo casi no se hablaba de fútbol organizado, en Gran Bretaña ya se organizaban partidos internacionales. El primero, entre Inglaterra y Escocia, se disputó en 1872. Así, con el crecimiento del fútbol organizado y el ya sorprendentemente alto número de espectadores, se presentaron allí los inevitables problemas con los cuales tuvieron que enfrentarse, aunque mucho más tarde, el resto de los países. El profesionalismo fue uno de ellos.

La primera referencia al respecto data del año 1879, cuando un pequeño club de Lancashire, Darwen, alcanzó dos veces un empate sensacional contra el imbatible Old Etonians en la Copa Inglesa, que los londinenses ganarían recién en el tercer intento. Dos jugadores del equipo de Darwen, los escoceses John Love y Fergus Suter, parecen haber sido los primeros en haber recibido dinero por su arte futbolístico. Estos casos se multiplicaron y ya en 1885, la Asociación de Fútbol estuvo obligada a legalizar oficialmente el profesionalismo. Esto fue cuatro años antes de que se fundaran las asociaciones nacionales de Holanda y la de Dinamarca, las primeras fuera del sector británico.

Antes que estas dos, y posteriormente a la creación de la Asociación Inglesa, se habían fundado la Asociación Escocesa de Fútbol (1873), la Asociación del País de Gales (1875) y la Asociación Irlandesa (1880). Considerando estrictamente el asunto, cuando se jugó aquel primer partido internacional en la historia del fútbol entre Inglaterra y Escocia, el 30 de noviembre de 1872, la asociación escocesa todavía no existía (se crearía recién tres meses más tarde).

Contra Inglaterra jugó el equipo del club escocés más antiguo, el Queen's Park FC, pero como en la actualidad, los escoceses vistieron uniforme azul y los ingleses blanco. Los dos equipos emplearon lo que sería considerada hoy una táctica súper ofensiva (Escocia, un 2-2-6, Inglaterra un 1-1-8), pero el encuentro mostró que todavía se jugaba con ciertas características típicas del fútbol masivo.

Fuera de Inglaterra, el fútbol fue expandiéndose, principalmente a causa de la influencia británica, primero lentamente y luego, cada vez más rápido. Después de la fundación de las asociaciones de Holanda y Dinamarca (1889), siguieron las de Nueva Zelanda (1891), Argentina (1893), Chile, Suiza y Bélgica (1895), Italia (1898), Alemania y Uruguay (1900), Hungría (1901), Noruega (1902), Suecia (1904), España (1905), Paraguay (1906) y Finlandia (1907).

En mayo de 1904 se nació la FIFA, que tuvo siete miembros fundadores: Francia, Bélgica, Dinamarca, Holanda, España (representada por el Madrid FC), Suecia y Suiza. La Asociación Alemana declaró, el mismo día, su intención de afiliación vía telegrama.

La comunidad internacional de fútbol fue creciendo profusamente, no exenta de reveses y obstáculos, como puede imaginarse. En 1912, la Federation Internationale de Football Association (FIFA) contaba ya con 21 asociaciones; en 1925 con 36; en 1930, año de la primera Copa Mundial, con 41.

Entre 1937 y 1938, las Reglas del Juego modernas fueron establecidas por Santley Rous, quien sería más adelante Presidente de la FIFA. Rous tomó las reglas originales, creadas en 1886, y las ordenó de manera racional (serían revisadas por segunda vez en 1997).

Para el año 1950, cuando se volvió a competir por tercera vez por un título del mundo (no hubo torneos durante la II Guerra Mundial), la FIFA contaba ya con 73 asociaciones. Durante la segunda mitad del Siglo XX, la popularidad del fútbol atrajo nuevos devotos, y para el Congreso de la FIFA de 2007, FIFA contaba con 208 asociaciones miembro en cada rincón del planeta.³

1.2.5 Historia del fútbol ecuatoriano

Corrían los últimos años del siglo XIX cuando retornaron a Guayaquil un grupo de jóvenes que realizaban sus estudios superiores en Inglaterra, donde deportes como el fútbol, cricket y tenis estaban en apogeo. Estos jóvenes, provenientes de distinguidas familias porteñas, formaron un club con la idea de que sus socios puedan tomar parte de las distracciones que se vivían en Europa, y es así como el 23 de abril de 1899 se funda el "Guayaquil Sport Club", iniciando la práctica de un deporte, en ese entonces bastante extraño, que se jugaba con un balón y al que se lo impulsaba con los pies hacia dos arcos rectangulares. A raíz de esto, posteriormente, se creó el Club Sport Ecuador y el Club de la Asociación de Empleados. Un año después, el 28 de enero de 1900 se registraron los primeros encuentros de manera oficial. El 22 de julio de 1902 se funda el Club Sport Ecuador, que vestía con camiseta azul y pantalón corto blanco. Luego aparecieron nuevos equipos como la Asociación de Empleados de Guayaquil, Libertador Bolívar (formado por la tripulación del torpedero), Unión y Gimnástico.

³ <http://es.fifa.com/classicfootball/history/game/historygame1.html>, Sitio Oficial de la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociado), 2010

Asimismo, en Quito no se quedan atrás y en 1906 llega el fútbol a El Ejido y se conforman varios equipos como el Sport Club Quito y Gladiador. En 1908 se formó en Guayaquil el Club Sport Patria, y además en aquel año se organizó el primer torneo que se disputó en Ecuador. En 1921 se organizó un triangular entre el Centenario, Norte América y los marinos del buque inglés Cambrian, quienes obsequian un escudo para que sea entregado como trofeo en Ecuador, naciendo la disputa del famoso Escudo Cambrian, que se juega entre 1923 y 1931. Luego, en 1922 Manuel Seminario impulsa la fundación de la Federación Deportiva Guayaquil (luego Federación Deportiva del Guayas) que pasa a organizar el campeonato oficial que es ganado por el Racing, mientras que en Quito el campeonato es obtenido por Gladiador.

En 1925, las provincias de Guayas y Pichincha empezaron a organizar campeonatos de tipo amateurs. Más tarde el 30 de mayo de ese mismo año, Manuel Seminario promovió la fundación de la Federación Deportiva Nacional del Ecuador, mejor conocida por su acrónimo Fedenador. La nueva entidad recibió las afiliaciones internacionales obtenidas por la FDG y en enero de 1926 empezó a figurar como miembro de la FIFA y al año siguiente de la Conmebol. Un año después, en 1926, el Comité Olímpico Ecuatoriano organizó las Olimpíadas Nacionales en la ciudad de Riobamba, el cual introdujo al fútbol como disciplina, donde por primera vez se conformarían selecciones provinciales. La selección provincial anfitriona, Chimborazo, de ganó el torneo forma invicta. Aquel mismo año, después de lo acontecido, el Ecuador se afilia de forma oficial a la FIFA y el año siguiente, en 1927 a la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL). Mucho tiempo después, en 1940, se empezaron a organizar campeonatos nacionales de selecciones amateurs. Estos campeonatos se realizaron en un período que comprende desde 1940 hasta 1949.

A finales de 1950 por desavenencias con la FDG los principales equipos de Guayaquil, entre ellos Barcelona, Emelec, Norte América, 9 de Octubre, Everest, Patria y Río Guayas, deciden separarse de dicha federación e instauran el profesionalismo con la creación de la Asociación de Fútbol del Guayas.

El mismo paso tomaron los clubes de Quito en 1954 con la creación de la Asociación de Fútbol No Amateur de Pichincha.

En 1957 se llega a un acuerdo para que los dos mejores equipos de los campeonatos de Quito y Guayaquil disputen un torneo para decidir al campeón nacional, con lo cual nace el Campeonato Nacional de Fútbol. Este torneo fue disputado por Emelec, Barcelona, Deportivo Quito y Aucas, coronándose el primero como campeón. Tras no disputarse en los siguientes dos años, el campeonato nacional fue nuevamente organizado en 1960 con 8 equipos (4 de cada asociación), y desde allí se ha venido disputando anualmente. Durante la década del 60 se agregaron equipos de Ambato y Manta, que ya contaban con equipos profesionales. En 1967 se disputan por última vez los campeonatos de Guayaquil y Quito (llamado Campeonato Interandino). El 30 de junio de ese mismo año surge la Asociación Ecuatoriana de Fútbol, separando la organización del fútbol de la Federación Deportiva Nacional del Ecuador.

En los años 70 fueron ingresando al campeonato clubes de otras ciudades, como Cuenca, Riobamba, Portoviejo y Machala. En 1971 se crea la Serie B como el segundo nivel del fútbol ecuatoriano, creándose el sistema de ascensos/descensos con respecto a la Serie A. En estos años el número de clubes se estabiliza en 10 equipos para cada división. El 26 de mayo de 1978 se reforman los estatutos de la Asociación de Fútbol y se cambia el nombre de la institución a Federación Ecuatoriana de Fútbol.

El número de equipos en la primera división varía en los años 80 llegando a 16 en 1985 y 18 en 1987. El torneo es reformado en 1989 para tener 12 equipos en la Serie A. Este número fue disminuido a 10 en el año 2000. Ese mismo año marcó un hito en el fútbol ecuatoriano cuando el Olmedo fue el primer equipo fuera de Quito o Guayaquil que conseguía obtener el título de campeón nacional de fútbol tras el descenso de LDU de Quito en la Serie B y cayó en una profunda crisis económica, deportiva, social e institucional para LDU de Quito en los años 2000 y 2001.

Este hecho fue igualado en el 2004 por el Deportivo Cuenca, con el Olmedo como vicecampeón tras el descenso del Espoli en la Serie B y cayó en una profunda crisis económica, deportiva, social e institucional para Espoli en los años 2004, 2005, 2006 y 2007. Estos dos equipos de provincia han disputado constantemente el título durante la última década. El número de clubes se volvió a 12 clubes en la serie A.

En el año 2005, se decidió realizar dos torneos al año, similar a lo que ocurre en otros torneos sudamericanos, fueron denominados como Torneo Apertura y Torneo Clausura, aunque este formato no fue considerado para el siguiente año, en el cual se volvió al sistema tradicional de una liguilla final para definir al campeón. Desde el año 2008 se amplió nuevamente la cantidad de equipos a 12 en la Serie A.⁴

1.2.6 Historia del fútbol rápido

El Fútbol Rápido se inició en Europa en la última mitad de la década de los sesentas con el nombre de "Five a side" (fútbol cinco) practicado primeramente por los equipos profesionales de fútbol soccer, quienes en una cancha de hockey utilizaron el redondel y cubrieron el piso con pasto sintético. Posteriormente esta actividad se popularizó entre la población en general.

En los años setenta esta actividad llega a los Estados Unidos en donde se comenzó a practicar con el nombre de "Indoor Soccer" debido a que se jugaba en interiores (indoors) a diferencia del Fútbol Soccer el cual se practicaba en exteriores (outdoors). En 1977 nace en EUA la "Major Indoor Soccer League (MISL) la cual desapareció poco después; en 1993 se creó otra liga profesional en Estados Unidos, la "Continental Indoor Soccer League (CISL).A principio de los años ochenta esta actividad se populariza en Latinoamérica y en México. La Federación Nacional de Fútbol Rápido de México fue creada el 26 de enero de 1989 y fue admitida en la Confederación Deportiva Mexicana el 27 de junio de 1991.

Esta modalidad de "Five a side" (fútbol cinco, con redondel o bandas de madera y pasto sintético) se desarrolla paralelamente con la de Fútbol de Salón (sin redondel ni pasto sintético) promovido por la FIFA, la cual determina en 1986 ajustar y estandarizar las reglas de juego. Como resultado de esta adecuación, se realiza un Mundial de Fútbol Cinco en Hungría en el que la FIFA determina, eliminar las "bandas" o redondel y establecer la reglamentación de este deporte como Fútbol de Salón (posteriormente Futsal) o Indoor Soccer.

⁴ <http://luchofutbol.tripod.com/PAGDELUIS.htm>; Historia del fútbol Ecuatoriano, 2008.

Ante la determinación de la FIFA de eliminar los redondeles y no utilizar pasto sintético, se requirió de la separación formal del Fútbol Rápido del Fútbol Soccer y propició el nacimiento de una entidad reguladora del Fútbol Rápido Internacional, la cual se conforma el 22 de noviembre de 1992 con el nombre de Federación Internacional de Fútbol Rápido (FIFRA), la cual llevó a cabo su primer Campeonato Mundial en la Ciudad de México en Noviembre de 1997.

1.2.7. Importancia del fútbol

En España, el fútbol es más que un deporte; es un estilo de vida y muy importante a la mayoría de España. Algunos españoles piensan que el fútbol es el centro del mundo. Ellos paran sus vidas cuando hay un partido importante, por ejemplo, la Copa Mundial. Los bares, los restaurantes y los cafés se llenan completamente con las personas. Cuando mirar un partido ellos están captivados, miran y gritan al televisor sobre el partido. Millones de españoles prestan atención a todos los partidos. La historia y la importancia de este deporte han hecho a España lo que es hoy en día. Muchas personas piensan que España es el centro del mundo del fútbol. Es claro que el fútbol es un aspecto muy importante de la cultura popular de España. La historia y la influencia de este deporte son evidentes. La pasión y el amor por el deporte de la gente es algo para admirar.

El fútbol es uno de los deportes más practicados y más populares a nivel mundial, ha tenido un fuerte crecimiento en los últimos años, sigue conquistando poco a poco el planeta, son aproximadamente 270 millones de personas que lo practican de manera federada en cualquiera de sus especialidades (once, sala o playa) y sin hacer distinciones de edad o sexo; es decir, el 4% de la población mundial; y son muchos más los que juegan de manera amistosa sin estar inscriptos en ninguna federación. Como solución para mantener el espectáculo a pesar del mal tiempo; y de paso, brindar protección a los deportistas, hace más de 15 años se ingresó a la industria de los campos sintéticos. Europa fue pionera por el tema del invierno.

En América, EEUU, con campos para fútbol americano y béisbol, países como Argentina, México y Brasil, para el fútbol en campos de entrenamiento, y también, en algunos estadios de Perú, Canadá, EEUU, Costa Rica y Chile.

Teniendo como antecedente que las canchas de césped natural requieren un considerable trabajo y esfuerzo continuo para una correcta conservación; que es costoso y requiere un abundante consumo de agua, en el mercado ha existido la aparición y difusión del césped artificial, de eso surge la idea del proyecto, empleando nuevas fibras y materiales que mejoran cada día la utilización de las mismas y este requiere un considerable menor costo económico.

Pensando que en la parroquia El Quinche solo existen canchas elaboradas de tierra, cemento y arenilla; además la cancha sintética que existe está ubicada en un lugar de difícil acceso y muy lejana a la parroquia de el Quinche, y que muchos de sus moradores ya han tomado conciencia acerca del bienestar que estas actividades proporcionan al mejoramiento de la calidad de vida, a nivel individual, organizacional y su entorno familiar; se ha pensado que a través de este proyecto se ofrece otra alternativa a los habitantes de esta parroquia para recrearse, teniendo en cuenta que este deporte es el más practicado en la provincia de Pichincha sería una propuesta viable.⁵

1.2.8. Reglas del fútbol

REGLA 1 – EL TERRENO DE JUEGO

Superficie de juego

Los partidos podrán jugarse en superficies naturales o artificiales, de acuerdo con el reglamento de la competición. El color de las superficies artificiales deberá ser verde. Cuando se utilicen superficies artificiales en partidos de competición entre equipos representativos de asociaciones miembro afiliadas a la FIFA (Federación Internacional de Futbol Asociados) o en partidos internacionales de competición de clubes, la superficie deberá cumplir los requisitos del concepto de calidad de la FIFA para césped de fútbol o del International Artificial Turf Standard, salvo si la FIFA otorga una dispensación especial.

⁵ <http://civwiki.wetpaint.com/page/La+Historia+y+La+Importancia+de+Futbol;+Importancia+del+f%C3%BAtbol>

Marcación del terreno

El terreno de juego será rectangular y estará marcado con líneas. Dichas líneas pertenecerán a las zonas que demarcan. Las dos líneas de marcación más largas se denominarán líneas de banda. Las dos más cortas se llamarán líneas de meta. El terreno de juego estará dividido en dos mitades por una línea media que unirá los puntos medios de las dos líneas de banda.

El centro del campo estará marcado con un punto en la mitad de la línea media, alrededor del cual se trazará un círculo con un radio de 9.15 m. Se podrá hacer una marcación fuera del terreno de juego, a 9.15 m del cuadrante de esquina y perpendicular a la línea de meta, para señalar la distancia que se deberá observar en la ejecución de un saque de esquina.

Dimensiones

La longitud de la línea de banda deberá ser superior a la longitud de la línea de meta.

1. Longitud (línea de banda):

Mínimo 90 m

Máximo 120 m

2. Anchura (línea de meta):

Mínimo 45 m

Máximo 90 m

Todas las líneas deberán tener la misma anchura, como máximo 12 cm.

Partidos internacionales

3. Longitud (línea de banda):

Mínimo 100 m

Máximo 110 m

4. Anchura (línea de meta):

Mínimo 64 m

Máximo 75 m

Área de meta

Se trazarán dos líneas perpendiculares a la línea de meta, a 5.5 m de la parte interior de cada poste de meta. Dichas líneas se adentrarán 5.5 m en el terreno de juego y se

unirán con una línea paralela a la línea de meta. El área delimitada por dichas líneas y la línea de meta será el área de meta.

Área penal

Se trazarán dos líneas perpendiculares a la línea de meta, a 16.5 m de la parte interior de cada poste de meta. Dichas líneas se adentrarán 16.5 m en el terreno de juego y se unirán con una línea paralela a la línea de meta. El área delimitada por dichas líneas y la línea de meta será el área penal. En cada área penal se marcará un punto penal a 11 m de distancia del punto medio de la línea entre los postes de meta y equidistante a estos. Al exterior de cada área penal se trazará un semicírculo con un radio de 9.15 m desde el punto penal.

Banderines

En cada esquina se colocará un poste no puntiagudo con un banderín, cuya altura mínima será de 1.5 m. Asimismo, se podrán colocar banderines en cada extremo de la línea de media, a una distancia mínima de 1 m al exterior de la línea de banda.

Área de esquina

Se trazará un cuadrante con un radio de 1 m desde cada banderín de esquina en el interior del terreno de juego.

Metas

Las metas se colocarán en el centro de cada línea de meta.

Consistirán en dos postes verticales, equidistantes de los banderines de esquina y unidos en la parte superior por una barra horizontal (travesaño). Los postes y el travesaño deberán ser de madera, metal u otro material aprobado. Deberán tener forma cuadrada, rectangular, redonda o elíptica y no deberán constituir ningún peligro para los jugadores. La distancia entre los postes será de 7.32 m y la distancia del borde inferior del travesaño al suelo será de 2.44 m.

Los postes y el travesaño tendrán la misma anchura y espesor, como máximo 12 cm. Las líneas de meta tendrán la misma anchura que los postes y el travesaño. Se podrá colgar redes enganchadas en las metas y el suelo detrás de la meta, con la condición

de que estén sujetas de forma conveniente y no estorben al guardameta. Los postes y los travesaños deberán ser de color blanco.

Seguridad

Los postes deberán estar anclados firmemente en el suelo. Se podrán utilizar metas portátiles sólo en caso de que se cumpla esta condición.

REGLA 2 – EL BALÓN

El balón:

- será esférico
- será de cuero o cualquier otro material adecuado
- tendrá una circunferencia no superior a 70 cm y no inferior a 68 cm
- tendrá un peso no superior a 450 g y no inferior a 410 g al comienzo del partido
- tendrá una presión equivalente a 0,6–1,1 atmósferas (600–1100 g/cm²) al nivel del mar

Reemplazo de un balón defectuoso

Si el balón explota o se daña durante un partido:

- se interrumpirá el juego
- el partido se reanudará dejando caer el balón de reserva a tierra en el sitio donde se dañó el balón original, a menos que se haya interrumpido el juego dentro del área de meta, en cuyo caso el árbitro dejará caer el balón de reserva a tierra en la línea del área de meta paralela a la línea de meta, en el punto más cercano al sitio donde el balón original se encontraba cuando el juego fue interrumpido
- El balón no podrá ser cambiado durante el partido sin la autorización del árbitro.

REGLA 3 – EL NÚMERO DE JUGADORES

Jugadores

El partido será jugado por dos equipos formados por un máximo de once jugadores cada uno, de los cuales uno jugará como guardameta. El partido no comenzará si uno de los equipos tiene menos de siete jugadores.

Competiciones oficiales

Se podrán utilizar como máximo tres sustitutos en cualquier partido de una competición oficial bajo los auspicios de la FIFA, las confederaciones o las asociaciones miembro.

El reglamento de la competición deberá estipular cuántos sustitutos podrán ser nombrados, de tres hasta un máximo de siete.

Otros partidos

En los partidos de selecciones nacionales A se puede utilizar un máximo de seis sustitutos.

En todos los demás partidos se puede utilizar un número mayor de sustitutos, siempre que:

- los equipos en cuestión lleguen a un acuerdo sobre el número máximo
- se haya informado al árbitro antes del comienzo del partido

Si el árbitro no ha sido informado, o no se ha llegado a un acuerdo antes del inicio del partido, no se permitirán más de seis sustitutos.

Todos los partidos

En todos los partidos, los nombres de los sustitutos deberán entregarse al árbitro antes del comienzo del encuentro. Todo sustituto cuyo nombre no se haya entregado al árbitro en dicho momento no podrá participar en el partido.

Cambio de guardameta

Cualquiera de los jugadores podrá cambiar su puesto con el guardameta, siempre que:

- se haya informado previamente al árbitro
- el cambio se efectúe durante una interrupción del juego

Jugadores y sustitutos expulsados

Un jugador expulsado antes del saque de salida sólo podrá ser reemplazado por uno de los sustitutos designados. Un sustituto designado, expulsado antes del saque de salida o después del comienzo del partido, no podrá ser sustituido.

REGLA 4 – EL EQUIPAMIENTO DE LOS JUGADORES

Seguridad

Los jugadores no utilizarán ningún equipamiento ni llevarán ningún objeto que sea peligroso para ellos mismos o para los demás jugadores (incluido cualquier tipo de joyas).

Equipamiento básico

El equipamiento básico obligatorio de un jugador se compone de las siguientes piezas:

- un jersey o camiseta –si se usa ropa interior, las mangas de esta ropa deberán tener el color principal de las mangas del jersey o camiseta
- pantalones cortos – si se usan pantalones cortos interiores, estos deberán tener el color principal de los pantalones cortos
- medias
- canilleras/espilleras
- calzado

Canilleras / espilleras

- deberán estar cubiertas completamente por las medias
- deberán ser de caucho, plástico o de un material similar apropiado
- deberán ofrecer una protección adecuada

Colores

- Los dos equipos vestirán colores que los diferencien entre sí y también del árbitro y los árbitros asistentes.
- Cada guardameta vestirá colores que lo diferencie de los demás jugadores, el árbitro y los árbitros asistentes.

Reanudación del juego

Si el árbitro interrumpe el juego para amonestar al infractor:

- el juego se reanudará mediante un tiro libre indirecto lanzado por un jugador del equipo adversario desde el lugar donde el balón se hallaba cuando el árbitro interrumpió el partido (ver Regla 13 – Posición en tiros libres)

REGLA 5 – EL ÁRBITRO

La autoridad del árbitro

Un partido será controlado por un árbitro, quien tendrá la autoridad total para hacer cumplir las Reglas de Juego en dicho encuentro.

Poderes y deberes

El árbitro:

- hará cumplir las Reglas de Juego
- controlará el partido en cooperación con los árbitros asistentes y, siempre que el caso lo requiera, con el cuarto árbitro
- se asegurará de que los balones utilizados correspondan a las exigencias de la Regla 2
- se asegurará de que el equipamiento de los jugadores cumpla las exigencias de la Regla 4
- actuará como cronometrador y tomará nota de los incidentes en el partido
- interrumpirá, suspenderá o abandonará el partido cuando lo juzgue oportuno, en caso de que se contravengan las Reglas de Juego
- interrumpirá, suspenderá o abandonará el partido por cualquier tipo de interferencia externa
- interrumpirá el juego si juzga que algún jugador ha sufrido una lesión grave y se asegurará de que sea transportado fuera del terreno de juego; un jugador

lesionado sólo podrá regresar al terreno de juego después de que se haya reanudado el partido

- permitirá que el juego continúe hasta que el balón salga del juego si juzga que un jugador está levemente lesionado
- se asegurará de que todo jugador que sufra una hemorragia salga del terreno de juego; el jugador sólo podrá reingresar tras la señal del árbitro, quien se cerciorará de que la hemorragia haya cesado
- permitirá que el juego continúe si el equipo contra el cual se ha cometido una infracción se beneficia de una ventaja, y sancionará la infracción cometida inicialmente si la ventaja prevista no sobreviene en ese momento
- castigará la infracción más grave cuando un jugador cometa más de una infracción al mismo tiempo
- tomará medidas disciplinarias contra jugadores que cometan infracciones merecedoras de amonestación o expulsión; no estará obligado a tomar medidas inmediatamente, pero deberá hacerlo en el siguiente momento en que el balón no esté en juego
- tomará medidas contra los funcionarios oficiales de los equipos que no se comporten de forma correcta y podrá, si lo juzga necesario, expulsarlos del terreno de juego y sus alrededores
- actuará conforme a las indicaciones de sus árbitros asistentes en relación con incidentes que no ha podido observar
- no permitirá que personas no autorizadas entren en el terreno de juego
- reanudará el juego tras una interrupción
- remitirá a las autoridades competentes un informe del partido, con datos sobre todas las medidas disciplinarias tomadas contra jugadores o funcionarios oficiales de los equipos y sobre cualquier otro incidente que haya ocurrido antes, durante y después del partido

Decisiones del árbitro

Las decisiones del árbitro sobre hechos relacionados con el juego, incluidos el hecho de si un gol fue marcado o no y el resultado del partido, son definitivas.

El árbitro podrá modificar su decisión únicamente si se da cuenta de que es incorrecta o, si lo juzga necesario, conforme a una indicación por parte de un árbitro

asistente o del cuarto árbitro, siempre que no haya reanudado el juego o finalizado el partido.

REGLA 6 – LOS ÁRBITROS ASISTENTES

Deberes

Se podrá designar a dos árbitros asistentes que tendrán, bajo reserva de lo que decida el árbitro, la tarea de indicar:

- si el balón ha salido completamente del terreno de juego
- a qué equipo corresponde efectuar el saque de esquina, de meta o de banda
- cuando se deberá sancionar a un jugador por estar en posición de fuera de juego
- cuando se solicita una sustitución
- cuando ocurre alguna infracción u otro incidente fuera del campo visual del árbitro
- cuando se cometen infracciones que puedan ver mejor los árbitros asistentes que el árbitro (quedan comprendidas, en determinadas circunstancias, infracciones que se cometen en el área penal)
- si, en los tiros penales, el guardameta se aparta de la línea de meta antes de que se pateo el balón y si el balón ha cruzado la línea de meta

Asistencia

Los árbitros asistentes ayudarán igualmente al árbitro a dirigir el juego conforme a las Reglas. En particular, podrán entrar en el terreno de juego para ayudar a controlar que se respete la distancia de 9.15 metros.

En caso de intervención indebida o conducta incorrecta de un árbitro asistente, el árbitro prescindirá de sus servicios y elaborará un informe para las autoridades pertinentes.

REGLA 7 – LA DURACIÓN DEL PARTIDO

Periodos de juego

El partido durará dos tiempos iguales de 45 minutos cada uno, salvo que por mutuo acuerdo entre el árbitro y los dos equipos participantes se convenga otra cosa.

Todo acuerdo de alterar los periodos de juego (por ejemplo, reducir cada mitad a 40 minutos debido a que la luz sea insuficiente) deberá tomarse antes del inicio del partido y conforme al reglamento de la competición.

Intervalo del medio tiempo

- Los jugadores tienen derecho a un descanso en el medio tiempo.
- El descanso del medio tiempo no deberá durar más de quince minutos.
- El reglamento de la competición deberá estipular claramente la duración del descanso del medio tiempo.
- La duración del descanso del medio tiempo podrá alterarse únicamente con el consentimiento del árbitro.

Recuperación de tiempo perdido

Cada periodo deberá prolongarse para recuperar todo tiempo perdido por:

- sustituciones
- evaluación de la lesión de jugadores
- transporte de los jugadores lesionados fuera del terreno de juego para ser atendidos
- pérdida de tiempo
- cualquier otro motivo

La recuperación del tiempo perdido quedará a criterio del árbitro.

REGLA 8 – EL INICIO Y LA REANUDACIÓN DEL JUEGO

Preliminares

- Se lanzará una moneda al aire y el equipo favorecido decidirá la dirección en la que atacará en el primer tiempo del partido.
- El otro equipo efectuará el saque de salida para iniciar el partido.
- El equipo favorecido tras lanzar la moneda al aire ejecutará el saque de salida para iniciar el segundo tiempo.
- En el segundo tiempo del partido, los equipos cambiarán de mitad de campo y atacarán en la dirección opuesta.

Saque de salida

El saque de salida es una forma de iniciar o reanudar el juego:

- al comienzo del partido
- tras haber marcado un gol
- al comienzo del segundo tiempo del partido
- al comienzo de cada tiempo suplementario, dado el caso

Se podrá anotar un gol directamente de un saque de salida

Procedimiento

- todos los jugadores deberán encontrarse en su propia mitad del campo
- los adversarios del equipo que efectuará el saque de salida deberán encontrarse como mínimo a 9.15 m del balón hasta que sea jugado
- el balón se hallará inmóvil en el punto central
- el árbitro dará la señal
- el balón estará en juego en el momento en que sea pateado y se mueva hacia adelante
- el ejecutor del saque no deberá jugar el balón por segunda vez hasta que éste que haya tocado a otro jugador

Después de que un equipo marque un gol, el equipo contrario procederá al saque de salida.

Balón a tierra

Si el balón está en juego y el árbitro debe interrumpir el juego por cualquier motivo no indicado en las Reglas de Juego, el partido se reanudará con un balón a tierra.

REGLA 9 – EL BALÓN EN JUEGO O FUERA DE JUEGO

Balón fuera de juego

El balón estará fuera de juego cuando:

- haya cruzado completamente una línea de banda o de meta, ya sea por tierra o por aire
- el juego haya sido interrumpido por el árbitro

Balón en juego

El balón estará en juego en cualquier otro momento, incluso cuando:

- rebote de los postes, travesaño o poste de esquina y permanezca en el terreno de juego
- rebote del árbitro o de un árbitro asistente ubicado en el interior del terreno de juego

REGLA 10 – EL GOL MARCADO

Gol marcado

Se habrá marcado un gol cuando el balón haya atravesado completamente la línea de meta entre los postes y por debajo del travesaño, siempre que el equipo anotador no haya cometido previamente una infracción a las Reglas de Juego.

Equipo ganador

El equipo que haya marcado el mayor número de goles durante un partido será el ganador. Si ambos equipos marcaron el mismo número de goles o no marcaron ningún gol, el partido terminará en empate.

Reglamentos de competición

Si el reglamento de la competición establece que deberá haber un equipo ganador después de un partido o una eliminatoria que finaliza en empate, se permitirán solamente los siguientes procedimientos aprobados por el International F.A. Board:

- regla de goles marcados fuera de casa
- tiempo suplementario
- tiros desde el punto penal

REGLA 11 – EL FUERA DE JUEGO

Posición de fuera de juego

El hecho de estar en una posición de fuera de juego no constituye una infracción en sí.

Un jugador estará en posición de fuera de juego si:

- se encuentra más cerca de la línea de meta contraria que el balón y el penúltimo adversario

Un jugador no estará en posición de fuera de juego si:

- se encuentra en su propia mitad de campo o
- está a la misma altura que el penúltimo adversario o
- está a la misma altura que los dos últimos adversarios

REGLA 12 – FALTAS E INCORRECCIONES

Tiro libre directo

Se concederá un tiro libre directo al equipo adversario si un jugador comete una de las siguientes siete infracciones de una manera que el árbitro considere imprudente, temeraria o con el uso de fuerza excesiva:

- dar o intentar dar una patada a un adversario
- poner o intentar poner una zancadilla a un adversario
- saltar sobre un adversario
- cargar sobre un adversario
- golpear o intentar golpear a un adversario
- empujar a un adversario
- realizar una entrada contra un adversario

Se concederá asimismo un tiro libre directo al equipo adversario si un jugador comete una de las siguientes tres infracciones:

- sujetar a un adversario
- escupir a un adversario
- tocar el balón deliberadamente con las manos (se exceptúa al guardameta dentro de su propia área penal)

Tiro penal

Se concederá un tiro penal si un jugador comete una de las diez infracciones antes mencionadas dentro de su propia área penal, independientemente de la posición del balón, siempre que este último esté en juego.

Tiro libre indirecto

Se concederá un tiro libre indirecto al equipo adversario si un guardameta comete una de las siguientes cuatro infracciones dentro de su propia área penal:

- tarda más de seis segundos en poner el balón en juego después de haberlo controlado con sus manos
- vuelve a tocar el balón con las manos después de haberlo puesto en juego y sin que cualquier otro jugador lo haya tocado
- toca el balón con las manos después de que un jugador de su equipo se lo haya cedido con el pie
- toca el balón con las manos después de haberlo recibido directamente de un saque de banda lanzado por un compañero

Se concederá asimismo un tiro libre indirecto al equipo adversario si un jugador, en opinión del árbitro:

- juega de forma peligrosa
- obstaculiza el avance de un adversario
- impide que el guardameta pueda sacar el balón con las manos
- comete cualquier otra infracción que no haya sido anteriormente mencionada en la Regla 12, por la cual el juego sea interrumpido para amonestar o expulsar a un jugador

Sanciones disciplinarias

La tarjeta amarilla se utiliza para comunicar al jugador, al sustituto o al jugador sustituido que ha sido amonestado.

La tarjeta roja se utiliza para comunicar al jugador, al sustituto o al jugador sustituido que ha sido expulsado.

Sólo se podrán mostrar tarjetas amarillas o rojas a los jugadores, a los sustitutos o a los jugadores sustituidos.

El árbitro posee la autoridad para tomar medidas disciplinarias desde el momento en que ingresa en el terreno de juego hasta que lo abandona después del pitido final.

Si un jugador comete una infracción sancionable con una amonestación o una expulsión, ya sea dentro o fuera del terreno de juego, contra un adversario, un compañero, el árbitro, un árbitro asistente o contra cualquier otra persona, será castigado conforme a la naturaleza de la infracción cometida.

REGLA 13 – TIROS LIBRES

Tipos de tiros libres

Los tiros libres son directos o indirectos.

Tiro libre directo

El balón entra en la meta

- si un tiro libre directo entra directamente en la meta contraria, se concederá un gol
- si un tiro libre directo entra directamente en la propia meta, se concederá un saque de esquina al equipo contrario

Tiro libre indirecto

Señal

El árbitro indicará un tiro libre indirecto levantando el brazo en alto por encima de su cabeza. Mantendrá su brazo en dicha posición hasta que el tiro haya sido ejecutado y hasta que el balón haya tocado a otro jugador o esté fuera de juego.

El balón entra en la meta

Un gol será válido solamente si el balón toca a otro jugador antes de entrar en la meta.

- si un tiro libre indirecto entra directamente en la meta contraria, se concederá saque de meta
- si un tiro libre indirecto jugado entra directamente en la propia meta, se concederá un saque de esquina al equipo contrario

Posición en tiros libres

Tiro libre dentro del área penal

Tiro libre directo o indirecto a favor del equipo defensor:

- todos los adversarios deberán encontrarse como mínimo a 9.15 m del balón
- todos los adversarios deberán permanecer fuera del área penal hasta que el balón esté en juego
- el balón estará en juego apenas haya sido pateado directamente fuera del área penal

- un tiro libre concedido en el área de meta podrá ser lanzado desde cualquier punto de dicha área

Tiro libre indirecto a favor del equipo atacante

- todos los adversarios deberán encontrarse como mínimo a 9.15 m del balón hasta que esté en juego, salvo si se hallan sobre su propia línea de meta entre los postes de meta
- el balón estará en juego en el momento en que es pateado y se pone en movimiento
- un tiro libre indirecto concedido en el área de meta se lanzará desde la parte de la línea del área de meta, paralela a la línea de meta, en el punto más cercano al lugar donde se cometió la infracción
- Tiro libre fuera del área penal
- todos los adversarios deberán encontrarse como mínimo a 9.15 m del balón hasta que esté en juego
- el balón estará en juego en el momento en que es pateado y entra en movimiento
- el tiro libre se lanzará desde el lugar donde se cometió la infracción o desde el lugar donde se hallaba el balón cuando se cometió la infracción, según el tipo de infracción

Infracciones y sanciones

Si al ejecutar un tiro libre un adversario se encuentra más cerca del balón que la distancia reglamentaria:

- se repetirá el tiro

Si el equipo defensor ejecuta un tiro libre desde su propia área penal sin que el balón salga del área penal:

- se repetirá el tiro

Tiro libre lanzado por cualquier jugador excepto el guardameta

Si el balón está en juego y el ejecutor del tiro toca el balón por segunda vez (excepto con las manos) antes de que éste haya tocado a otro jugador:

Tiro libre lanzado por el guardameta

Si el balón está en juego y el guardameta lo toca por segunda vez (excepto con sus manos) antes de que el esférico haya tocado a otro jugador:

- se concederá un tiro libre indirecto al equipo adversario, que se ejecutará desde el lugar donde se cometió la infracción (ver Regla 13 – Posición en tiros libres).
- Si el balón está en juego y el guardameta lo toca intencionadamente con la mano antes de que el esférico haya tocado a otro jugador:
- si la infracción ocurrió fuera del área penal del guardameta, se concederá un tiro libre directo al equipo contrario, que se lanzará desde el lugar donde se cometió la infracción (ver Regla 13 – Posición en tiros libres)
- si la infracción ocurrió dentro del área penal del guardameta, se concederá un tiro libre indirecto al equipo contrario, que se lanzará desde el lugar donde se cometió la infracción (ver Regla 13 – Posición en tiros libres)

REGLA 14 – EL TIRO PENAL

Se concederá un tiro penal contra el equipo que cometa una de las diez infracciones que entrañan un tiro libre directo, dentro de su propia área penal y mientras el balón esté en juego. Se podrá marcar un gol directamente de un tiro penal.

Se concederá tiempo adicional para poder ejecutar un tiro penal al final de cada tiempo o al final de los periodos del tiempo suplementario.

REGLA 15 – EL SAQUE DE BANDA

El saque de banda es una forma de reanudar el juego. El saque de banda se concede a los adversarios del último jugador que tocó el balón antes de atravesar la línea de banda por tierra o por aire. No se podrá anotar un gol directamente de un saque de banda.

REGLA 16 – EL SAQUE DE META

El saque de meta es una forma de reanudar el juego. Se concederá un saque de meta cuando el balón haya atravesado completamente la línea de meta, ya sea por tierra o por aire, después de haber tocado por último a un jugador del equipo atacante, y no se haya marcado un gol conforme a la Regla 10.

Se podrá anotar un gol directamente de un saque de meta, pero solamente contra el equipo adversario.

REGLA 17 – EL SAQUE DE ESQUINA

El saque de esquina es una forma de reanudar el juego. Se concederá un saque de esquina cuando el balón haya atravesado la línea de meta, ya sea por tierra o por aire, después de haber tocado por último a un jugador del equipo defensor, y un gol no se haya marcado conforme a la Regla 10.

Se podrá anotar un gol directamente de un saque de esquina, pero solamente contra el equipo contrario.⁶

1.2.8.1 Reglas del indoor fútbol

El fútbol indoor es una variedad de fútbol caracterizada por jugarse en un terreno de menores dimensiones y por el uso de paredes como un elemento más del juego.

Reglas

- Terreno de juego: suele ser de césped artificial y tiene unas dimensiones variables, aunque a menudo similares a las de otros deportes como el fútbol sala (en torno a 40 x 20 m). Los límites del terreno de juego están formados por muros de altura superior a 1 metro. Aunque suele disputarse en pista cubierta, también se puede practicar al aire libre.

⁶<http://es.fifa.com/worldfootball/lawsofthegame/>, 2010

- Equipos: cada equipo está formado por 7 jugadores, 6 de campo y un portero, pudiendo realizarse tantas sustituciones como se desee.
- Uso de las paredes: los muros que delimitan el terreno de juego pueden utilizarse como si se tratasen de un elemento más del mismo o de un compañero, lo que permite realizar jugadas y tácticas radicalmente distintas a las utilizadas en fútbol y fútbol sala. Sólo si la pelota sobrepasa la vertical de las paredes o choca con el techo del pabellón, se producirá un saque de banda, que habrá de realizarse con una sola mano y por debajo de la cintura.

Arbitraje

- El juego consistirá en dos tiempos de 20 minutos con el reloj corriendo. Se les dará 15 minutos de tiempo de espera, por ejemplo si el juego empieza a las 9:00am y termina a las 9:45am el siguiente juego empieza a las 10:00am eso serán sus 15 minutos.
- Medio tiempo de 5 minutos. Descanso.
- Mano mal intencionada no cuenta como falta.
- Si la pelota pega en la red por el lado de afuera sería balón del guardameta.
- Si la pelota pega dentro de la red por el lado de afuera por la defensa sería tiro de esquina.
- Un jugador no podrá retener el balón estando en el piso. Se sancionará con una falta.
- Habrá dos faltas verbales, la tercera es tarjeta amarilla.
- Los saques de banda podrán ser tanto con la mano como con el pie.
- Dos tarjetas amarillas = a una roja.
- Una roja = no podrá jugar el próximo juego.
- Falta innecesaria o mano intencional dentro de las 11 yardas cerca del arco (Área del tiro penal en el futbol) se realizara un tiro libre indirecto de dos o un solo toque.
- Si en un partido donde se dispute una final o el pasaje a otra ronda de un campeonato se decidirán por dos tiempos extras de 7 minutos adicionales al tiempo reglamentario.(14 Minutos).

- Si hasta ese entonces el partido no se ha definido se cobrarán tiros penales. Los tiros penales se cobrarán en una distancia de 11 yardas a dirección del arco. En el punto penal.
- A diferencia del fútbol, en el indoor no se puede tomar distancia para realizar un cobro de tiro penal.⁷

1.3 Situación actual donde se realiza este proyecto.

Estará ubicada en la parroquia El Quinche de la Provincia de Pichincha, esta es una parroquia de gran afluencia de personas porque es famosa por la peregrinación mariana que, año tras año, se realiza a su santuario; sin embargo, la mayoría ignora los antecedentes precolombinos del lugar, que desempeñó importante papel como eje comercial de la zona norte de la hoya de Quito.

Por su ubicación geográfica, El Quinche mantiene estrechas relaciones de tipo comercial y ceremonial con poblados precolombinos de los valles aledaños, como Guayllabamba, Cayambe, Tabacundo, Ibarra, y también con parroquias como Calderón, Checa, y con la ciudad de Quito, además de estar estrechamente vinculado con los pueblos de las estribaciones orientales andinas, como Oyacachi, según se aprecia en la tradición oral referente al origen la Virgen del Quinche.

⁷http://es.wikipedia.org/wiki/F%C3%BAAtbol_indoor, 2010

Gráfico N. 1: El Quinche



Fuente: es.wikipedia.org, El Quinche (parroquia), 2010.

La parroquia El Quinche cuenta con una población de 16.056 habitantes., y cuya información se detalla a continuación:

1.3.1 Datos generales de El Quinche

El siguiente cuadro muestra en forma resumida los datos más importantes de la parroquia El Quinche.

Cuadro N. 1: Datos de El Quinche

Ubicación Geográfica	Coordenadas	0° 0' 27" S, 78° 17' 39" W	En decimal	-0.0075°, - 78.294167°
Población según censo 2010	Hombres	8015	Mujeres	8041
País	Ecuador			
Provincia	Pichincha			
Cantón	Distrito metropolitano de Quito			
Superficie	30,06Km			
Altitud	2.619msnm			
Limites	Norte: Cantón Cayambe	Este: Cantón Cayambe		
	Sur: Parroquia Checa	Oeste: Parroquia Guayllabamba		
Clase socioeconómica	Baja , Media Baja , Media			

Fuente: Diego Galarza

1.3.1.1 El Quinche como ciudad

El Quinche es un sitio de romería a la Virgen del Quinche y queda a una hora de distancia desde Quito. Cada año hay romerías a pie desde Quito a la Virgen del Quinche, porque está conocida como muy milagrosa. La población total es de 16.056 habitantes, la fecha de Parroquialización Civil fue 29 de Mayo de 1861.

El significado de la palabra Quinche tiene origen en la lengua Maya ^ Cakchiquel, cuyo significado se compone de dos vocablos, Quin que significa Sol y Chi que significa Monte. Por tanto, apoyados en los aportes etimológicos de Manuel Moreno Mora, Quinche significa Monte del Sol. El crecimiento de la cabecera parroquial se debe a la migración desde otras poblaciones por las expectativas de trabajo generado

por una fuerte afluencia de gente itinerante, motivada tanto por la fe a la Virgen como por las ferias. Esta parroquia constituye el núcleo poblado de mayor densidad del sector. Su característica religiosa le ha proporcionado una importante corriente de peregrinos y turistas de todas partes, así como el desarrollo de una feria agropecuaria a nivel de la región.

Una nueva corriente, generada por la actividad comercial, está acumulando un importante número de personas en los alrededores del mercado, lo cual genera más dificultades de tráfico y un permanente florecimiento de actividades terciarias.

1.3.1.2 Los atractivos turísticos

-El Santuario de la Virgen del Quinche

-El parque

-El Tablón.-este monte es una formación natural sorprendente, pues sobresale del entorno por su perspectiva geométrica casi perfecta. Este hermoso coloso de roca viva, alberga en sus estribaciones y en su interior mismo, innumerables cuevas de todos los tamaños y formas que sugieren hornacinas, nichos, altares, y grandes naves de templos prehistóricos.

-Los baños de Cajón.- ubicado en el sector de la Victoria.

-La línea del tren y los Túneles

-Esta población posee infraestructura hotelera para los turistas que deseen alojarse por varios días.

1.3.1.3 Producción

La población económicamente activa tiene una vocación agropecuaria, se han afianzado las actividades relacionadas con la producción agrícola para la exportación y el aprovisionamiento de productos alimenticios básicos para el gran mercado que constituye la ciudad de Quito. Además en la actualidad se ha generado un proceso de expansión de empleo por el turismo.⁸

⁸ [http://www.joyasdequito.com /parroquia El Quinche](http://www.joyasdequito.com/parroquia%20El%20Quinche), 2010.

1.3.1.4 Calendario festivo

Febrero: Culturización del Carnaval

19 de Marzo: San José

05 de Abril: Fiesta Parroquial

29 de Mayo: Fiesta Parroquial

24 de Junio: San Juan

29 de Junio: San Pedro

10 de Agosto: Fiesta de la Comuna

29 de Septiembre: San Miguel

21 de Noviembre: Romería a la Virgen del Quinche

1.3.1.5 Manifestaciones culturales

El Centro Cultural "Templo del Sol Naciente" alberga las expresiones culturales del pueblo dentro de ellas se destacan la música y la danza.

1.3.1.6 Personaje

Dentro de la Pintura se destacan: Sr. Carlos Palomino y Sr. Jerry Garzón.

Se le reconoce dentro del campo educativo al Sr. Luis Morales (profesor e historiador).

Como promotores de la fe y el impulso para el comercio y el turismo están: El Padre Luis León Acosta y el Padre José Conde Castillo.

1.3.1.7 Comidas típicas

Cuy, Caldo de ave (caldo de gallina criolla), las arepas (bocadito auténtico de la comunidad de la Esperanza).

1.3.1.8 Clima

Posee un clima templado en los valles, frío en sus páramos y glacial en el nevado. Tiene una temperatura media de 14 grados centígrados y una humedad relativa entre 75% y 85%. La nubosidad media anual es de 5/8. El 78% de las lluvias caen entre octubre y abril, y entre mayo y septiembre son más escasas.⁹

1.3.1.9 Vías de acceso

La Parroquia de El Quinche se comunica con varios cantones y parroquias como por ejemplo Quito, Guayllabamba, Pifo, Cayambe, Tabacundo, Checa, Ibarra, entre otros, mediante carreteras de primera calidad, como son:

- Quito – Guayllabamba – El Quinche.
- Pifo – El Quinche
- Cayambe – El Quinche
- Tabacundo – El Quinche
- Checa – El Quinche

Además tenemos que tomar en cuenta que las carreteras por las que se accede a la parroquia El Quinche siempre se conservan en buen estado ya que están a cargo de diversas empresas que cobran peajes lo cual ayuda a mantenerlas en buen estado, además debemos considerar que las vías están sufriendo ampliaciones ya que muy pronto funcionara cercad de El Quinche el Aeropuerto internacional de Quito.

1.4. Problemas y oportunidades

Es necesario que la cancha de fútbol de césped sintético tenga una buena calidad debido a que hoy en día sus propietarios por generar riquezas con este negocio de alquiler de canchas, estas han sido construidas con materiales que proviene del petróleo; causando en los jugadores que sus pies se lastimen con ampollas y raspones debido al calor y la calidad de la cancha.

⁹ SALAZAR Medina Richard, *El santuario de la virgen del Quinche*, Peregrinación en un espacio sagrado milenario, 1era edición, Ecuador, 1970, p. 25.

El balón no rueda igual las jugadas no se pueden preparar como en una cancha natural, pero en fin lo futbolístico no es grave porque se puede preparar con una adecuada preparación.

Las canchas de césped sintético tendrían componentes cancerígenos, según indicó un estudio del Instituto Superior de Salud italiano, cuyos análisis confirman la presencia de hidrocarburos policíclicos, aromáticos, metales pesados [zinc] y compuestos volátiles muy superiores a los límites tolerables.

Riesgos:

1. Planta del pie. Uno de los problemas más frecuentes en las canchas sintéticas es la aparición de ampollas y fascitis plantar.
2. Tobillo. Los médicos deportólogos coinciden en afirmar que para futbolistas que juegan en sintéticas son frecuentes esguinces y tendinitis.
3. Gemelos. La parte posterior de la pantorrilla suele resentirse de fatiga excesiva, lo que merma el rendimiento del deportista de alto nivel.
4. Rodilla. Según el médico Héctor Fabio Cruz, Las lesiones más graves para los futbolistas son la tendinitis y la ruptura de ligamentos y meniscos.
5. Muslo. Esta parte de las piernas también está llamada a sufrir contracturas musculares, según los especialistas médicos. En Perú, se presentaron casos.
6. Parte baja de la espalda (Lumbar). Lesiones como lumbalgia y dolor de espalda se pueden presentar por la competencia en sintéticas.

Las canchas sintéticas han presentado desventajas que la tecnología ha ido resolviendo, por ejemplo lo áspero de la fibra producía raspaduras al caerse, lo blando del terreno generaba extremo cansancio, un mal drenaje generaba inundaciones, y hasta el calor en ciudades de temperaturas altas.

Sin embargo esas situaciones hoy parecen tener solución mediante la aplicación de corcho y palma para bajarle dos grados de temperatura al terreno.

Al entenderse de este deporte del fútbol recreativo o formativo y al implementar las canchas de césped sintético estas requieren un menor coste de mantenimiento y pueden utilizarse hasta 18 horas al día a diferencia del mantenimiento que se da a una cancha con gras natural formada por materiales yacentes del petróleo.

Añadiendo que el césped sintético permite alcanzar e incluso mejorar las prestaciones brindadas por el césped natural.

Este deporte es considerado como el de mayor participación en cada país y aquí en Ecuador es estimado como el deporte principal, dando a entender que los jóvenes de edad promedio de 13-25 años sin excluir a los adultos que superan esta edad y a damas que efectúan este deporte, tendrán una gran oportunidad de jugar su deporte favorito si es en una cancha de césped sintético dando la satisfacción de similitud como si estuvieran jugando en un campeonato a nivel mundial o de ligas mayores.

1.5 Características del servicio

El presente proyecto consiste en la implementación de una cancha de fútbol sintética en la parroquia El Quinche, provincia de Pichincha; la superficie de ésta será de césped sintético con sus respectivos canales de aguas lluvias, ya que estará a la intemperie. La cual contará con todos los implementos necesarios para que los clientes disfruten de la práctica de su deporte favorito, todo esto está orientado a brindar un servicio completo y de calidad a los clientes que aman hacer el deporte más popular del mundo.

En la actualidad debido a la falta de canchas de fútbol de césped sintético en el sector, gran cantidad de personas de nuestro mercado objetivo se ven en la necesidad de recorrer grandes distancias para poder jugar en canchas de césped sintético ya que las más cercanas a esta parroquia están en el cantón de Cayambe donde cuentan con una sola cancha de este tipo llamada “El Pórtico”, en la parroquia de calderón donde igual existe una llamada “ El Palacio Deportivo”, y en la ciudad de Quito donde se ha desarrollado notablemente este tipo de canchas- para poder jugar fútbol y poder de esta manera divertirse y entretenerse junto a familiares y amigos, las más importantes son “La Gambeta”, “la Bombonerita”, “Pasión Futbol”, “ Futbol City”, “La Murga”, “El Maracanazo”, “Tu Canchita”. Esto hace que las personas de esta parroquia, realicen la práctica del fútbol de manera no muy segura en las calles, parques, o canchas de cemento, tierra, o arena donde pueden correr riesgos de lastimarse en una caída o ser atropellados por vehículos o buses que circulan en las vías.

Al ser el crecimiento comercial, el más vistoso por los pobladores, es importante reconocer que las áreas verdes y espacios públicos han quedado atrás, haciendo a un lado los hábitos saludables y de sano entretenimiento, ya que los lugares donde se puede hacer deporte por lo general brindan su servicio en la mañana y en fines de semana, inclusive generando malestar en los usuarios por el estado físico de las canchas públicas. La práctica del fútbol en la semana y en horarios nocturnos es la nueva tendencia que tiene mucha acogida en la ciudad de Quito y por ende en sus parroquias como lo es El Quinche y aun más en el sector empresarial, que por sus labores y sus horarios no disponen de tiempo durante el día para poder ejercer actividades deportivas, por lo que eligen la recreación en la noche en canchas públicas o privadas que ofrecen este servicio.

Por todo lo expuesto, la propuesta que se plantea consiste en crear una empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético, el cual será el primer servicio de sano entretenimiento, servicio de calidad y diferenciado en instalaciones e infraestructura y que estará disponible 5 días a la semana en horarios atractivos para todas las personas que buscan practicar este deporte después de sus actividades diarias, sin preocuparse de la seguridad, el tiempo y la distancia. En la parroquia El Quinche, personas que son estudiantes y profesionales buscan lugares donde puedan practicar fútbol a cualquier hora del día, y sobre todo donde se garantice la satisfacción de la necesidad, así como su seguridad y bienestar.

Al ser una empresa que permitirá el alquiler de canchas de fútbol de césped sintético, única en esta parroquia, y al no existir empresas de servicios similares al que se ofrece, no se encuentran restricciones para participar en éste proyecto, de manera que la participación en el mercado será determinada por la calidad, precio y servicio que se ofrece al consumidor.

El proyecto comprende diferentes áreas que buscan ofrecer un mejor servicio y brindarle un valor agregado a los usuarios de la cancha sintética de fútbol. Cada servicio complementario de la cancha de fútbol sintético está dirigido a un grupo de consumidores con gustos, preferencias y necesidades específicas. A continuación se detallan los servicios a los que se hace referencia en este párrafo.

1.5.1 Factores claves para el éxito

- ✓ Seguridad no sólo en el interior del escenario sino también en el exterior con el área de parqueadero.
- ✓ El césped sintético de nuestra cancha contará con la certificación ISO 9001 y cumplirá con los altos estándares recomendados por la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociado).
- ✓ Área de distracción para niños y adultos, con Directv, para poder ver partidos de la UEFA, Copa Libertadores, Copa Sudamericana y Campeonato Nacional.
- ✓ La cancha estará ubicada en un sector comercial y de fácil acceso vehicular.
- ✓ Personal Administrativo: se contará con el personal calificado y con trayectoria reconocida en esta actividad.
- ✓ Análisis del costo del servicio: debe ser accesible de tal manera que permita a los demandantes acceder a este tipo de entretenimiento y a su vez un precio competitivo y acorde a las ventajas que se brindará.
- ✓ Planeación de servicio: se considerará el número de jugadores por cancha tomando en cuenta el costo del servicio por tiempo de juego.

1.5.2 Alquiler de cancha

Dispondremos de una cancha sintética que puede ser alquilada mediante una reservación anticipada preferiblemente con 24 horas de anticipación y se la puede alquilar por el tiempo mínimo de 1 (una) hora. El límite de jugadores será de 7 por equipo.

La cancha de fútbol de césped sintético será de 38mts de largo por 20mts de ancho. Los arcos son de 3mts de ancho por 2mts de alto, medidas que están calificadas según los parámetros de la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociado). El césped sintético estará elaborado en base de materiales artificiales, con una altura aproximada de 5cm imitando las cualidades y beneficios del césped natural.

1.5.3 Campeonatos

Se organizara varios torneos durante todo el año. Habrá un valor de inscripción por equipo y el ganador recibirá un premio que podrá ser una membrecía o dinero en efectivo que las marcas auspiciantes del torneo lo pagarían. Y para darle más dinamismo y diversión a los clientes se establecerá 5 campeonatos durante cada año, con aproximadamente 8 equipos, teniendo así un fuerte grado de reconocimiento para la empresa.

También se dará la opción de que formen torneos propios; es decir nos traen la información del número de equipos que quieran participar, la duración del torneo y nosotros nos encargamos del desarrollo del campeonato y de los premios, es decir de la organización.

1.5.4 Perspectivas de la investigación

Las instalaciones tendrán como posibles servicios complementarios:

Camerinos.- Estos servirán para que los clientes tanto espectadores como jugadores satisfagan sus necesidades biológicas y puedan cambiarse la indumentaria, con lo cual se eviten que lo hagan al aire libre y provoquen algún tipo de contaminación visual o se puedan enfermar.

Balones oficiales y Chalecos distintivos.- Contara con balones de reconocidas marcas como Niké, Adidas, Puma, entre otros, siempre contar con balones que se use en el campeonato nacional de futbol ecuatoriano. Y para los clientes chalecos de primera calidad para que puedan distinguirse y jugar mejor y más cómodos, esto en el caso de que no tengan uniformes o sus colores sean parecidos.

Bar.- Este lugar estará diseñado para que las personas antes o después de hacer deportes puedan degustar de una amplia gama de snacks, jugos, batidos, bebidas refrescantes y energizantes. Este espacio contará con mesas y sillas muy cómodas donde las personas podrán compartir un momento ameno con familiares y amigos, además podrán ver desde ahí partidos de nuestros clientes ya que contara con vista a

la cancha. Además contará con una pantalla gigante donde se transmitirán los más importantes partidos tanto locales como internacionales.

Tribunas- Las tribunas contarán con asientos individuales, creados en filas de 5 personas, armado en dos plantas rodeando la cancha para mayor comodidad de nuestros espectadores.

Teléfono, Directv: se considera estos servicios ya que son indispensables en cualquier negocio y para mayor comodidad de los clientes.

1.6 Alcance

El proyecto va dirigido a los habitantes de la zona norte de la provincia de pichincha particularmente de sexo masculino, que fluctúan entre los 10 y 54 años de edad; de clase social, media-baja y media que practican diariamente este deporte, indistintamente del tipo de superficie en que lo realicen. Por lo que nuestro estudio está enfocado en la parroquia El Quinche, cuyo número de habitantes es de 16.056 habitantes, siendo considerado esta parroquia como una de las mejores y más visitadas de la provincia de pichincha en la que sus habitantes practican deportes como el fútbol, y siendo el lugar principal donde se realizan Campeonatos a nivel inter-barrial e interparroquial.

1.7 Objetivo

Determinar la factibilidad del servicio de alquiler de una cancha de fútbol de césped sintético en la parroquia El Quinche, provincia de Pichincha, proyectado como una nueva alternativa para la recreación de sus habitantes.

1.7.1 Objetivos Específicos

- 1.** Determinar la demanda insatisfecha para la creación de una cancha de fútbol de césped sintético en la parroquia El Quinche.
- 2.** Utilizar estrategias de marketing básicas para obtener ventaja competitiva en el servicio a ofrecer y tener acogida.
- 3.** Analizar la tecnología y ubicación adecuada para la creación de una cancha de fútbol de césped sintético en la parroquia El Quinche.
- 4.** Definir cuál será el mejor sistema administrativo del proyecto.
- 5.** Determinar financieramente si es rentable el proyecto de factibilidad.

CAPÍTULO II

2.1 Estudio de Mercado y su análisis

2.1.1 Mercado

Antes de realizar el estudio de mercado, es necesario conocer que es mercado, para lo cual, se va a tomar en cuenta conceptos de expertos en mercadotecnia.

- Gabriel Baca Urbina define al mercado como “el sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancías o servicios, de manera que la información recolectada a través de encuestas nos servirá para tomar la decisión final de invertir o no”.¹⁰

- Para Laura Fisher y Jorge Espejo, el mercado son "los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio". Complementando este concepto, ambos autores mencionan que existen tres elementos muy importantes:
 - La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
 - La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
 - La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos.¹¹

- Philip Kotler, afirma que el concepto de intercambio conduce al concepto de mercado. En ese sentido, "un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo". Así, el tamaño del mercado, a criterio de Kotler, depende de que el número de personas que manifiesten la necesidad, tengan los recursos que

¹⁰ BACA Urbina Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, 4ta Edición, McGraw-Hill, Interamericana Editores, S.A., México, 2001, p. 14.

¹¹ FISHER Laura y ESPEJO Jorge, *Mercadotecnia*, 3era Edición, Mc Graw Hill - Interamericana, p. 84.

interesan a otros y estén dispuestos a ofrecerlos en intercambio por lo que ellos desean.¹²

- Por su parte, Ricardo Romero, considera que los conceptos más comunes que se tienen de mercado, son los siguientes:
 - *Lugar en donde se reúnen compradores y vendedores, se ofrecen bienes y servicios en venta y se realizan transferencias de títulos de propiedad.*
 - *Demanda agregada generada por los compradores potenciales de un producto o servicio.*
 - *Personas con necesidades por satisfacer, dinero que gastar y de gastarlo.*¹³

En síntesis, mercado es todo lugar físico o virtual (como el caso del internet), donde existe por un lado, compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, y por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicio, para lo cual se llevan a cabo abundantes transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

2.1.2. Estudio de mercado

*El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados, determinar el segmento del mercado al que se enfocará, y la cantidad de producto/servicio que se desea vender o brindar. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.*¹⁴

¹²KOTLER, Philip, *Dirección de Mercadotecnia*, 8va Edición, Editorial Prentice Hall, 2001, p. 11.

¹³ROMERO, Palmir, *Marketing*, , Editora E.I.R.L., p.55

¹⁴ www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado, 2008.

Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos:

- **Estudios cualitativos:** Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras. Los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones. Son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia (los grupos objetivos).¹⁵
- **Estudios cuantitativos:** Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud. Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).¹⁶

2.1.2.1 El proceso del estudio de mercado

Según Kotler, Bloom y Hayes, un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

1. Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.
2. Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

¹⁵ KOTLER, Philip y Otros, *El Marketing de Servicios Profesionales*, 1era Edición, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004, p. 98.

¹⁶ Idem, p.98.

3. Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:
 - Investigación basada en la observación
 - Entrevistas cualitativas
 - Entrevista grupal
 - Investigación basada en encuestas
 - Investigación experimental
4. Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.¹⁷

2.1.2.2 Fuentes para el estudio de mercado

1. Primarias:

Son aquellas investigadas precisamente por el interesado o por personal contratado por él, y se obtienen mediante entrevistas o encuestas a los clientes potenciales o existentes o bien, a través de la facturación para los negocios ya en operación, con el fin de detectar algunos rasgos de interés para una investigación específica. Fuera cual fuese el medio de investigación elegido, se tiene que contar con un guión de preguntas que se desea contestar. Para diseñar dicho guión se tiene que considerar:

- a) ¿Qué deseo saber?
- b) ¿Mediante que preguntas puedo llegar a lo que deseo saber?

Entre los principales tipos de preguntas que se pueden emplear en una encuesta, se encuentran las siguientes:

- a) Preguntas SI o NO
- b) Preguntas abiertas, en las que la persona contesta lo que desee.
- c) Preguntas de cierre, que se usan para corroborar información previamente solicitada.

Como regla general se sugiere considerar los siguientes aspectos para la elaboración del guión de una encuesta o cuestionario:

- a) Que la redacción de la pregunta sea clara.

¹⁷ KOTLER, Philip y Otros, Op. Cit., p. 98.

b) Que la respuesta de la pregunta no tenga que ser muy larga.

2. Secundarias:

Proviene generalmente de instituciones abocadas a recopilar documentos, datos e información sobre cada uno de los sectores de su interés, como por ejemplo las Cámaras Industriales o de Comercio de cada rama, Órganos oficiales como el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Bancos, el Internet, la propia banca comercial publica regularmente información estadística y estudios sobre diversos sectores de la economía en donde se puede obtener las características fundamentales de las ramas de interés para el inversionista potencial. Dentro de este tipo de recolección de información, y lo citado anteriormente, se puede deducir que existen dos tipos de fuentes de recolección:

Fuentes externas

- Censo
- Publicaciones
- Informes

Fuentes internas

- Registros contables
- Banco de datos¹⁸

2.1.2.3 Objetivo del estudio de mercado

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

1. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer
2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer

¹⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado, 2010

3. Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados
4. Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

El logro de los objetivos mencionados solo se podrá llevar a cabo a través de una investigación que nos proporcione información para ser utilizada como base para una toma de decisión; esta deberá ser de calidad, confiable y concreta

Como objetivos secundarios un estudio de mercado nos relevara información externa acerca de nuestros competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado, hábitos de consumo de a quién va dirigido el producto y/o servicio. Así como también información interna como las especificaciones de nuestro producto, nuestra producción interna, normas técnicas de calidad, entre otros aspectos a considerar.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.¹⁹

Partiendo de estos conceptos, el objetivo del estudio de mercado para este proyecto de inversión seria, identificar los gustos y preferencias de los usuarios de la parroquia El Quinche respecto a la práctica del fútbol 7 (Indoor) en césped sintético, y el precio que estarían dispuestos a pagar por este servicio, con lo cual se determinarán las estrategias de mercadeo y comercialización enfocados en cuatro pilares que son el precio, el servicio, la promoción y la distribución, mediante el análisis de los resultados del estudio del mercado.

¹⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado, 2010

2.1.2.4 Identificación del servicio

Existen varias clasificaciones sobre proyectos de inversión, según Abraham Hernández en su obra *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*, el presente tema es un proyecto de naturaleza de servicios, de infraestructura social, recreativa.²⁰

El servicio que ofrecerá la empresa, es el alquiler de canchas de futbol de césped sintético, en la cual podrán jugar 14 personas, sin tener que preocuparse por el estado de la cancha ya que siempre estará en buenas condiciones sin importar las condiciones climáticas (invierno o verano). Adicional a esto se cuenta con parqueadero, camerinos para los clientes, tribunas, bar, entre otros.

2.1.2.4.1 Características del servicio

- **Alquiler de canchas:** se lo hará por el tiempo de una hora para dos equipos de 7 jugadores cada uno.
- **Superficie:** será de césped sintético con sus respectivos canales de aguas lluvias, ya que estará a la intemperie.
- **Césped sintético:** el césped sintético de nuestra cancha contará con la certificación ISO 9001 y cumplirá con los altos estándares recomendados por la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociado).
- **Instalaciones deportivas:** La cancha de fútbol de césped sintético será de 38mts. de largo por 20mts de ancho. Los arcos son de 3mts de ancho por 2mts de alto, medidas que están calificadas según los parámetros de la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociado). El césped sintético estará elaborado en base de materiales artificiales, con una altura aproximada de 5cm imitando las cualidades y beneficios del césped natural.
- **Campeonatos:** Se organizara varios torneos durante todo el año. Habrá un valor de inscripción por equipo y el ganador recibirá un premio que podrá ser una membresía o dinero en efectivo que las marcas auspiciantes del torneo lo pagarían.

²⁰ HERNÁNDEZ, Abraham, *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*, 5ta edición, Thompson Learning Editores, 2005, p. 5.

- **Camerinos:** se crearán camerinos con sus respectivas instalaciones higiénicas, y cancelas por camerino para nuestros jugadores
- **Balones oficiales:** contara con balones de reconocidas marcas como Niké, Adidas, Puma, entre otros, siempre contar con balones que se use en el campeonato nacional de futbol ecuatoriano
- **Chalecos distintivos:** para los clientes chalecos de primera calidad para que puedan distinguirse y jugar mejor y más cómodos, esto en el caso de que no tengan uniformes o sus colores sean parecidos.
- **Bar:** el lugar estará diseñado para que las personas antes o después de hacer deportes puedan degustar de una amplia gama de snacks, jugos, batidos, bebidas refrescantes y energizantes.
- **Tribunas:** las tribunas contarán con asientos individuales, creados en filas de 5 personas, armado en dos plantas rodeando la cancha para mayor comodidad de nuestros espectadores.
- **Teléfono, DirecTV:** se considera estos servicios ya que son indispensables en cualquier negocio y para mayor comodidad de los clientes.
- **Seguridad:** no sólo en el interior del escenario sino también en el exterior con el área de parqueadero.
- **Personal Administrativo:** se contará con el personal calificado y con trayectoria reconocida en esta actividad.

2.2 Investigación de mercados

*La investigación de mercados es la sistemática y objetiva identificación, obtención, registro, análisis, presentación y distribución de datos e información acerca de una situación específica de mercadotecnia que enfrenta la empresa, con el propósito de mejorar la toma de decisiones para la solución de problemas y la identificación de oportunidades de mercadotecnia.*²¹

Para tener un conocimiento más profundo acerca de las necesidades, gustos y preferencias de los habitantes de la parroquia El Quinche al momento de practicar fútbol 7 o indoor futbol en este nuevo establecimiento se realizaron 2

²¹ <http://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/definicion-investigacion-mercados.html>, 2007

investigaciones. Una de naturaleza exploratoria, por medio de encuestas piloto y otra descriptiva por medio de la aplicación de encuestas definitivas. La información que se obtuvo en las encuestas piloto fue de mucha importancia para la aplicación de las encuestas definitivas.

2.2.1 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos.

Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables).

Los mercados se pueden segmentar de acuerdo con varias dimensiones:

1. **Demografía:** El mercado se divide en grupos de acuerdo con variables tales como sexo, edad, ingresos, educación, etnias, religión y nacionalidad. Lo más común es segmentar un mercado combinando dos o más variables demográficas.
2. **Geografía:** Los mercados se dividen en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, departamentos, municipios, ciudades, comunas, barrios. Debe tenerse en cuenta que algunos productos son sensibles a la cultura de una nación, pueblo o región.
3. **Psicografía:** El mercado se divide en diferentes grupos con base en características de los compradores tales como clase social, estilo de vida, tipos de personalidad, actitudes de la persona hacia si misma, hacia su trabajo, la familia, creencias y valores.
4. **Por comportamiento:** se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto.²²

²² SAPAG CHAIN Nassir y SAPAG CHAIN Reinaldo, *Preparación Y Evaluación De Proyectos*, Editorial McGraw-Hill interamericana, 2da edición, México, 1991, p.60.

2.2.1.1 Segmentación de mercados del proyecto

Mediante el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos con el Séptimo Censo de Población y Vivienda en el año 2010 se obtuvo la información de la Parroquia El Quinche que cuenta con una población de 16056 habitantes.²³

- **Segmentación geográfica:**
 - *País:* Ecuador
 - *Región:* Sierra
 - *Provincia:* Pichincha
 - *Cantón:* Quito
 - *Parroquia:* El Quinche

- **Segmentación demográfica:**
 - *Edad:* De 10 a 54 años (38.77% de la población masculina)
 - *Género:* Masculino
 - *Nivel económico:* Medio bajo, Medio alto

- **Segmentación psicográfica:**
 - *Estilo de vida:* Personas que les guste hacer deporte en especial que practiquen fútbol.
 - *Personalidad:* Mente abierta, tendencia hacia el cambio.

- **Segmentación conductual:**
 - *Beneficios:* Calidad, precio justo,
 - *Frecuencia:* Usuario ocasional, medio y regular.
 - *Actitud hacia el producto:* Positiva, entusiasta y total aceptación.

²³ <http://www.inec.gov.ec/estadisticas/>, 2011

2.3 Diseño del plan de investigación

Lo primero que se tiene que recordar es que cada investigación en cada tipo de negocio es diferente, por lo que el diseño puede variar, existiendo infinitos tipos. Los tipos “genéricos” de diseño en investigación son:

- **Exploratoria:** se define como la recolección de información mediante mecanismos informales y no estructurados.
- **Descriptiva:** se refiere a un conjunto de métodos y procedimientos que describen a las variables de marketing. Este tipo de estudio ayuda a determinar las preguntas básicas para cada variable, contestando ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Qué? y ¿Cuándo?. Este tipo de estudios puede describir cosas como, las actitudes de los clientes, sus intenciones y comportamientos, al igual que describir el número de competidores y sus estrategias.
- **Causal:** se enfoca en controlar varios factores para determinar cuál de ellos es el causante del problema. Esto permite aislar las causas del problema, al mismo tiempo que entrega un nivel de conocimiento superior acerca de la variable que se estudia. Este tipo de estudio es el más complejo y por ende costoso.
- **Sistemática:** es aquella utilizada para evaluar un proceso mientras se va dando, encuentra el problema y propone soluciones.²⁴

Para poder obtener información acerca del mercado, con respecto al nivel aceptación y rechazo que tendrá la cancha de césped sintético, primero se realizara una investigación de tipo piloto exploratoria con preguntas abiertas de carácter cualitativo, y luego se utilizara encuestas de tipo descriptiva con preguntas cerradas de carácter cuantitativo

Las fuentes de investigación a manejar serán la primaria a través de las encuestas y fuentes secundarias que se obtendrá a través del Internet, libros y otras publicaciones.

²⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados, 2010

2.3.1 Selección del tamaño de la muestra

Para poder determinar el número de encuestas a realizar, se estableció como grado de confianza un 95% y un margen de error del 5%.

El grado de confianza (Z): De acuerdo a la tabla de distribución normal, el valor de “z” asociado a un nivel de confianza del 95%, es de 1.96.

La porción estimada (P): Es la probabilidad que existe que un evento ocurra, en este caso, la probabilidad que la personas estén dispuestas a adquirir o alquilar uno de nuestros servicios.

2.3.2 Prueba Piloto

La finalidad de prueba piloto es conocer el nivel de aceptación (p) o en nivel de rechazo (q) que tendrá la creación de una empresa de alquiler de canchas de fútbol sintética en la parroquia El Quinche, y determinar el número de encuestas a elaborar; se realizaron 20 encuestas piloto aleatoriamente, mediante 4 preguntas.

2.3.2.1 Formato de encuesta piloto

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de los consumidores respecto a la práctica del fútbol en la parroquia El Quinche.

1. ¿Le gusta jugar fútbol?

SI () NO ()

2. ¿Le gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en la parroquia El Quinche?

SI () NO ()

¿Por qué no? _____

3. ¿Con qué frecuencia práctica el fútbol?

- () A diario
- () Una vez por semana
- () Una vez por mes
- () Dos veces por mes

4. ¿Cuáles son los lugares donde juega fútbol comúnmente?

- Escuelas / Colegios ()
- Universidad ()
- Canchas públicas ()
- Otros ()

¿Cuál?: _____

GRACIAS POR SU TIEMPO

2.3.2.2 Resultados de la encuesta piloto: El resultado de las 20 encuestas aplicadas presenta la siguiente información:

Encuesta

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de los consumidores respecto a la práctica del fútbol en la parroquia El Quinche.

1. ¿Le gusta jugar fútbol?

SI (20)	NO (0)
100%	0 %

2. ¿Le gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en la parroquia El Quinche?

SI (19)	NO (1)
-----------	----------

3. ¿Con qué frecuencia práctica el fútbol?

- (5) A diario
- (8) Una vez por semana
- (4) Una vez por mes
- (2) Dos veces por mes

4. ¿Cuáles son los lugares donde juega fútbol comúnmente?

Escuelas / Colegios	(7)
Universidad	(1)
Canchas públicas	(9)
Otros	(2)

* Las encuestas se encuentran en el Anexo N. 2

En los resultados, respecto al nivel de aceptación y rechazo de implantar este tipo de servicio, considerando que al 100% de los encuestados les gusta jugar fútbol, y mediante la pregunta filtro (pregunta No. 2), se obtuvo que un 95% de las personas les gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en la parroquia El Quinche demostrando en los siguientes datos:

Preguntas filtro

20 - 100%

20 - x

X= 100 %

20 - 100%

19 - x

X = 95%

✓ Para obtener la aceptación (p) se obtuvo de la siguiente manera

$$P = 19/20 = 0.95$$

$$Q = 1/20 = 0.05$$

2.4 Selección de la técnica de muestreo

2.4.1 Muestreo no probabilístico

Los elementos de la muestra son seleccionados por procedimientos al azar ó con probabilidades conocidas de selección. Por lo tanto es imposible determinar el grado de representatividad de la muestra.

Dentro de los tipos de muestreo no Probabilístico, podemos mencionar los siguientes:

Muestreo por Juicio, Selección Experta o Selección Intencional: El investigador toma la muestra seleccionando los elementos que a él le parecen representativos o típicos de la población, por lo que depende del criterio del investigador.

Muestreo casual o fortuito: Se usa en los casos en los que no es posible seleccionar los elementos, y deben sacarse conclusiones con los elementos que estén disponibles. Por ejemplo: en el caso de voluntarios para pruebas de medicamentos de enfermedades como el corazón, cáncer, etc.

Muestreo de cuota: Se utiliza en estudios de opinión de mercado. Los enumeradores, reciben instrucciones de obtener cuotas específicas a partir de las cuales se constituye una muestra relativamente proporcional a la población.

Muestreo de poblaciones móviles: Este tipo de muestreo utiliza métodos de captura, marca y recaptura. Se utiliza mucho en el estudio de migración de poblaciones de animales y otras características.²⁵

- ❖ De la técnica de muestreo no probabilístico se escogió el muestreo por juicio, este tipo de muestreo permite seleccionar a los elementos que se incluirán en la muestra, porque son representativos de la población de interés. La razón por la que se escogió el muestreo por juicio, es porque permite llegar con mayor facilidad al segmento al cual está orientada esta investigación.

2.5 Definición de la unidad muestral

Nuestro público objetivo, es personas de sexo masculino de entre 10 a 54 años de edad que residan o trabajen en la parroquia El Quinche y que practiquen fútbol como mínimo una vez a la semana

²⁵ <http://sitios.ingenieria-usac.edu.gt/estadistica/estadistica3/teoria.html>, 2006.

2.6 Tamaño del universo

Una vez definida la unidad muestral, se procedió a buscar información de la población de la parroquia El Quinche y que se encuentren en estos rangos de edad.

Cuadro N. 2: Cuadro de población masculina de El Quinche

GRUPOS DE EDAD	SEXO
	Hombre
De 10 a 14 años	882
De 15 a 19 años	831
De 20 a 24 años	836
De 25 a 29 años	757
De 30 a 34 años	627
De 35 a 39 años	559
De 40 a 44 años	425
De 45 a 49 años	337
De 50 a 54 años	258
Total	5.512

Fuente: www.inec.gov.ec, 2011.

2.7 Selección del tamaño de la muestra

La muestra es un grupo considerable de personas que reúne las características principales o claves del grupo objeto. El tamaño de la muestra, permite saber el número de personas idóneas que cumplan las características señaladas según las variables que nos interesan para pedir información, analizarla y permitan el desarrollo de la investigación.²⁶

El tamaño de la muestra será determinado mediante la fórmula, la misma que se aplica cuando la población es menor a 100,000 habitantes. La fórmula es la siguiente:²⁷

$$n = \frac{(1.96)^2 \times p \times q \times N}{E^2 \times (N - 1) + (1.96)^2 \times p \times q}$$

²⁶ MÉNDEZ A. Carlos E., *Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*, 3ra Edición.

²⁷ RODRIGUEZ, y Otros, *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Editorial Limusa, México, 2008, 1era Edición, p. 146

Donde:

N = Total de la población
 $Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)
p = proporción esperada de éxito (en este caso 95%)
q = proporción estimada de fracaso (en este caso 5%)
E = precisión (en este caso deseamos un 5%).

Reemplazo:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.05 \times 0.95 \times 5512}{0.05^2 \times (5512 - 1) + (1.96)^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

n= 72

2.8 Diseño del cuestionario

“Encuesta es el procedimiento a través del cual se consigue información en un grupo de individuos en base a un conjunto de estímulos (preguntas) mediante las cuales se busca llegar a dicha información (respuestas)”.²⁸

La realización de las encuestas ayudará a:

- ✓ Definir las características de los potenciales clientes del servicio
- ✓ La frecuencia de práctica de este deporte y lugares donde lo practican.
- ✓ Establecer el nivel de aceptación y horarios de preferencia donde los consumidores accederán a la cancha.
- ✓ El medio de comunicación utilizado por los usuarios para informarse , así como los precios y factores de importancia para el cliente

El tipo de cuestionario será estructurado con preguntas cerradas, ya que se va a utilizar en la encuesta preguntas de opción múltiple, desarrollando un cuestionario de 12 preguntas que se presenta a continuación:

²⁸ RODRÍGUEZ, Nelson, *Teoría y Práctica de la Investigación Científica*, Editorial Litec, 1982, p. 182

ENCUESTA

La presente encuesta tiene el objetivo de conocer los gustos y preferencias de los consumidores de la parroquia El Quinche respecto a la práctica del fútbol y la frecuencia de uso de las instalaciones deportivas. Agradecemos por su valiosa ayuda.

Marque con una en su respuesta

1. Edad:

10-19 20-29 30-39 40-49 50-54

2. Señale su ocupación actual.

Empleado Público

Empleado Privado

Estudiante

Trabajo Independiente

3. Factor socio económico:

Baja

Media

Media alta

Alta

4. ¿Le gusta jugar futbol? (si la respuesta es no, termina la encuesta)

Si No

5. ¿Con que frecuencia usted practica este deporte?

A diario

Una vez por semana

Una vez por mes

Dos veces por mes

6. ¿Cuáles son los lugares donde juega fútbol comúnmente?

Escuelas / Colegios

Universidad

Canchas públicas

Otros

¿Cuál?: _____

7. ¿Le gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en la parroquia el Quinche?

Si No

¿Por qué no? _____

8. ¿Con que frecuencia iría usted a jugar en canchas de fútbol con césped sintético?

A diario

Una vez por semana

Una vez por mes

Dos veces por mes

9. ¿En qué horas y días acudiría usted a jugar fútbol a este lugar?

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7:00-12:00							
12:00-17:00							
17:00-22:00							
22:00-24:00							

10. ¿A través de que medio se entera usted de lugares destinados para jugar fútbol?

Amigos

Familiares

Prensa

Internet

Otros (indique) _____

11. ¿Cuál es el costo que usted pagaría por acceder a una hora en este servicio de alquiler? (Por Equipo de 7 jugadores)

\$25-35

\$36 – 45

>\$46

12. Acorde a la importancia califique del 1 al 4 siendo 1=muy importante, 2=importante, 3=poco importante, 4= nada importante, ¿qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para practicar este deporte?

	1	2	3	4
FACTORES				
PRECIO				
INTALACIONES				
SEGURIDAD				
UBICACIÓN				
SERVICIOS ADICIONALES				

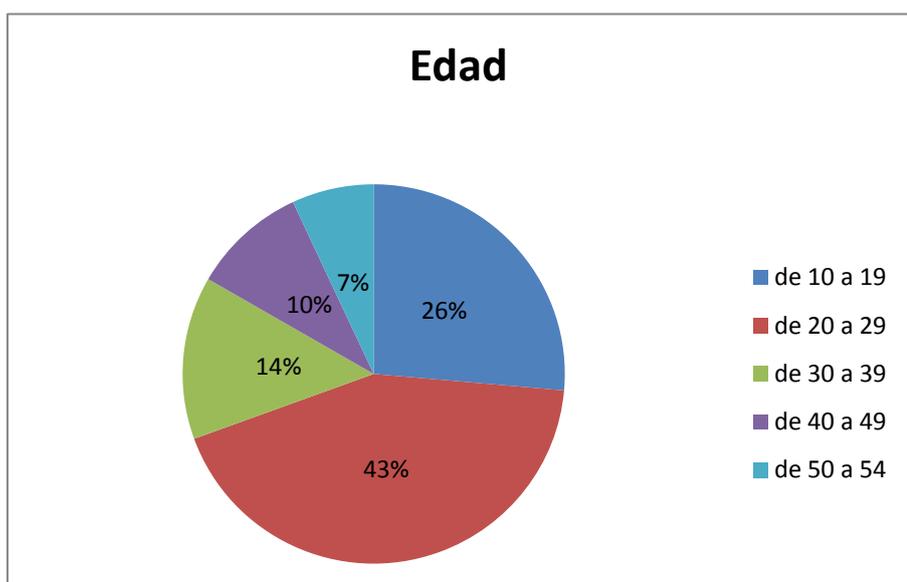
GRACIAS POR SU COLABORCIÓN

2.9 Análisis de los resultados

Realizado el trabajo de campo (Anexo 3), se procedió a tabular los datos de las encuestas realizadas a 72 personas en el cual se obtuvieron los siguientes resultados:

1. Edad

Años	N. personas	%
de 10 a 19	19	26
de 20 a 29	31	43
de 30 a 39	10	14
de 40 a 49	7	10
de 50 a 54	5	7
Total	72	100



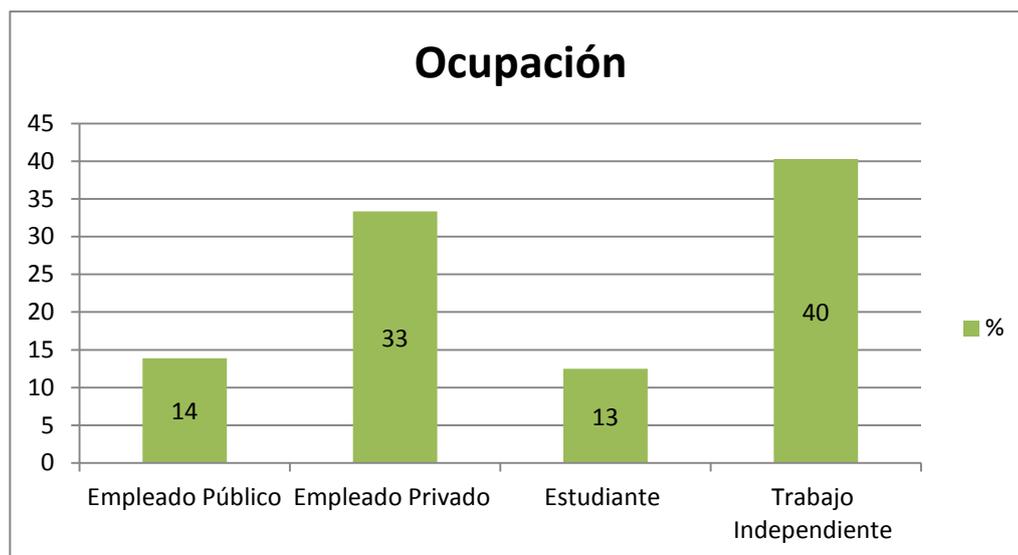
Análisis:

Analizando las encuestas de rango de edad, encontramos los siguientes porcentajes entre 10-19 años tenemos 26%; de 20-29 años un 43%; de 30-39 años un 14%; de 40-49 años un 10% y por último de 50-54 años un 7%.

Así llegamos a la conclusión de que el mayor porcentaje de la población se centra en los jóvenes - adultos de entre 20 a 29 años.

2. Señale su ocupación actual

Ocupación	N. personas	%
Empleado Público	10	14
Empleado Privado	24	33
Estudiante	9	13
Trabajo Independiente	29	40
Total	72	100



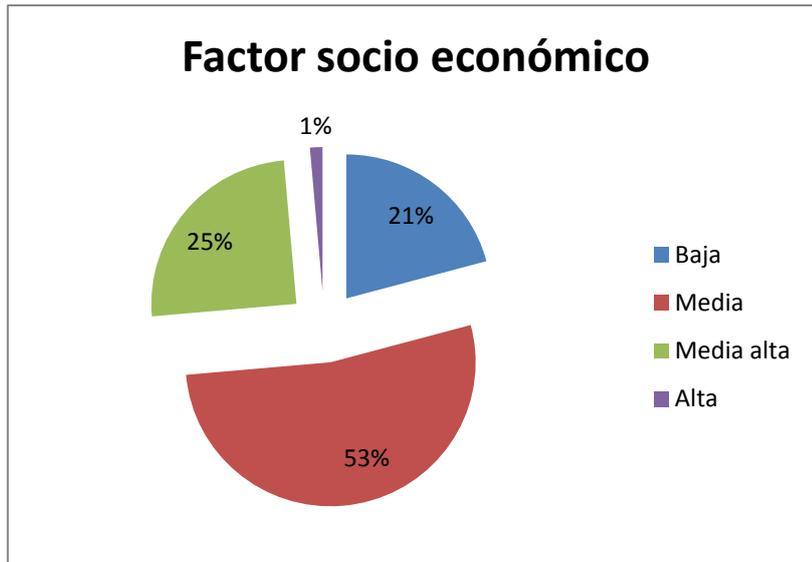
Análisis:

Por medio de esta pregunta se ha determinado que el 13% de los encuestados son estudiantes; un 14% que corresponden a empleados públicos; 33% son personas pertenecientes a empresas del sector privado; y un 40% trabajan independientemente

De tal manera se puede concluir que el mayor número de habitantes de la parroquia El Quinche trabajan de manera independiente, ya que como podemos observar es un 40% de personas que tienen ingresos propios.

3. Factor socio económico:

	N. personas	%
Baja	15	25
Media	38	53
Media alta	18	25
Alta	1	1
Total	72	100



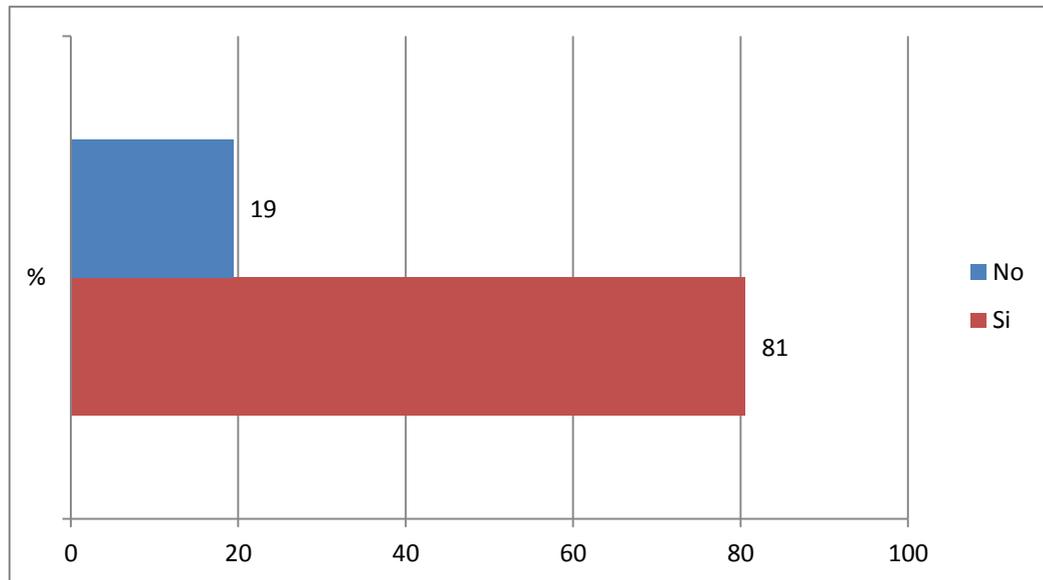
Análisis:

Por medio de esta pregunta se ha determinado que el 1% de los encuestados son de clase alta; el 21% corresponden a la clase media alta; el 31% son personas que pertenecen a la clase baja; y un 47% son de clase media

Efectivamente se comprueba que el mayor número de habitantes de la parroquia El Quinche son de clase media, pues como podemos observar un 47% de personas pertenecen a esta clase social.

4. ¿Le gusta jugar fútbol? (si la respuesta es no, termina la encuesta)

	N. Personas	%
Si	58	81
No	14	19
Total	72	100



Análisis:

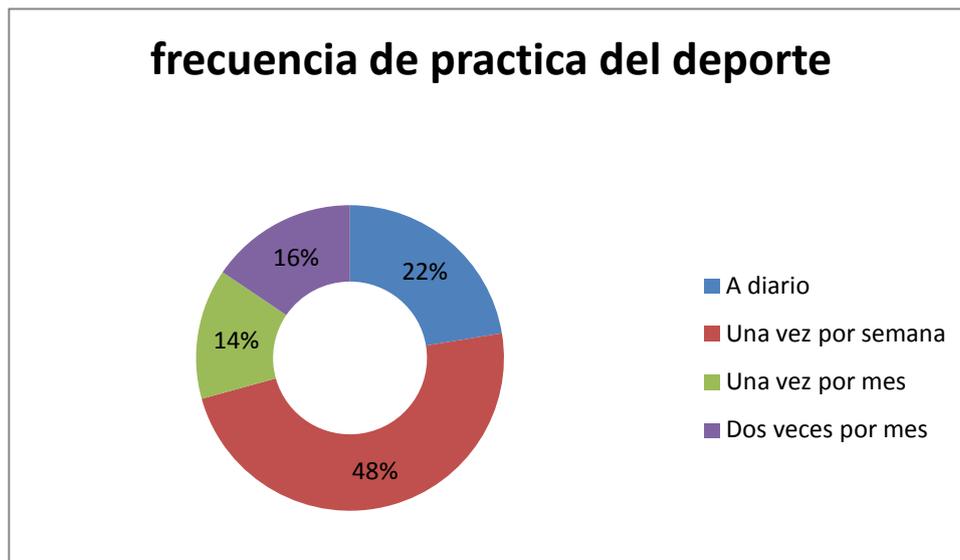
Con esta pregunta obtendremos la información para obtener nuestra posible demanda, la cual accederá a nuestro servicio.

Respecto a los gustos y preferencias de los consumidores, con esta pregunta se ha determinado que el 81% de personas encuestadas si les gusta jugar fútbol, mientras que al 19% personas no les gusta practicar este deporte.

Se puede concluir que el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético tiene la oportunidad de contar con un alto grado de aceptación de los encuestados, ya que se tiene que al 81% de los mismos si les gusta jugar fútbol.

5. ¿Con que frecuencia usted practica este deporte?

	N. personas	%
A diario	13	22
Una vez por semana	28	48
Una vez por mes	8	14
Dos veces por mes	9	16
Total	58	100



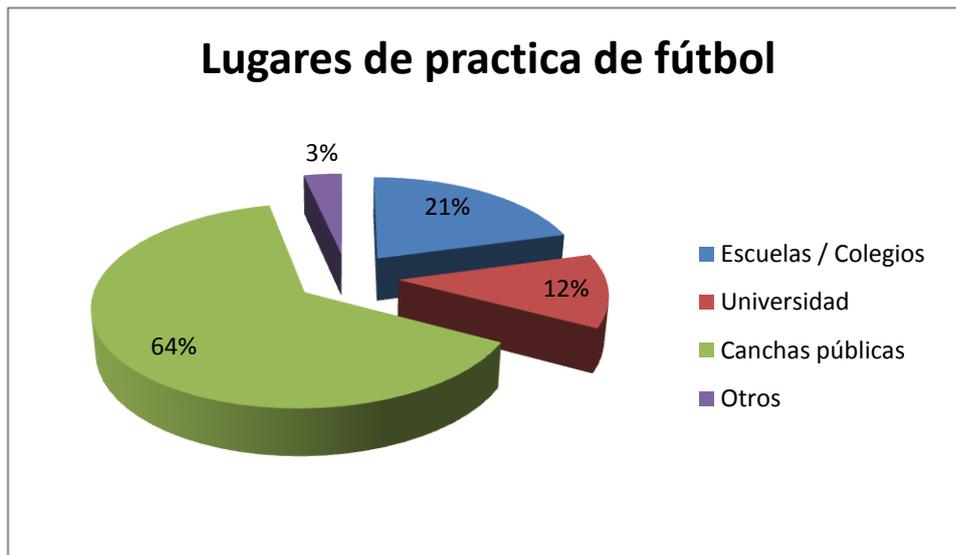
Análisis:

Las personas disfrutan practicar este deporte una vez por mes en 14%; dos veces por mes 16%; a diario en un 22% y una vez por semana en 48%.

Se puede observar que al menos una vez por semana la mayoría de los habitantes de esta parroquia practican este deporte.

6. ¿Cuáles son los lugares donde juega fútbol comúnmente?

	N. personas	%
Escuelas / Colegios	12	21
Universidad	7	12
Canchas públicas	37	64
Otros	2	3
Total	58	100



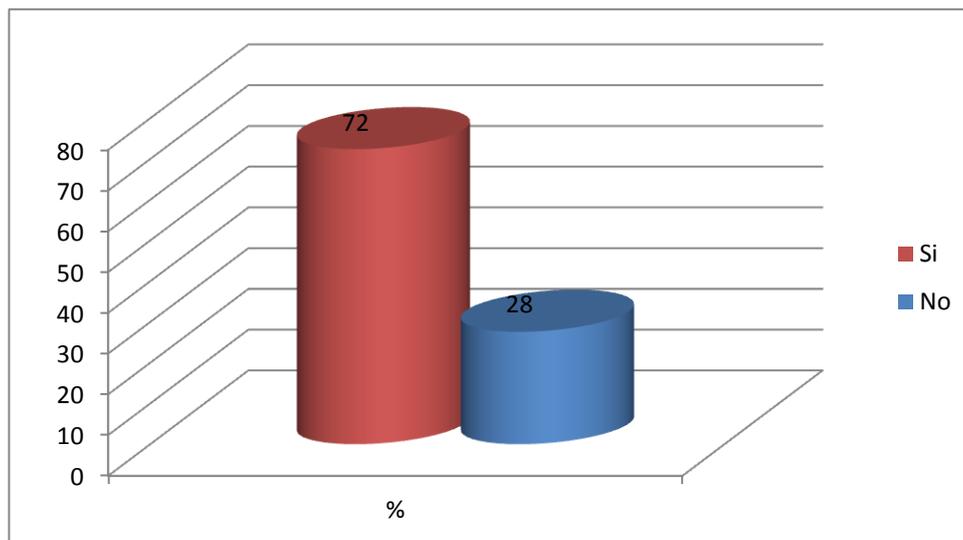
Análisis:

El gráfico anterior indica que el 3% de los encuestados suelen practicar fútbol comúnmente en otros lugares; mientras que un 12% de los encuestados practican en universidades; un 21% juegan fútbol en escuelas o colegios; y finalmente el 64% juegan fútbol canchas públicas

Así tenemos que, la mayoría de los usuarios que les gusta jugar fútbol practican este deporte en canchas públicas (64%).

7. ¿Le gustaría que exista un lugar exclusivo y diferente de sana distracción especial para jugar fútbol en canchas de césped sintético en la parroquia el Quinche? (si su respuesta es no termina la encuesta)

	N. personas	%
Si	42	72
No	16	28
Total	58	100



Análisis

Aquí valoramos el nivel de aceptación de la construcción de cancha de césped sintético, logrando una alta aprobación del 72% y desacuerdo del 28%.

Así tenemos que el proyecto tiene una gran aceptación entre los habitantes de la parroquia El Quinche con un contundente 72%

8. ¿Con que frecuencia iría usted a jugar en canchas de fútbol con césped sintético?

	N. personas	%
A diario	9	21
Una vez por semana	20	48
Una vez por mes	5	12
Dos veces por mes	8	19
Total	42	100



Análisis:

Las personas irían a practicar este deporte en la cancha de césped sintético una vez por mes en 12%; dos veces por mes 19%; a diario en un 21% y una vez por semana en 48%.

Se puede observar que al menos una vez por semana (48%) la mayoría de los habitantes de esta parroquia practicarían este deporte en la cancha de césped sintético.

9. ¿En qué horas y días acudiría usted a jugar fútbol a este lugar? (escoja uno)

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7:00-12:00						2	2
12:00-17:00			1	1	2	5	3
17:00-22:00			1	3	8	9	1
22:00-24:00					1	3	
N. personas			2	4	11	19	6
%			5	10	26	45	14
Total	42						

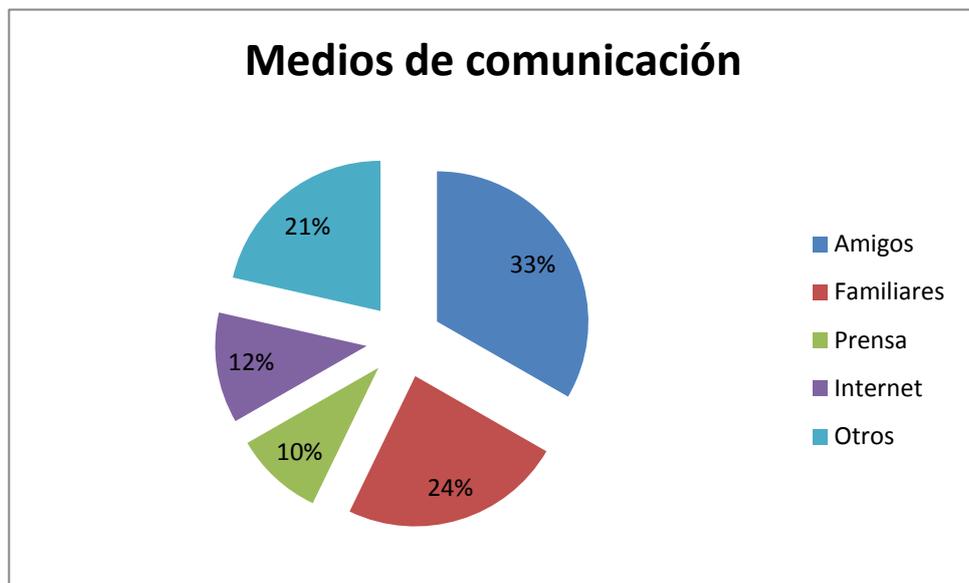
Análisis:

Al aplicar esta pregunta a los encuestados tenemos que el 5% de los encuestados le gustaría jugar miércoles entre las 12:00 hasta 22:00; el 10% los jueves entre las 12:00 hasta 22:00; el 26% los viernes entre las 12:00 hasta 24:00; el 45% los sábados todo el día; y el 6% los domingos de 7:00 hasta 22:00.

Evaluando esta pregunta observamos que el horario preferido de práctica son desde el día viernes hasta el domingo.

10. ¿A través de que medio se entera usted de lugares destinados para jugar fútbol?

	N. personas	%
Amigos	14	33
Familiares	10	24
Prensa	4	10
Internet	5	12
Otros	9	21
Total	42	100



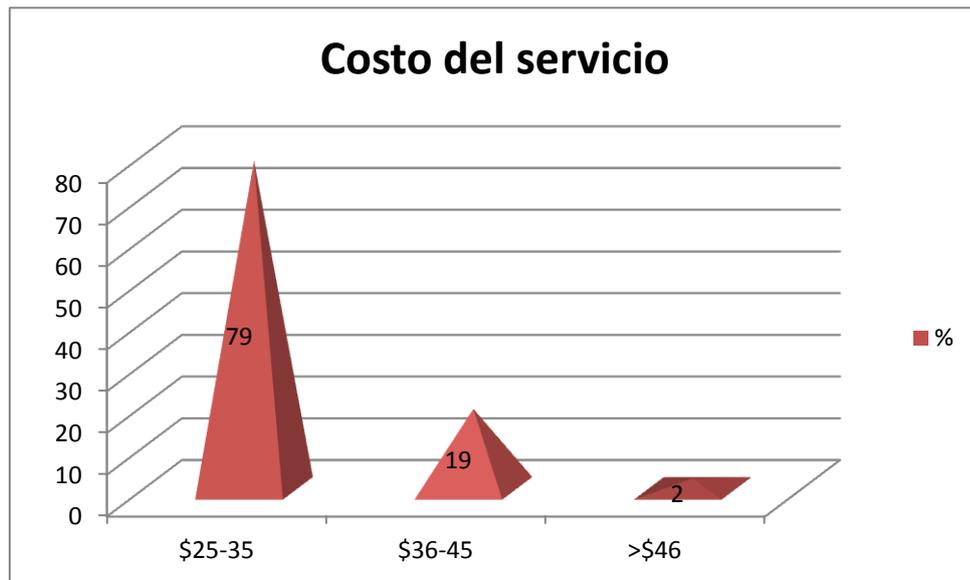
Análisis:

Los habitantes de la parroquia El Quinche se enteran de los lugares de práctica del fútbol a través de la prensa un 10%; internet un 12%; Otros un 21%; familiares un 24%; y amigos un 33%.

Conclusión: la mayoría de habitantes de esta parroquia se entera de lugares de práctica de fútbol mayoritariamente mediante sus amistades (33%)

11. ¿Cuál es el costo que usted pagaría por acceder a una hora en este servicio de alquiler? (Por Equipo de 7 jugadores)

	N. personas	%
\$25-35	33	79
\$36-45	8	19
>\$46	1	2
Total	42	100



Análisis:

Esta pregunta es de gran importancia debido a que evaluaremos el precio que las personas pagan actualmente por acceder a jugar una (1) hora en una cancha de césped sintético, ayudándonos a obtener el precio que se cobrará en el alquiler de nuestra cancha sintética, encontramos en un rango de 25-35 dólares el 79%, el rango de 36-45 dólares tenemos 19% y por último mayor a 46 dólares encontramos al 2%.

Entonces, tenemos que la mayoría de gente estaría dispuesta a pagar entre 25 y 35 dólares como máximo para tener acceso a este servicio.

12. Acorde a la importancia califique del 1 al 4 siendo 1=muy importante, 2=importante, 3=poco importante, 4= nada importante, ¿qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para practicar este deporte?

Factores	1	2	3	4	N. Personas
Precio	32	10			42
Instalaciones	34	8			42
Seguridad	24	11	7		42
Ubicación	15	12	15		42
Servicios adicionales	20	5	17		42
Total					210

Tabla de Porcentajes

Factores	1	2	3	4	N. Personas
	%	%	%	%	%
Precio	76	24			100
Instalaciones	81	19			100
Seguridad	57	26	17		100
Ubicación	36	29	36		100
Servicios adicionales	48	12	40		100

Análisis:

Según esta pregunta los encuestados dicen que:

El precio en un 76% es muy importante y para otros es importante 24%

Instalaciones es 81% es muy importante y para otros es importante 19%

Seguridad es 57% es muy importante; es importante 26% y poco importante 17%

Ubicación es 36% es muy importante; es importante 29% y poco importante 36%

Servicios adicionales es 48% es muy importante; es importante 12% y poco importante 40%

Para las personas es importante disfrutar de su deporte favorito el fútbol, en un cálido ambiente y con factores importantes definidos para su comodidad, con un precio acorde a su economía.

2.10 Análisis de la demanda

“El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos por la incidencia de ella con los resultados del negocio que se implementara con la aceptación del proyecto”.²⁹

“El estudio no cubre solamente la demanda actual, sino también los pronósticos de consumo que se puedan estimar, con base en los datos del pasado y otras herramientas cualitativas y cuantitativas que pueden aportar nuevas luces al respecto”.³⁰

2.10.1 La demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.³¹

“De acuerdo con la teoría de la demanda, la cantidad demandada de un producto o servicio, depende del precio que se le asigne, el ingreso de los consumidores, el precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor”.³²

La falta de lugares para practicar este deporte en un ambiente seguro, iluminado, canchas en buen estado a toda hora y situación climática y con horarios flexibles al gusto del consumidor, han provocado que los negocios dedicados al alquiler de canchas de fútbol de césped sintético, tengan gran acogida cerca de la parroquia El Quinche como por ejemplo el Pórtico de Cayambe, Futbol city, La bombonerita, La gambeta, entre otras, ubicadas en Quito.

²⁹ SAPAG CHAIN, Nassir & Reinaldo, *Preparación y evaluación de proyectos*, Mac Graw Hill, 5ta Edición, México, 2008, p. 24-25

³⁰ MIRANDA, Juan, *Gestión de Proyectos*, MM Editores, 5ta Edición, Colombia, 2005, p. 87-89

³¹ BACA URBINA, Op. Cit., p.17.

³² SAPAG CHAIN, Nassir & Reinaldo, Op. Cit., p. 44.

Basándose en los resultados de las encuestas, que arrojo una aceptación del 72% a la propuesta de la creación de una cancha de césped sintética en la parroquia El Quinche, se determina que se ésta frente a una demanda insatisfecha, ya que los habitantes de esta parroquia no disponen de este servicio suntuario.

2.10.2 Factores que afectan la demanda

El principal objeto que se persigue con el análisis de la demanda es determinar cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al servicio.

Los factores que mayormente afectan a la demanda y deben analizarse son:

- Tamaño y crecimiento de la población
- Hábitos de consumo.
- Gustos y preferencias.
- Nivel de consumo en función del precio.³³

a. Tamaño y Crecimiento de la Población:

Es un factor principal que afecta la demanda ya que si existe un crecimiento de la población se incrementa las necesidades de esta y existirá demanda, caso contrario nadie solicitará ni requerirá del mismo, y no tendría ningún objeto la creación de la empresa de servicios de alquiler de canchas de fútbol sintético.

El tamaño y crecimiento de la población que está enfocada la empresa de servicios de alquiler de canchas de fútbol sintético se encuentra en la parroquia El Quinche y con datos del Instituto de estadísticas y censos (INEC), se conoce que dicho crecimiento es del 2.37% anual para los hombres de esta parroquia. (Ver Anexo1)

³³ BACA URBINA, Op. Cit., p.17.

b. Hábitos de Consumo

Los hábitos de consumo de una población son el reflejo de las características de los consumidores asociados a su nivel de ingreso, es decir, las personas de altos ingresos tienen hábitos de consumo diferentes a los de ingresos bajos.³⁴

La demanda de la empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético en la parroquia El Quinche cumple con las características del mercado al cual se dirige el proyecto, ya que la parroquia no cuenta con un servicio como el que se ofrece, en consecuencia la demanda busca satisfacer sus gustos y necesidades en canchas públicas, escuelas o colegios, universidad o complejos deportivos tal cual se obtuvo la información de la encuesta en la pregunta No. 6 como se demuestra a continuación.

	N. personas	%
Escuelas /Colegios	12	17
Universidad	7	10
Canchas públicas	37	52
Otros	2	3
Total	58	81

c. Gustos y Preferencias

En este tipo de negocio lo que cuenta mucho es la opinión, gustos y preferencias de cada uno de los clientes, ya que en la actualidad siempre buscan la comodidad y el poder utilizar ese tiempo en otro tipo de actividades como el pasar con su familia haciendo deporte y recreación. Es por esto la creación de dar el servicio de alquiler de canchas de fútbol sintético en la parroquia El Quinche tiene el objetivo de motivar a los usuarios a ocupar el tiempo en el ámbito deportivo y de sana recreación.

³⁴ <http://www.monografias.com/trabajos45/oferta-demanda-gamarra/oferta-demanda-gamarra2.shtml>, 2007

En la encuesta realizada podemos identificar dentro de los gustos y preferencias, que el 72 % de los encuestados jugarían fútbol en canchas de césped artificial , así como la preferencia de jugar en las tardes y noches, en horarios a escoger desde las 7 de la mañana hasta las 12 de la medianoche.

d. Niveles de Precio e Ingresos.

Precio

Según Abraham Hernández, en su libro *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*, “el precio es otro factor importante debido a que este se encuentra determinado por las fuerzas de oferta y demanda. Es decir que para poder competir y atraer mayor demanda tiene que ver mucho el precio al que se oferte el servicio”.³⁵

A más del precio también tiene que ver la calidad porque se debe ofrecer un buen servicio para poder imponer un precio que permita ver a los demandantes como una inversión más no como un gasto.

La mayoría de las personas encuestadas, 56%, tienen la preferencia por pagar entre \$25 y \$35 dólares, 14%, tienen la preferencia por pagar entre \$36 y \$45 dólares, y el 2%, tienen la preferencia por pagar más de \$ 46 dólares,

2.10.3 Comportamiento histórico de la demanda

En cuanto al servicio de alquiler de canchas de fútbol de césped sintético en la parroquia El Quinche, no existen datos históricos referentes a este servicio ya que no existe hasta el momento un lugar que proporcione este servicio en dicha parroquia.

³⁵ HERNÁNDEZ, Abraham, Op, Cit., p. 22

2.10.4 Demanda actual

La demanda actual del proyecto, según los datos obtenidos en las encuestas en la pregunta No. 4 nos reflejan que al 81% de la población de hombres de entre 10 a 54 años, de un total de 5512 hombres entre esta edad que habitan en el Quinche, que representan a 4465 si les gusta jugar fútbol, y con el porcentaje de aceptación de la pregunta No.7 se tiene que al 72% de los encuestados le interesa la creación de una cancha de fútbol de césped sintético, será la demanda actual, es decir 3215 personas.

2.10.5 Proyección de la demanda

Una vez que se obtiene la demanda actual se procede a determinar una proyección de 5 años, a fin de conocer el número de demandantes futuros a lo largo del servicio de la empresa.

Para nuestro caso se ha tomado como demanda actual a 3215 personas.

Cuadro N. 3: Proyección de la demanda de la parroquia El Quinche en número de personas tasa de crecimiento 2.37% anual

Año	N. Usuarios Anual
2011 (actual)	3215
2012	3291
2013	3369
2014	3449
2015	3531
2016	3614

Fuente: Diego Galarza.

Para la proyección se determinó la tasa de crecimiento de la población de hombres de la parroquia El Quinche es de 2.37% anual. (Ver Anexo 4)

2.11 Análisis de la oferta

El estudio de la oferta tiene por objeto identificar como se han atendido y como se atenderán en un futuro, las demandas o las necesidades del sector donde se va a implementar el negocio.

2.11.1 La oferta

*El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios. Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida.*³⁶

La oferta es también una variable que depende de otras, tales como: los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, alteraciones del clima, los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, etc.

Según el número de oferentes la oferta se clasifica en tres tipos:

- **Oferta Competitiva o de Mercado libre:** Libre competencia.
- **Oferta Oligopólica:** Dominado por unos cuantos productores.
- **Oferta Monopólica:** Un solo productor del bien o servicio.³⁷

La oferta del servicio de alquiler de canchas de fútbol pertenece a la oferta monopólica, ya que en el mercado escogido, que es la parroquia El Quinche no existen competidores que ofrezcan el servicio de canchas de fútbol con césped sintético.

³⁶ SAPAG CHAIN, Op. Cit., p 55.

³⁷ BACA URBINA, Op. Cit., p.44.

2.11.2 Factores que afectan a la oferta

La oferta se ve afectada por algunos factores como los siguientes:

a. Número de Oferentes

Este factor es un determinante dentro de la oferta puesto que dependerá del número de oferentes que exista en el mercado para determinar nuestra participación en el mercado. Para nuestro caso no existe competencia directa de empresas dedicadas a brindar este servicio en la parroquia El Quinche.

b. Incursión de Nuevos Competidores

El alquiler de canchas de fútbol de césped sintético en la parroquia El Quinche no tiene competidores, sin embargo se puede considerar como una amenaza la entrada de empresas que ofertan este servicio en zonas cercanas.

c. Capacidad de Inversión Fija

La capacidad instalada determina el tamaño de la empresa, e influye sobre la oferta ya que, si una empresa tiene una capacidad instalada pequeña se le hará difícil competir en el mercado, pero si una empresa tiene una capacidad instalada lo suficientemente grande, podrá competir. Por lo tanto la capacidad instalada influye directamente sobre la oferta.³⁸

Posteriormente determinaremos la inversión fija que va a tener el proyecto.

d. Precio de los Servicios Relacionados

La interacción entre oferta y demanda permite la diversidad de servicios y de diferente calidad y precio, por lo tanto la calidad es un factor importante, ya que el consumidor prefiere servicios de precios bajos y de buena calidad, lo que provoca

³⁸ HERNANDEZ, Op. Cit., p. 24

que una empresa siempre debe estar pendiente de ofrecer servicios de alta calidad y a precios accesibles al usuario.³⁹

En las encuestas realizadas se observa que la preferencia de los encuestados sobre el precio a pagar por el alquiler de las canchas de fútbol de césped sintético oscila entre los \$25 y \$35 dólares, sin embargo al ser un mercado monopólico puede existir una variación en la fijación del precio, pero siempre teniendo en cuenta la situación económica por la que atraviesa el país y en especial esta parroquia.

2.11.3 Comportamiento histórico de la oferta

Como se menciona más adelante, la parroquia El Quinche no cuenta con empresas que brinden este tipo de servicios, sin embargo las empresas cuyos datos se obtuvieron y se detallan a continuación son las principales empresas que funcionan en la ciudad de Quito y una que se encuentra en Cayambe, que por estar en la misma rama empresarial, se las considera como posibles competidores, ya que al tener metas de alcance de nuevos mercados, estas empresas podrían considerar el posicionamiento en la parroquia El Quinche en el futuro.

2.11.4 Oferta actual

El tipo de oferta en la que incurre la empresa es monopólica, ya que en la parroquia El Quinche, será la única empresa que entregue este tipo de servicio, y que por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Según la información recabada por encuestas realizadas y el análisis del mercado potencial, en la parroquia El Quinche no existen empresas competidoras directas; sin embargo las empresas que existen con este servicio se encuentran en la ciudad de Quito y en el cantón de Cayambe.

En el cantón Cayambe, existe la cancha llamada el Pórtico, ubicada frente al parque Yasnán, es una infraestructura cerrada permite realizar eventos de primer orden en el ámbito deportivo, posee una sola cancha y según gente que trabaja en el Pórtico

³⁹ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Que-Afectan-Ala-Oferta/248004.html>, 2010

aproximadamente acuden 200 personas por mes, y su costo por hora de alquiler es de \$ 35.

En Quito la principal cancha y la más conocida es “La Bombonerita” está ubicada al norte de Quito y fue la primera en ser construida con piso sintético en la capital. Se inauguró en 2003 con una inversión de \$600 mil. “Al lugar acuden diariamente familiares, compañeros y amigos desde las 16:00 hasta las 01:00 a disfrutar de los partidos de fútbol que se efectúan en diferentes torneos. El costo de la inscripción por equipo es de \$350; esto incluye acceso a los camerinos, parqueadero, vocalía, arbitraje y marcador electrónico para cada partido. Cada año recibe a 800 equipos que participan en distintos torneos: empresariales, abiertos, universitarios y colegiales.

“La Bombonerita” “genera dos tipos de ingresos, el primero por el alquiler de la cancha, cuyo costo es de \$70 la hora. Por 3000 horas que anualmente se alquilan perciben alrededor de \$210 mil, señaló Estuardo Granja, Director General de la Bombonerita. El segundo rubro es la publicidad que, según sus cálculos, les genera entre \$100 y \$150 mil por año”.⁴⁰

“La Gambeta” actualmente cuenta con dos canchas de césped artificial con capacidad para 200 aficionados. Mensualmente recibe a 1700 jugadores, está ubicada en Tumbaco.

“Anualmente se realizan de cuatro a cinco torneos con más de 60 equipos que pagan \$290 por inscripción. Para los aficionados que no participan en los torneos, el costo de alquiler de la cancha cuesta \$48 cada hora. Según Andrés Ávila, gerente general de La Gambeta, el negocio ha crecido un 20% y se nutre también de la publicidad. Cada año hay un aumento de clientes y de publicidad en vallas”.⁴¹

La siguiente que cuenta con gran popularidad en Quito es “Fútbol City”, está ubicada al norte de Quito y cuenta con 4 canchas de futbol para 14 personas por cancha, su costo por hora es de \$52.

⁴⁰ www.hoy.com.ec, Sección DINERO; Quito, Martes 18 de Septiembre de 2007.

⁴¹ www.hoy.com.ec, Sección DINERO; Quito, Martes 18 de Septiembre de 2007.

“Tu canchita” es otra de las más importantes en Quito, al igual que la mayoría de las canchas se encuentra en el norte de la ciudad, cuenta con una cancha de césped sintético para 12 personas por cancha y su costo por hora es de \$ 40.

“Pasión futbol” ubicada al norte de Quito, cuenta con una cancha de césped sintético y una de césped natural, la cancha tiene la capacidad para 12 personas y cuesta \$ 45 la hora.

“La murga” ubicada al norte de Quito, cuenta con dos canchas de césped sintético para 14 personas cada una, su costo por hora es de \$60.

Las canchas de “Plaza deportiva” de seguros constitución cuentan con 3 canchas de césped sintético para 12 personas cada una y tiene un costo promedio la hora de \$ 70

La cancha del “Maracanazo” cuenta con la disponibilidad de 12 personas en su única cancha y su costo es de \$ 70.

“Quito futbol 7 (QF7)” ubicada en el norte de quito, cuenta con una cancha de césped sintético con capacidad para 14 personas, su costo por hora es de \$ 50

La última es “Palacio deportivo” ubicada en el sector de calderón, cuenta con una cancha para 14 personas y su costo es de \$ 60 la hora.

Para una mayor ilustración se elaboro un cuadro de las canchas sintéticas existentes en Quito y en Cayambe el cual se muestra a continuación.

Cuadro N. 4: Competencia para el negocio

Empresa	Ubicación	Costo	#jugadores
El Pórtico	Cayambe	35	14
La Bombonerita	Quito	70	14
Futbol City	Quito	52	14
La Gambeta	Tumbaco	48	14
Tu Canchita	Quito	40	12
Pasión Fútbol	Quito	45	12
La Murga	Quito	60	14
Maracanazo	Quito	70	12
Plaza Deportiva	Quito	70	12
Palacio Deportivo	Calderón	60	14
Quito Fútbol 7	Quito	50	14

Fuente: Diego Galarza

2.11.5 Proyección de la oferta

En la parroquia El Quinche no existen empresas que oferten el servicio propuesto, por lo que, para proyectar la oferta, se tomara información del competidor más cercano que es “El Pórtico”, localizado en el cantón Cayambe, los datos fueron proporcionados por uno de los administradores de este establecimiento, que indica que acuden aproximadamente 220 usuarios mensuales a la cancha de fútbol, de los cuales aproximadamente 40 usuarios suelen ser mujeres, por lo que para nuestra proyección nos queda 180 usuarios mensuales, ya que nuestro negocio solo se enfoca en el género masculino.

Para realizar la proyección de la oferta, también se tomará en cuenta la tasa de crecimiento de la población del cantón Cayambe de hombres es de 2.51% anual. (Ver Anexo 5)

Cuadro N. 5: Proyección de la Oferta del Pórtico al año 2016

Tasa de crecimiento 2.51% anual (Cayambe)

Año	N. de Usuarios Anual
2011	2160 (actual)
2012	2214
2013	2270
2014	2327
2015	2385
2016	2445

Elaborado por: Diego Galarza y Administrador “El Pórtico”

2.12 Determinación de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha en la parroquia El Quinche para el servicio de alquiler de canchas de fútbol de césped sintético, se considera a la oferta del servicio versus la demanda del mismo. Este dato permitirá proyectar la demanda insatisfecha para los años siguientes.

Cuadro N. 6: Demanda Insatisfecha basada en la cancha el Pórtico

Año	Oferta N. de Usuarios	Demanda N. de Usuarios	Demanda Insatisfecha
2011	2160	3215	1055
2012	2182	3247	1077
2013	2204	3280	1099
2014	2226	3313	1122
2015	2249	3347	1146
2016	2272	3381	1169

Fuente: Diego Galarza

2.13 Matriz Boston Consulting Group (B.C.G)

La Matriz BCG, es un modelo que nos ayudará a evaluar la asignación de recursos de cada Unidad Estratégica de Negocio (*UEN*) de las empresas, a través de ella valoraremos el crecimiento y participación relativa de mercado que sirve para medir el peso de la empresa en el mercado.

Estrellas

Son aquellos negocios que tienen una alta participación en el mercado con una alta tasa de crecimiento del mismo. Son negocios generadores de rentabilidad pero que requieren constantes inversiones lo que hace que tengan un flujo de fondos nulo o negativo generalmente.

Vacas

Son aquellos negocios que tienen una alta participación en el mercado, pero el mercado tiene una baja tasa de crecimiento. Es este estado, los negocios son generadores de ingresos, lo que implica una importante rentabilidad y con bajas inversiones.

Signos de Interrogación

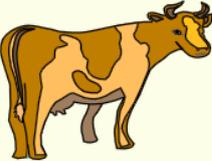
Estos negocios tienen una baja participación en el mercado y el mercado a su vez tiene una alta tasa de crecimiento. Son negocios que no se conoce exactamente qué pasará con ellos. Requieren de constantes inversiones, las cuales se desconoce si serán rentables o no.

Perros

Se combina una baja participación del mercado por parte de la empresa, con un mercado estancado o pleno decrecimiento. Son productos en su última etapa del ciclo de vida generalmente. En algunos casos puede ser rentable participar en este estado.⁴²

⁴² <http://www.herramientasparapymes.com/que-es-la-matriz-bcg-boston-consulting-group>, 2010

Gráfico N. 2: Matriz B.C.G del Negocio

		PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL MERCADO	
		FUERTE	DEBIL
CRECIMIENTO DE MERCADO	ALTA	 ESTRELLA	 INTERROGANTE
	BAJA	 VACA	 PERRO

Fuente: Diego Galarza

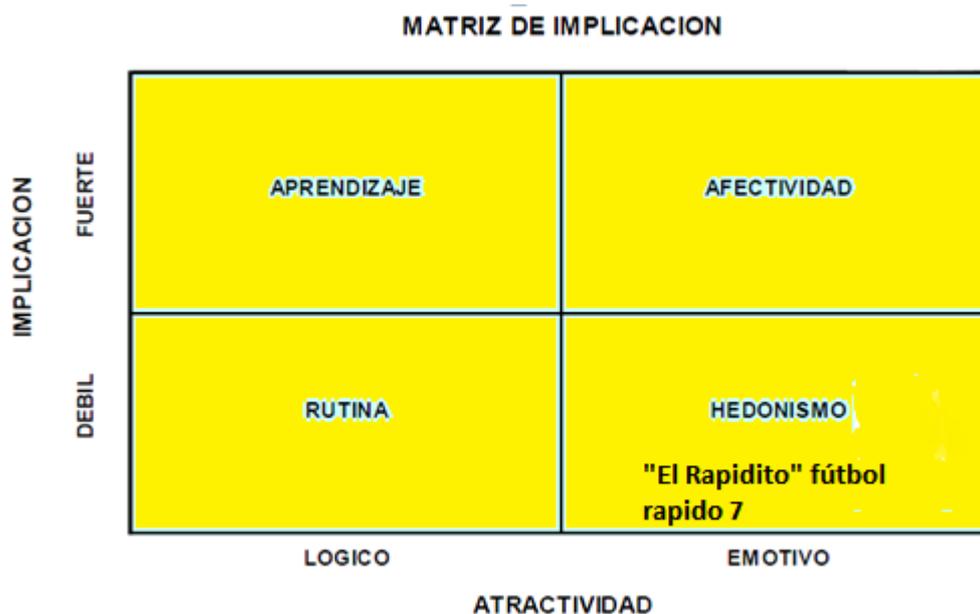
El servicio de alquiler de cancha de fútbol de césped sintético que se ofrecerá ha sido ubicado en el segundo cuadrante que corresponde a “interrogante” debido a que se requiere de una fuerte inversión la misma que sirve para conservar su participación en el mercado y más aun para aumentarla, otra razón en que se cataloga a este cuadrante es por ser un negocio nuevo que recién está entrando en auge, teniendo grandes posibilidades de crecimiento por la predisposición de parte de los consumidores potenciales a practicar su deporte favorito.

2.14 Matriz de implicación

“Esta matriz nos ayuda a evaluar el grado de implicación, indica la fuerza con que un consumidor responde ante los estímulos de un servicio”.⁴³

⁴³ www.dspace.espol.edu.ec/.../CAPITULO%20III_..., 2009

Gráfico N 3: Matriz de Implicación del negocio



Fuente: Diego Galarza

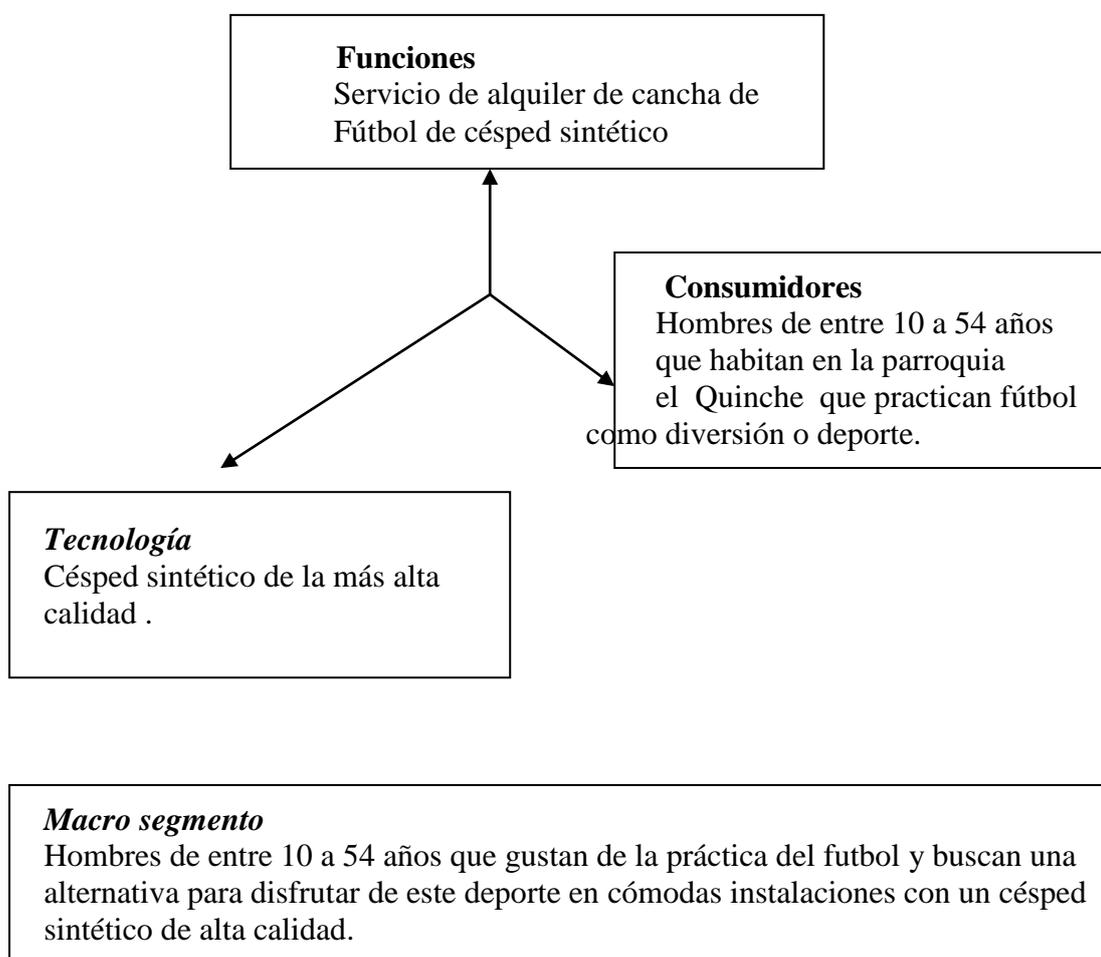
Ubicamos el alquiler de canchas de césped sintético en el cuadrante de HEDONISMO porque en su gran mayoría atrae a los consumidores dejándose llevar por la emoción y los sentidos fundados en la pasión de practicar este deporte llevándolo a cabo en sus tiempos libres, sin pensar en el factor económico. Al mismo tiempo el cliente inicialmente consume el servicio para luego analizarlo.

2.15 Macro - segmentación

“La macro segmentación del mercado va a permitir identificar cual es el mercado objetivo al que va a estar orientado este proyecto. Y hemos utilizado la matriz de segmentación en la cual definimos las funciones, consumidores, tecnología y el macrosegmento al cual el proyecto va dirigido”.⁴⁴

⁴⁴ <http://www.mailxmail.com/curso-mercadotecnia-2/segmentacion-mercado>, 2006

Cuadro N. 6: Macro segmentación del negocio.



Fuente: Diego Galarza

2.16 Micro-Segmentación

“La micro segmentación es una técnica que consiste en dividir al público objetivo de un producto o servicio en partes lo más pequeñas posibles casi únicas, en segmentos realmente muy, muy pequeños”.⁴⁵

Una vez analizadas todas las variables se decidió realizar tres tipos de segmentación, estas van a ser geográfica, demográfica y conductual, tal y como se lo detalla a continuación:

⁴⁵ <http://www.montsepenarroya.com/la-microsegmentacion-y-el-marketing-2-0/> , 2010

Segmentación geográfica

Cantón Quito - Parroquia El Quinche

Segmentación demográfica

Sexo: Hombres

Género: De 10 a 54 años

Clase social: Baja, Media, media alta

Segmentación Conductual:

Personas que disfrutan de la práctica del fútbol como deporte o diversión.

2.17 Modelo de las cinco fuerzas de Porter

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial.⁴⁶

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

2. La rivalidad entre los competidores

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

⁴⁶ PORTER, Michael, *Ser Competitivo*, Ediciones Deusto, España, 2009, p. 31

3. Poder de negociación de los proveedores

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo

4. Poder de negociación de los compradores

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad

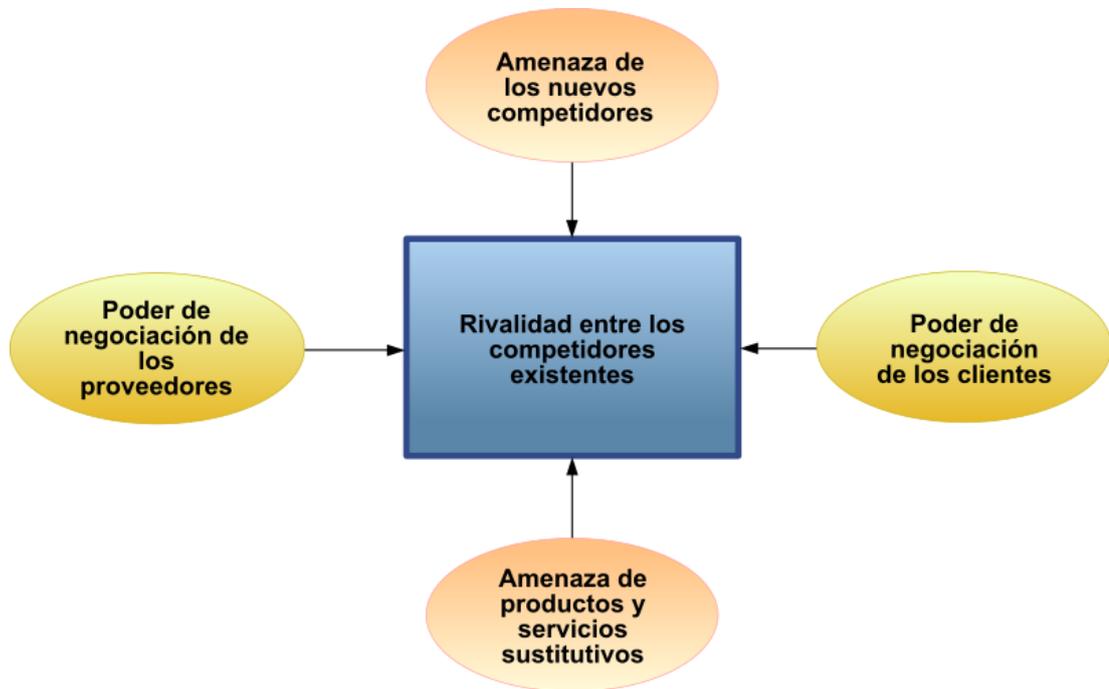
5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.⁴⁷

Para conocer el atractivo de la industria utilizaremos el modelo de las Fuerzas de Porter considerando los factores que inciden en la rentabilidad de un mercado.

⁴⁷ <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk16.htm>, 2010

Grafico N.4: Modelo de las 5 fuerzas de Porter



Fuente: Libro de Michael Porter, *Ser competitivo*, 2009.

2.17.1 Competidores

Como ya se lo menciono anteriormente en la parroquia El Quinche no existe ninguna empresa que preste estos servicios de alquiler de canchas de césped sintético, y el competidor más cercano y que se lo podría llamar directo es el Pórtico

Cuadro N. 7: Competidor directo

Empresa	Ubicación	Canchas
El Pórtico	Cayambe	1

Fuente: Diego Galarza

Para un mayor análisis respecto a la proyección del negocio a los competidores indirectos, se tomo en cuenta las canchas de fútbol sintético de Quito, ciudad cercana a El Quinche, y además dicha ciudad tiene este negocio más desarrollado por los años en que esta posicionado en el mercado.

Cuadro N. 8: Competencia indirecta

Empresa	Ubicación	# Canchas
La Bombonerita	Quito	1
Futbol City	Quito	4
La Gambeta	Tumbaco	2
Tu Canchita	Quito	1
Pasión Fútbol	Quito	1
La Murga	Quito	2
Maracanazo	Quito	1
Plaza Deportiva	Quito	3
Palacio Deportivo	Calderón	1
Quito Fútbol 7	Quito	1

Fuente: Diego Galarza

2.17.2 Sustitutos

En la parroquia El Quinche existen alrededor pocas empresas que brinden servicios sustitutos al que ofrece la cancha de césped sintética de fútbol, pero entre ellos encontramos a lugares que ofrecen canchas de superficie de cemento, tierra, césped natural o las mismas calles asfaltadas.

2.17.3 Consumidores

Debido a que no existen proveedores de este servicio y tomando en cuenta que el más cercano está ubicado en el cantón Cayambe, el poder de los consumidores es estimado menor, existiendo un bajo poder de negociación disminuyendo el riesgo de rechazo y considerando una demanda alta por acceder al servicio ofrecido.

2.17.4 Proveedores

En vista que este mercado está en auge en los últimos años se ha observado que ha aumentando considerablemente el número de proveedores a nivel nacional del principal insumo que es el césped sintético teniendo un bajo nivel de negociación.

Entre los principales proveedores tenemos:

- Verde sintético
- Futbol City
- Ecogarden
- TURFEX S.A.
- Poligrass
- Rivertsa S.A
- Alfigrass
- Greencreation
- Eurograss
- Import-sport

2.18. Marketing mix

“Nos ayuda a desarrollar las estrategias de marketing con el fin de lograr los objetivos planteados en el proyecto”.⁴⁸

Producto

Definición o descripción del bien o servicio que se desea ofrecer o vender al mercado. Los aspectos relevantes al mercadeo del producto son: 1) la calidad del producto (durabilidad, confiabilidad), 2) características del producto para diferenciarlo (características que significan mayor valor agregado), 3) diseño del producto (estilo).

Asimismo, se debe identificar plenamente todos y cada uno de los productos principales, los productos secundarios, los sub productos.

Para dar a conocer y vender un producto, previamente hay que estudiar y dominar sus características técnicas, sus aplicaciones prácticas, las necesidades reales de los consumidores. Asimismo, se debe señalar la existencia y características de otros productos sustitutos que puedan competir en su uso.⁴⁹

⁴⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing>, 2010

⁴⁹ RODRIGUEZ, Vladimir y Otros, Op. Cit., p.159

Precio

“Definición del valor comercial del bien o servicio que se brindará, de tal forma que sea accesible, rentable y competitivo. El precio es la única de las variables del marketing que genera ingresos por ventas todos las demás variables representan costos”.⁵⁰

Plaza

Zona o lugar donde se ofrecerá o venderá el bien o servicio. Para tal efecto se debe tomar en cuenta los criterios siguientes:

- *Acceso a la materia prima.*
- *Acceso a la mano de obra.*
- *Alquiler.*
- *Ubicación cerca al cliente.*
- *Tipo de distribución.*
- *Competencia.*
- *Pago de impuestos.*
- *Requisitos legales.*⁵¹

Promoción:

*Mecanismo y estrategia para hacer llegar la información del bien o servicio que se ofrece al mercado cómo comunicar lo que se ofrece. Las principales herramientas de la promoción son los anuncios, la promoción de ventas, las relaciones públicas y las ventas personales. Es importante decidir el medio idóneo (prensa, televisión, radio, puntos de venta) en función del tipo de mercado y producto que se trate, así como tener en cuenta la relación entre el costo del medio publicitario y la rentabilidad del mismo traducido en ventas. Para ello se debe establecer la política de ofertas especiales, asistencia técnica, incentivos directos al consumidor, asistencia a ferias, servicio posventa, información, presupuestos y asesoramiento gratuitos.*⁵²

⁵⁰ RODRIGUEZ, Vladimir y Otros, Op. Cit., p.160

⁵¹ Idem, p. 161.

⁵² Idem, p. 162

2.18.1 Producto

Servicio central:

Es un servicio que consiste en el alquiler de una cancha de césped sintético en la parroquia El Quinche, cuya dimensión será de 38 x 20 metros, también tendrá locaciones de camerinos y un bar para que los clientes puedan degustar de diferentes piqueos y bebidas energizantes; completando al bar, este contara con parqueaderos y seguridad.

Beneficios:

Que los clientes se sientan en un ambiente agradable antes y después de sus prácticas deportivas.

Servicio aumentado:

Se ofrecerá servicios complementarios como:

- ✓ Camerinos
- ✓ Balones oficiales y Chalecos distintivos
- ✓ Bar
- ✓ Tribunas
- ✓ Teléfono
- ✓ DirectTV.

Las estrategias a emplearse serán:

- Crear una marca original y personalizada incluye logo, marca, slogan; que sea fácil de reconocer para los clientes
- Brindar un trato personalizado al cliente, tratandolo con amabilidad, y atendiendo oportunamente quejas y sugerencias.

- Se trabajará con un personal capacitado con el fin de ofrecer de buena atención a nuestros clientes.
- Las instalaciones estarán equipadas con accesorios de excelente calidad pensando siempre en la satisfacción de los clientes.
- Además del servicio de alquiler de la cancha de futbol se realizaran campeonatos o torneos que los clientes podrán realizar bajo previa inscripción en la cual el equipo ganador recibirá un premio que podrá ser una membresía.

2.18.1.1 Marca

La razón por la que se eligió este nombre es debido a que es término común y utilizado en muchas formas de expresión, y que las personas que practican este deporte lo pueden familiarizar con el futbol rápido y además es de fácil memorización y tiene su toque de originalidad el nombre es “el Rapidito fútbol rápido 7”, y este nombre también se diferencia de las distintas canchas que existen en Quito y la existente en Cayambe.

2.18.1.2 Logo

Es importante tener un logo que nos identifique por lo cual se elaboro el siguiente logo:



2.18.1.3 Slogan

Teniendo claro que es muy importante que el slogan caracterice al servicio que ofreceremos, el mismo que va a permitir que la marca se posicione en la mente de los clientes. El slogan que se definió para el proyecto es el siguiente:

“El rapidito, fútbol rápido 7...siéntete y juega como un campeón!!!”

2.18.2. Precio

El precio de alquiler de una hora por acceder a la cancha de fútbol ha sido establecido por el resultado obtenido en las encuestas y el precio de la competencia, el modo de alquiler de la cancha deberá ser reservada con un (1) día de anticipación. La forma de pago solo se aceptará en efectivo. En este proyecto no habrá diferencia de precio debido a que los costos no van a variar en accesorios utilizados en los horarios de alquiler.

Cuya tarifa será de miércoles a domingo de \$35 el cual se apega a lo que arrojaron las encuestas y al precio de la competencia más cercana como lo es el Pórtico.

En el futuro se buscará implementar algunas estrategias que tiene la competencia actualmente que realiza promociones, como descuentos por la cantidad de horas de alquiler realizadas los fines de semana y alianzas con empresas auspiciantes. Más nosotros tendremos técnicas para promocionar nuestro negocio que se detalla en la sección de promoción.

Además el precio estará determinado por los cambios relacionados a:

- La inflación.
- Referencia de empresas de similar funcionamiento en el territorio nacional.
- Número de competidores.
- Prestigio de la marca.
- Número de demandantes.
- Paquetes comerciales.
- Convenios con empresas y membrecías

2.18.3 Plaza

La cancha de fútbol sintética estará ubicada en la parroquia El Quinche, en el barrio la Esperanza, este lugar fue seleccionado porque un socio del proyecto cuenta con un terreno en este barrio lo cual nos va a ayudar a disminuir costos y también proporciona grandes posibilidades para el desarrollo del negocio, debido a que es un lugar conocido, el terreno es amplio, de fácil acceso y brinda lugares de parqueo.

Al tener seleccionado el lugar en donde se pretende establecer el futuro negocio, se empleara marketing directo, es decir se venderá el servicio directamente a los clientes, se empleara la estrategia de venta por teléfono, donde las personas interesadas en alquilar las canchas lo hagan desde la comodidad de su hogar u oficina, y por supuesto personalmente en la cancha de césped sintético.

2.18.4. Promoción

Para posicionarnos en el mercado es muy decisiva la publicidad que se le dará al proyecto para destacar la imagen de la cancha. La forma en que se proporcionará la publicidad será la siguiente:

- Se desarrollara una publicidad informativa, orientada a los habitantes del sector indicando la apertura de alquiler de una cancha de fútbol de césped sintético, precios, ubicación y promociones.
- Luego se desplegara la publicidad a los distintos sectores de El Quinche dando a conocer los atributos y beneficios que ofrecemos y por otra parte los motivos por lo que es elemental practicar su deporte preferido.
- Será necesario posicionar la marca del servicio en la mente de los consumidores para mantener y aumentar la demanda, mediante la publicidad de recordarles las características del servicio ofrecido.

- El valor de la publicidad será distribuido de forma proporcional entre los diferentes canales de comunicación (radio, y volantes publicitarias), focalizando que a medida que transcurra el tiempo la cancha será reconocida.
- Se la puede alquilar para entrenamientos de la selección de la parroquia El Quinche.
- Eventos especiales y alquiler de los servicios, o instalaciones.
- Utilización de medios de comunicación, radio mercadeo, flyers.
- Informar a la gente semanalmente durante el primer mes de funcionamiento a través de hojas volantes que serán repartidas en el sector de la Iglesia de la Virgen de El Quinche.
- Incentivos mediante descuentos en la hora de juego para clientes frecuentes o que lleven a invitados a jugar por primera vez.
- Promociones de “pague 2 horas y juegue 3” en horarios identificados como bajos, donde la cancha no permanecerá ocupada.
- Organización de campeonatos empresariales y de instituciones educativas del sector

2.18.4.1 Canales de comunicación

La comunicación estratégica es el proceso por el cual maximizamos los recursos de comunicación tanto internos como externos (publicidad, marketing, medios comunicativos, ambiente laboral, clima organizacional, atención al cliente, la cadena logística, etc.) todo para estar posicionados en la mente de los consumidores⁵³

⁵³ CASTELLS, Manuel, *La era de la información, Economía, Sociedad y Cultura.*, La sociedad red, Volumen I, México DF, Siglo XXI, 1996, p 179, 180

Se utilizara:

- Volantes: para la repartición de volantes habrá una persona que cumplirá el papel de impulsadora entregando las volantes en puntos estratégicos en la parroquia El Quinche, como por ejemplo los fines de semana afuera de las canchas existentes, en calles con gran afluencia de personas.
- Periódicos: esta publicidad consistirá en publicaciones en la sección de deportes en el diario que sea de mayor circulación en esta parroquia; este medio se utilizará cuando existan campeonatos o eventos importantes.
- Radio: este será uno de los medios poco utilizados pero importante incluirlo debido a su bajo costo. El contrato se hará por la transmisión de cuñas publicitarias diarias por los días lunes, miércoles viernes y sábado en el horario de 10h00-20h00 en los diferentes programas de las emisoras más populares como Radio Canela, Tropi-cálida, Onda Cero entre otras.

2.18.5 Canales de distribución

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.⁵⁴

El servicio que se ofrece es directo; es decir no se incurre a la utilización de intermediarios ni distribuidores; por el contrario es un servicio que el cliente acude personalmente y cuya relación comercial es directa con la empresa.

⁵⁴ BACA URBINA, Gabriel, Op. Cit., p.52.

CAPÍTULO III

3.1 Estudio técnico

“Es el análisis para elaborar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles. El estudio técnico analizará el tamaño, la localización de la unidad productiva, ingeniería del proyecto, costos y gastos, inversiones, optimizando estos recursos”.⁵⁵

3.1.1 Tamaño del proyecto

“El tamaño del proyecto se manifestará de manera principal sobre el nivel de las inversiones y costos que se incurrirán, para de esta manera estimar la rentabilidad que se generará”.⁵⁶

3.1.2 Factores determinantes del proyecto

“Los factores que determinarán el tamaño del proyecto serán analizados e interrelacionados por variables como son la demanda, disponibilidad de recursos financieros, de mano de obra, tecnología, y de insumos entre los más importantes.”⁵⁷

3.1.2.1 El mercado

*La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior. Si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso, se puede quedar con mucha capacidad instalada ociosa, eso es muy caro.*⁵⁸

⁵⁵ HERNADEZ, Abraham, *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*, 4a edición Pág. 98

⁵⁶ CÓRDOBA, Marcial, *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Ecoe Ediciones, 2006, p.211

⁵⁷ BACA URBINA, Gabriel, Op. Cit., p.95

⁵⁸ Idem, p. 96

El mercado de la nueva unidad productiva abarca la población de la parroquia El Quinche, hombres entre 10 a 54 años.

El alquiler de canchas de fútbol con césped sintético presenta una demanda insatisfecha creciente, por lo que, para la decisión del tamaño se ha tomado en cuenta la construcción de una cancha con césped artificial que satisfaga la demanda insatisfecha.

La estrategia comercial que se empleará en el servicio, es el de adoptar calidad que sea apreciable a primera vista por los usuarios, un precio razonable, servicios adicionales que representen un valor agregado y que cumplan con las funciones propias de este tipo de empresa.

3.1.2.2 Disponibilidad de recursos financieros

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible. Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico, la prudencia aconsejar á escoger aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital.⁵⁹

En la parroquia El Quinche existe la presencia de Bancos y Mutualistas, las mismas que pueden financiar parte del proyecto, y que a través de un análisis se escogerá aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que en lo posible genere un bajo costo y un rendimiento alto de capital. Para el presente proyecto el 70% serán recursos propios y el 30% serán recursos financiados o ajenos.

Adicional a las instituciones financieras mencionadas, se considera los préstamos de inversión de pequeñas y medianas empresas que brindan la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento, con cada uno de sus planes de

⁵⁹ BACA URBINA, Gabriel, Op. Cit., p.96

financiamiento como son CREDIPYME CFN (Corporación Financiera Nacional), Microcréditos BNF (Banco Nacional de Fomento) , ya que son préstamos que oscilan entre el 9,75 hasta 11% y en las cuales no se cobran comisiones ni impuestos; lo que provoca que el financiamiento sea más barato que las instituciones financieras privadas.

3.1.2.3 Disponibilidad de mano de obra

“Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos dentro de la empresa”.⁶⁰

La disponibilidad y formación del capital humano es considerado como un elemento importante que influye en la competitividad de las empresas. El Alquiler de Canchas de Fútbol con Césped Sintético deberá considerar la cantidad de mano de obra que se necesitará para la marcha de sus operaciones.

Para determinar la mano de obra requerida, se ha tomado en cuenta la necesidad de fuentes de trabajo en el país, lo cual permitirá identificar a una oferta alta. Para el alquiler de las canchas, será necesario contar con mano de obra técnicamente calificada, a los cuales se les sumará entrenamientos en trato al cliente, manejo de reservaciones, control en los tiempos de espera, y asesoramiento en el campo deportivo al cual se está enfocando la empresa, que en este caso es el fútbol.

3.1.2.4 Economías de escala

La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa crece, (zapatos, chicles, bastones,

⁶⁰ BACA URBINA, Gabriel, Op. Cit., p.97

*cajas de cerillas) sus costes por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad.*⁶¹

Para este proyecto no es posible aplicar una economía de escala debido principalmente a que el tamaño del mercado es tan pequeño que no justificaría alinearse con una estrategia de economías de escala.

3.1.2.5 Disponibilidad de tecnología

“En términos generales se puede decir que la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables”.⁶²

En el tamaño del proyecto es importante identificar la disponibilidad de tecnología, en los cuales se utilizará computadoras, impresoras, cajas registradoras, etc., los cuales se puede encontrar sin dificultad en varias distribuidoras electrónicas que existen en El Quinche y más aún en los sectores aledaños como son Quito y Cayambe.

Además de toda la nueva tecnología que empresas proveedoras de césped sintético existentes en el país ofrecen en lo que se refiere a la calidad del césped y a su mantenimiento

3.1.2.6 Disponibilidad de insumos

“El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. En caso de que el abasto no sea totalmente seguro se recomienda buscar en el extranjero dicha provisión, cambiar de tecnología, en caso de ser posible abandonar el proyecto”.⁶³

⁶¹ FISCHER y DORNBUSCH y SCHMALENSEE, *Economía*, 2da edición, McGraw-Hill, 1985
Págs. 104 - 109

⁶² BACA URBINA, Gabriel, Op, Cit., p.96

⁶³ Idem, p.96

La cancha de fútbol con césped sintético utilizará como insumos para su operación el grass (hierba) artificial, arcos de fútbol, redes, balones, chalecos, tribunas para espectadores, credenciales para socios, pintura de caucho para la marcación de la cancha. Al ser un servicio nuevo en el país, existen en diferentes provincias como Guayas, Azuay y Pichincha empresas que se dedican a la venta del grass artificial; por lo que se concluye que los insumos necesarios para la operación de la empresa son de fácil accesibilidad.

Las características del césped sintético proporcionadas por la empresa England Field, que se utilizará para prestar el servicio mencionado son:

Usos: fútbol

Contenido de la pila: Polyethlylene Resistencia UV

Tipo: Monofilamento de dos hilos

Altura de la pila: 40 mm

Calibre: 3 / 8 pulgadas

Tufts/m² 8 (densidad): 14700

Stitch: 140 metros lineales

Agujeros m²: 50

Respaldo de recubrimiento: Latex + caucho de estireno-butadieno Basia, 700g/m²

Llenado de instalación: Goma-Arena

Color: verde

Garantía internacional: 8 años

Vida útil del césped: 10 años.⁶⁴

El césped artificial es un producto compuesto en su totalidad por materiales sintéticos. Su utilización en determinadas aplicaciones permite alcanzar e incluso mejorar las prestaciones brindadas por el césped natural. La composición de la fibra a utilizar, la densidad y la altura son algunas de las variables que le permiten al césped sintético poseer una gran capacidad de adaptación en distintas aplicaciones.⁶⁵

⁶⁴ <http://www.futbolcityecuador.com/venta-cesped.html>, 2010

⁶⁵ <http://www.forbex.com>, 2010

3.2 Localización del proyecto

“La localización del proyecto es una parte importante del mismo, ya que de éste depende el éxito o fracaso de la empresa, de tal manera que se determinarán los factores que inciden en la maximización de la rentabilidad”.⁶⁶

*Es decir, es menester evaluar de forma correcta la disponibilidad de los medios de transporte y comunicación, la cercanía con las fuentes de abastecimiento de insumos, la cercanía al segmento meta, los factores ambientales, la estructura legal, etc., ya que estos factores permitirán identificar las diversas alternativas de localización, y en base a una ponderación subjetiva, se selecciona el sitio con mayor calificación.*⁶⁷

3.2.1 Macro localización

“Consiste en identificar y seleccionar la región o zona geográfica; es la comparación de diversas alternativas a nivel distritos”.⁶⁸

La Macro localización pretende la identificación de la zona en forma general, es decir el sector donde funcionará la empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético.

Dentro de la macro localización, la empresa estará ubicada en Ecuador, Provincia de Pichincha, específicamente en la Parroquia El Quinche, que está ubicado al norte de la capital ecuatoriana.

⁶⁶ BACA URBINA, Gabriel, Op. Cit., p.98

⁶⁷ SAPAG CHAIN Nassir y Otros, Op. Cit., p.144.

⁶⁸ RODRIGUEZ, Vladimir y Otros, Op. Cit. , p 198

Gráfico N. 5: Macro localización del Proyecto



Fuente: es.wikipedia.org, 2010.

La selección de la macro zona donde funcionará el proyecto, implica varios factores que son diferentes a los que se determinará en la micro localización, ya que son infinitas las alternativas de ubicación en El Quinche ; sin embargo, existen restricciones en cada una que descartan la ubicación de éstas, siendo las más relevantes:

- Medios de transporte y comunicación: Para obtener los insumos este factor es primordial ya que determinará si la empresa está cerca de los proveedores o cerca del mercado al cual ofrecerá el servicio. Para el sector escogido existen cooperativas de buses, taxis, y camionetas, centros ferreteros con transporte, así como vías primarias y secundarias que facilitan la movilización de los insumos.
- Cercanía a las fuentes de abastecimiento: tanto en la ciudad de Quito como en Cayambe existen empresas que pueden ofrecer los insumos a la empresa creada; de manera que el factor que se considerará adicionalmente será la calidad del insumo deseado, y la variedad de los mismos.

- Cercanía al mercado: el proyecto puede ser desarrollado en cualquier parte de las ciudades del Ecuador; pero al ser novedoso se implementará en El Quinche, el cual se considera atractivo para invertir por el alto grado de aceptación del mercado meta y la cercanía de la ciudad de Quito, que por empresas existentes en este servicio, ha sido un referente para este proyecto.

3.2.2 Micro localización

“Consiste en la elección del lugar específico en que se instalará finalmente la planta; consiste en comparar diversas alternativas a nivel de predios o inmuebles”.⁶⁹

En este numeral se describe características y costos de los terrenos, infraestructura y medio ambiente, leyes y reglamentos imperantes en la instalación del proyecto.

Para la determinación de la micro localización se considerará los siguientes factores locacionales, que permitirán seleccionar la ubicación de la empresa.

- Medios de transporte y comunicación: los medios de transporte no es un problema para llegar hacia el negocio, puesto que existe gran variedad de buses y camionetas que prestan servicios en la parroquia El Quinche, los que permiten trasladarse rápida y seguramente dentro y fuera de la parroquia, se debe considerar la facilidad de acceso de vehículos tanto privados como públicos, para que los usuarios o potenciales clientes lleguen a la empresa; así como el personal que trabajará en la empresa.
- Cercanía a las fuentes de abastecimiento: para la determinación de la micro localización se consideró a este punto, pues dentro de la parroquia y en sus cantones cercanos como son Quito y Cayambe existen empresas que ofrecen los insumos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa creada; sin embargo como medida de contingencia ante posibles imprevistos se considera este punto, puesto que la distancia y la necesidad determinará la eficiencia para solucionar problemas.
- Cercanía al mercado: la distancia que se encuentra el mercado del consumidor es un aspecto importante que se analizó, ya que el tiempo de los usuarios en la

⁶⁹ RODRIGUEZ, Vladimir y Otros, Op. Cit., p 198

movilización desde sus trabajos o domicilios a las canchas hacen que sea visto como un beneficio adicional al servicio ofertado, la cancha esta cerca de todos los habitantes de esta parroquia.

- Factores ambientales: al ser una empresa de entrega de servicios, y al fomentar la práctica del deporte, se considera que no existirá ningún tipo de contaminación con el ambiente del sector.
- Disponibilidad de servicios básicos: en el sector escogido se cuenta con los servicios básicos como son: Agua potable, Electricidad, Alcantarillado, y Teléfono a cargo del Ilustre Municipio de Quito y de CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) respectivamente. Adicional a eso se cuenta con cobertura celular de las tres operadoras existentes que son Claro, Movistar, y Alegro.
- Posibilidad de eliminación de desechos: el servicio de recolección de basura es eficiente y el recorrido se lo hace 3 veces por semana en horarios matutinos.

Para la instalación de este proyecto que va a prestar el servicio de alquiler de canchas de fútbol de césped sintético en la parroquia el Quinche, se dispone de un terreno de 2000 m², que se encuentra ubicado en el barrio la Esperanza y que es de propiedad de uno de los Socios del proyecto, lo cual nos ayudara a disminuir los costos de la inversión al ahorrar la compra o alquiler del terreno, además de que cumple con todo lo antes mencionado. Lo que permite que el terreno que se posee sea un lugar óptimo para la realización de la cancha de césped sintético

El grafico de la localización del negocio se muestra a continuación.

Gráfico N. 6: Micro localización del Proyecto



Fuente: Google Earth.

3.3 Ingeniería del proyecto

“El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio”.⁷⁰

Lo más importante es definir las actividades más importantes para la operación del servicio. Una vez seleccionadas las actividades adecuadas se podrán deducir las necesidades de equipo y los requerimientos de personal, además se podrá establecer la disposición de planta y las necesidades de espacio físico

3.3.1 Proceso de prestación del servicio

El proceso de prestación del servicio está dado por todas las actividades que hacen posible que la empresa pueda satisfacer a los clientes mediante la oferta de partidos de fútbol en canchas de césped sintético.

⁷⁰ MIRANDA, Juan, *Op. Cit.*, p.132.

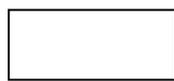
3.3.1.1 Operaciones relacionadas con el servicio

Para representar y analizar el proceso productivo existen varios métodos, pero el que se va utilizar es el Diagrama de Flujo.

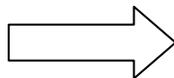
3.3.1.1.1 Diagrama de flujo

“Es un esquema para representar gráficamente un algoritmo. Se basan en la utilización de diversos símbolos para representar operaciones específicas. Se les llama diagramas de flujo porque los símbolos utilizados se conectan por medio de flechas para indicar la secuencia de operación.”⁷¹

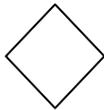
Símbolos estándar para diagramas de flujo



Operación: Se utiliza cada vez que ocurra un cambio en un Ítem



Movimiento/Transporte: Se utiliza para indicar el movimiento del output entre locaciones



Punto de decisión: Indica aquel punto del proceso en el cual se debe tomar una decisión



Documentación: Indica que el output de una actividad incluye información registrada en papel



Espera: Se utiliza cuando un ítem o persona debe esperar.



Dirección del flujo: Denota la dirección y el orden que corresponden a los pasos del proceso



Límites: Indica el inicio y el fin del proceso

⁷¹ es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_flujo, 2010

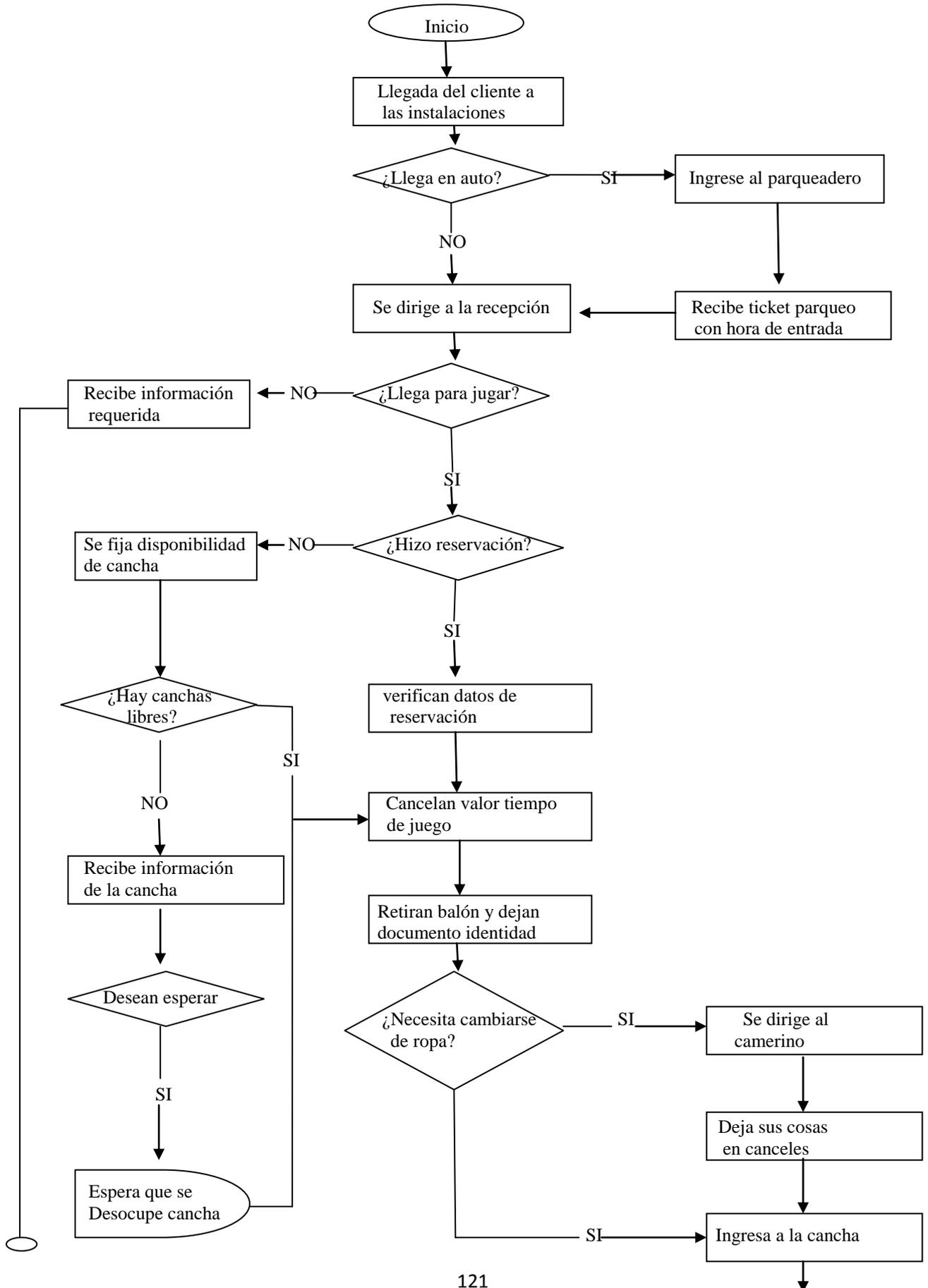
Para determinar las operaciones más importantes con relación al servicio que se ofrecerá, se realizó un análisis minucioso para determinar las secuencias entre las diferentes etapas, los requerimientos de equipos, insumos materiales y humanos, tiempos de procesamiento, espacios ocupados, etc. Una vez realizado este análisis se determinaron las 4 operaciones más importantes, que contribuirán con el correcto funcionamiento y gestión del servicio, los cuales son:

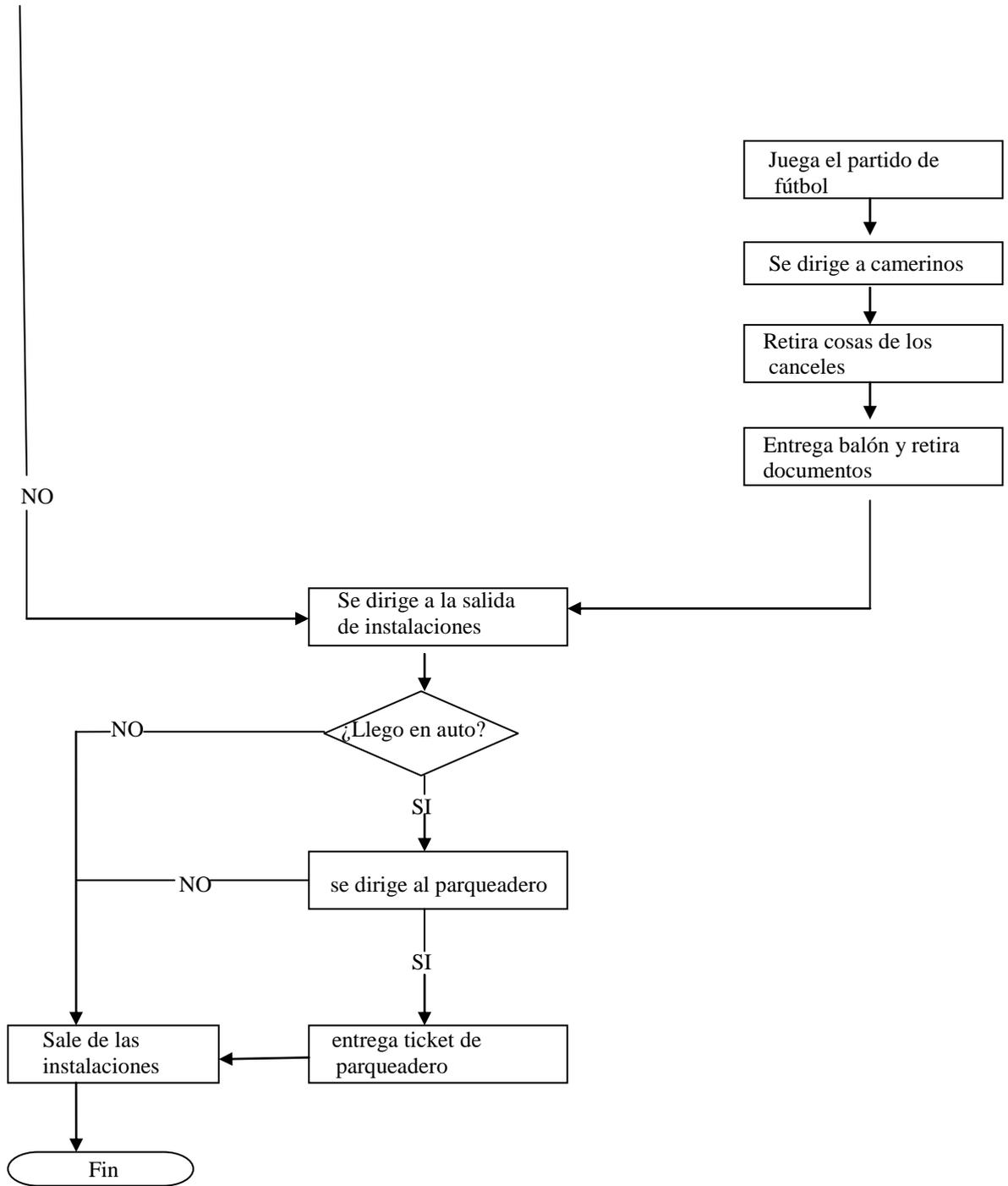
- Entrega del servicio general
- Adquisición de insumos
- Recepción de quejas, inquietudes y sugerencias
- Reserva de las canchas para eventos especiales

Al ser la entrega del servicio, la operación más crítica, se detalla a continuación la lista de actividades:

- ✓ Llegada del cliente a las instalaciones
- ✓ Se dirige al parqueadero si llega en auto
- ✓ Recibe el ticket de parqueo con la hora de llegada
- ✓ Se dirige a la recepción (entrada principal)
- ✓ Pide información del servicio/ Pregunta disponibilidad de la cancha
- ✓ Recibe información del servicio/ Cancela el valor del alquiler de la cancha
- ✓ Deja en prenda 1 documento de identidad por equipo
- ✓ Se dirige a los baños y/o camerinos
- ✓ Deja sus implementos en canceles
- ✓ Ingresa a la cancha
- ✓ Juega el partido de futbol
- ✓ Se dirige a los camerinos
- ✓ Entrega implementos prestados para el juego y recibe la cedula
- ✓ Se dirige al parqueadero de parqueo
- ✓ Entrega tickets de parqueadero al guardia
- ✓ Sale de las instalaciones

Cuadro N. 9: Flujograma del proyecto para la prestación del servicio





Fuente: Diego Galarza

3.3.2 Requerimiento de mano de obra

Al proyecto se lo ha considerado como una empresa; de manera que su organización no es compleja; y de esta forma la cantidad de personal requerido para el funcionamiento normal de la empresa, para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético es el mínimo para sus operaciones normales.

Para el análisis de este numeral se ha tomado en cuenta las necesidades reales de los procesos de la empresa, y se han fijado los salarios respecto al mercado, los que se verán en el capítulo IV.

Para el proyecto de la cancha de cespel sintetico se requiere personal administrativo y operativo, en los puestos y cantidad detallada a continuación:

El personal administrativo estará conformado por:

- Un Gerente
- Una Secretaria
- Una Cajera - Contadora

El personal operativo estará conformado por:

- ✓ Una persona encargada de mantenimiento y limpieza
- ✓ Un asistente de servicios varios
- ✓ Dos personas de seguridad (1 Persona de Parqueadero y Persona para la seguridad de la clientela y de los trabajadores).

La empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético contará en su nómina inicialmente con 7 personas para las funciones previstas.

3.3.3 Distribución y diseño de las instalaciones

Para que la distribución y diseño de las instalaciones de un proyecto provean condiciones de trabajo aceptables, es necesario tomar en cuenta dos especificaciones en particular: funcionalidad y estética que proporcionen y optimicen la distribución eficiente entre cada una de sus áreas

Dada la magnitud del terreno disponible para la instalación de las canchas. A continuación se proponen las dimensiones de cada una de sus áreas, que en conjunto permitan la operación más económica y eficiente para aprovechar de la mejor manera posible los espacios y recursos de que se dispone, manteniendo a su vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para quienes hagan uso de ellas, tomando en consideración las reglas de normatividad que deben cumplirse para su construcción.

Cuadro N. 10: Distribución de las instalaciones en m2

N:	Áreas	Medidas (m2)
1	Cancha de fútbol	880
2	Tribunas	20
3	Oficinas y recepción	65
4	Camerinos	50
5	Bar	60
6	Servicios higiénicos	45
7	Parqueaderos	715
8	Bodega	15
9	Circulación peatonal	150
	Total	2000

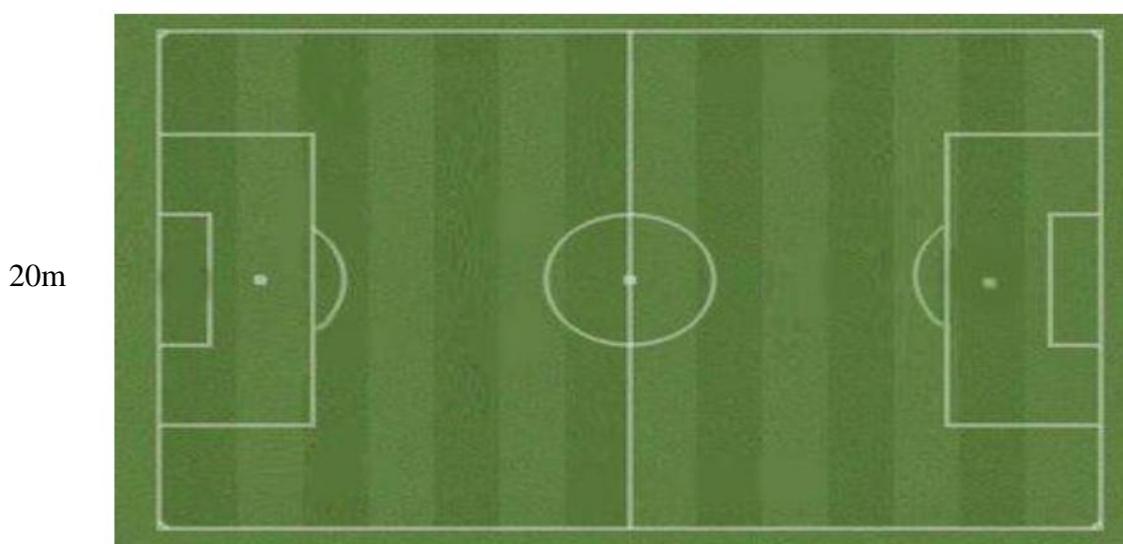
Fuente: Diego Galarza

3.3.3.1 Obra física

Para llevar a cabo el proyecto vamos a utilizar 2000m² del terreno disponible el mismo que estará distribuido en la construcción de la cancha de césped sintético que tendrá la dimensión de 38 x 20 metros cuadrados, mas 1 metro por cada lado como distancia mínima entre las líneas de saque y las mallas de los espectadores, teniendo así que ocupar 880m² en total.

Cancha de césped sintético

38m



Fuente: Imágenes de Google.

3.3.3.1.1 Campo de juego

La orientación del campo es muy importante, será de norte a sur, para disminuir los efectos del sol en el rostro, y este se marcará con líneas visibles, la línea más larga se llama líneas de bandas y las más cortas se llaman líneas de meta. Deberá marcarse también una línea media a lo ancho del terreno que se llamará línea central. El centro del campo estará visiblemente marcado con un punto, alrededor del cual se trazara una circunferencia de radio y en cada esquina del campo se colocará una banderola.

3.3.3.1.2 Área de meta

En cada extremidad del campo de juego y distanciado de cada poste del marco, se marcarán dos líneas perpendiculares a la línea de meta, se adentrarán en el campo de juego y se unirán a sus extremos mediante otra línea paralela a la línea de meta.

3.3.3.1.3 Área penal

En cada extremidad del campo de juego y a la distancia de cada poste del marco se trazarán dos líneas perpendiculares a la línea de meta, las cuales se adentrarán en el interior del campo. La superficie comprendida entre las líneas y la línea de meta se llama área penal. En cada una de estas áreas se marcará en forma visible un punto que estará situado sobre una línea imaginaria perpendicular a la línea de meta en su centro. Tomando como centros dichos puntos se trazará al exterior de cada área penal un arco con una circunferencia.

3.3.3.1.4 Área de esquina

Con un radio de un metro y medidos desde cada banderola de esquina, se marcará en la parte interior del terreno 4 arcos de circunferencia a los cuales se denominarán áreas de esquina.

3.3.3.1.5 Los marcos

En el centro de cada línea de meta se colocarán los marcos formados por dos postes verticales equidistantes de las banderolas de esquina, separados entre sí y unidos en sus extremos por un larguero horizontal.

3.3.3.1.6 Redes

Se colocarán redes por detrás de los marcos, enganchadas a los postes, al larguero horizontal y al suelo, estarán sujetas en formas convenientes y colocadas de manera que no estorben al guardameta. Dentro de la elaboración de la cancha es importante realizar un cerramiento, luminarias.

3.3.3.1.7 Edificio

Es importante construir un edificio en el cual constará las siguientes divisiones: 2 camerinos, baños para hombre y mujeres, una oficina para la administración, una bodega para guardar los balones y chalecos y también vamos a construir un bar por medio del cual tendremos un ingreso por alquiler, tribunas, el parqueadero y los espacios libres para la circulación de los clientes y trabajadores, para lo cual se cuenta con 1120m² para construir todo lo antes mencionado.

3.3.4 Recursos materiales

De acuerdo con la descripción del servicio a ofrecer y del flujograma de entrega de dicho servicio, se determinó un listado de requerimientos para: obras físicas, equipo, insumos, y servicios necesarios para la instalación y puesta en marcha del proyecto.

3.3.4.1 Especificaciones de la obra civil

Una vez determinado el tamaño del proyecto y la distribución física del mismo, se precede a determinar las áreas correspondientes, que serán construidas con la supervisión de un profesional de la rama de arquitectura.

3.3.4.1.1 Instalación del césped sintético

Previo a la instalación del césped sintético, es necesario cumplir con ciertos requerimientos técnicos, los cuales ayudarán a mantener el material en buenas condiciones.



A continuación detallamos cada uno de los pasos que se deberán seguir para cumplir con estos requerimientos.⁷²

Excavación y Relleno

Uno de los primeros pasos a seguir para cumplir con los requerimientos técnicos previos a la instalación del césped sintético es la excavación. Esto se debe a que en el terreno existe maleza, basura y material fangoso que no es el adecuado para usar como base antes de la implementación del césped. Una vez culminada la excavación es necesario el relleno del terreno, el cual deberá llegar al nivel de la acera. El material que se utilizará será cascajo.



Compactado y Nivelación

Una vez relleno el terreno se procede a compactar el mismo para que tenga la consistencia necesaria y no surjan hundimientos. Luego utilizando una capa más fina de material se procede a nivelar el terreno, el mismo que deberá tener una pendiente del 0.07% desde el centro hacia los extremos, lo cual permitirá que en épocas de lluvia, el agua fluya hacia los canales de drenaje, evitando así la formación de charcos.



⁷² www.forbex.com, 2010

Canales de Drenaje

Los canales de drenaje estarán ubicados aproximadamente a 50cm de las líneas laterales y servirán para la recolección del agua proveniente da la cancha y su posterior traslado a las redes de aguas lluvias.



Asfaltado o Base de cemento

Una vez concluidos los tres primeros pasos, la siguiente fase es el asfaltado del terreno, para esto será necesario en primer lugar realizar una imprimación asfáltica, la cual permitirá que la capa asfáltica de 2” que se colocará posteriormente se adhiera con fuerza al terreno.



Instalación del Césped

Una vez que se han realizado los pasos anteriormente explicados, se procede a la instalación del césped, la misma que sigue el proceso que se detalla a continuación:

a) Tendido de Rollos

Con la capa asfáltica terminada y totalmente seca se procede a la instalación del césped, el mismo que se inicia con el tendido de los rollos a lo largo de las canchas, cubriendo la totalidad de la superficie.



b) Unión de Rollos

Una vez tendidos los rollos se procede a unir los mismos; para este proceso se utiliza una lámina de plástico, sobre la cual se vierte un pegamento especial, el cual va a servir para unir y pegar los rollos.



c) Colocación de líneas y arcos

Con la totalidad de los rollos unidos y pegados, se procede a colocar las líneas que dividen la cancha, las cuales son del mismo material utilizado para la fabricación de la alfombra de césped pero de color blanco. Estas líneas divisorias son unidas y pegadas utilizando los mismos materiales y siguiendo el mismo proceso realizado en la unión de los rollos. Una vez colocadas todas las líneas, se instalan los arcos; cuyas dimensiones oficiales son 3mts de ancho por 2mts de alto, pero estas podrían variar dependiendo de los gustos de los propietarios.



d) Riego de la arena y el caucho

Luego de que ha culminado la instalación del césped, se procede a regar arena horneada y tamizada que tiene la función de mantener las fibras en forma vertical y protege las uniones. Una vez concluido este paso se adiciona el “compuesto de caucho” (pequeñas partículas de caucho de una granulometría especial) en toda la superficie. Este material va a brindar tanto a la superficie resultante, como al deportista, el deslizamiento, la seguridad, el pique de pelota, la amortiguación adecuada y otras características que el juego requiere.



Cepillado y Fibrilación

Por último utilizando una maquinaria especial se cepilla la cancha, con lo cual se logran dos cosas importantes. Primero se redistribuye el nivel de arena y caucho regado por toda la superficie, evitando de esta forma la compactación del mismo y por último se separan y se reorientan las fibras, haciéndolas más finas y peinándolas para que tomen una posición vertical; de esta forma se logra una perfecta semejanza al césped natural.



Luminarias

Debido a que el uso de las canchas también se hará en las noches será necesario contar con la iluminación adecuada, por lo que la cancha estará dotada con 16 luminarias de 400 watts cada una, distribuidas en cuatro postes, los mismos que se ubicarán en los laterales de la cancha. Dichas luminarias van a estar dirigidas únicamente a las canchas, con lo cual se evitan molestias a los moradores del sector.



Cerramiento

Se incorporará red-malla contragolpe de nylon súper resistente a la intemperie (sol y agua), lo cual evitará que el balón salga de las instalaciones y así provoque algún daño a los transeúntes y propiedades privadas del sector, cada malla cubre 400mtrs² (ancho 8mtrs x 50mtrs de largo) color verde y su precio es 550.00 dólares + IVA. (Ver anexo 4).



3.3.4.1.2 Especificaciones técnicas del césped

Contenido de la pila: Polyethylene Resistencia UV

Tipo: Monofilamento de dos hilos

Altura de la pila: 40 mm

Calibre: 3 / 8 pulgadas

Tufts/m² 8 (densidad): 14700

Stitch: 140 metros lineales

Agujeros m²: 50

Respaldo de recubrimiento: Latex + caucho de estireno-butadieno Basia, 700g/m²

Llenado de instalación: Goma-Arena

Color: verde

Garantía internacional: 8 años

Vida útil del césped: 10 años

3.3.4.1.3 Mantenimiento de cancha sintética

Las canchas de césped sintético exigen un mínimo mantenimiento cada 4 meses o mínimo dos veces al año y cuentan con una alta resistencia al uso, pudiendo ser utilizadas los 365 días del año sin tener en cuenta el clima existente: lluvia, frío, calor, etc.⁷³

⁷³ www.forbex.com, 2010

En general todo lo que existe en este mundo se ve afectado por diversos factores que van reduciendo su periodo de vida, por lo cual si queremos llegar a alargar dicha vida útil debemos tomar ciertas precauciones; tal es el caso del pasto artificial, el cual a pesar de no requerir de las mismas cantidades de cuidados del pasto natural, si es conveniente darle un mantenimiento adecuado cada cierto tiempo para poder conservar sus características y bondades al máximo.

El mantenimiento periódico de las canchas instaladas con césped sintético es realizado de la siguiente manera:

1. Cepillado y reposición del relleno: Periódicamente es importante cepillar la cancha para nivelar el relleno de arena y caucho granulado que puede haberse movido de lugar y en caso de pérdida del relleno este deberá ser añadido nuevamente en los espacios necesarios.
2. Limpieza permanente: Es importante mantener la cancha limpia de impurezas que puedan obstruir el drenaje adecuado del agua en el sistema de evacuación. Esto prolongará la vida útil del césped artificial.
3. NO fumar: El cigarrillo es enemigo del césped sintético debido a que sus fibras sintéticas pueden quemarse fácilmente.

La mayor parte de los proveedores de césped sintético incluye en el mantenimiento lo siguiente:

- 🌀 Revisión General de Cancha
- 🌀 Revisión de Uniones
- 🌀 Cepillada de Cancha con Cepillos hidráulicos y Tractor
- 🌀 Sacado de Basura
- 🌀 Escarificado de pasto con cepillo especial para sacar basura
- 🌀 Limpieza de Pasto, para quitar el polvo y devolver el color verde

3.3.5 Requerimiento de maquinaria y equipos

La empresa para el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético que funcionará en la parroquia El Quinche contará como parte de su equipo tecnológico con computadoras, televisor plasma, y mobiliario en general, los mismos que se obtiene de diferentes proveedores existentes en El Quinche, así como en otros puntos cercanos en la ciudad de Quito.

La maquinaria y equipos requeridos son los siguientes:

Cuadro N.11: Lista de maquinaria y equipos

Descripción	Cantidad
Arcos de Futbol	2
Computadora	3
Impresora	1
Máquina registradora	1
Inflador de balones	1
Escritorio	3
Sillas	15
Archivadores	2
Equipo de sonido	1
Extintor	3
Teléfono	3
Fax	1
Canceles	6
Basureros	8
Televisor LCD. 42"	1
DVD	1
Luminarias	4
Botiquín	1
Mallas de Contención laterales	2

Fuente: Diego Galarza

3.3.6 Insumos

Por las características del proyecto a ejecutarse, sus requerimientos respecto a los insumos y materiales se considerará a:

Cuadro N. 12: Insumos y suministros requeridos

Descripción	Cantidad
Redes para arcos	2
Balones	4
Chalecos	20
Útiles de oficina	
Útiles de limpieza	

Fuente: Diego Galarza

CAPÍTULO IV

4.1 Estudio Organizacional

El estudio de la organización consiste en establecer la estructura organizativa y administrativa del proyecto industrial, considerando para tal efecto, las funciones, responsabilidades (puestos de trabajo), calificaciones y la cantidad de personal. Los proyectos se organizan para lograr una mejor utilización de los recursos, de tal modo que los procesos puedan desarrollarse adecuadamente en el tiempo y espacio.

En la realidad, cada negocio debe definir una estructura organizativa que se adecúe a los requerimientos de su naturaleza. Conocer la estructura es fundamental para definir las necesidades de personal. En el proyecto se estipulará el tipo de organización (empresa) que se piensa establecer, la denominación o razón social, duración y fecha de operaciones, el régimen de la administración, etc.

La organización es un resultado del proceso de planificación, a través del cual se plantean objetivos, se identifican las funciones, actividades y trabajos a desarrollar para alcanzarlos y se disponen los recursos materiales y humanos necesarios para efectuarlos.

El diseño de la organización de una empresa no es una tarea aislada e independiente; se debe realizar en el contexto de los objetivos estratégicos de la empresa y de los medios existentes para alcanzar esos objetivos dentro de un determinado entorno comercial.⁷⁴

⁷⁴ RODRIGUEZ, Vladimir y Otros, Op. Cit., p.211 y 212

4.1.1 Cultura organizacional

La cultura organizacional tiene el propósito de brindar al cliente un servicio de calidad, coherente con los objetivos que se planteo la empresa, para lo cual, la organización seleccionara al personal más idóneo que se adapte al modo de vida que desea implantar la organización en ideas, creencias, costumbres, establecidos por normas, valores y expectativas compartidas por todos los miembros de la organización, los cuales se basan en tres puntos principales:

- 1. El servicio y atención al cliente por encima de todas las cosas.*
- 2. La amabilidad en el trato a los clientes por parte de los que trabajan en la organización.*
- 3. La atención oportuna y rápida al cliente.⁷⁵*

4.1.2 Estructura organizacional

“La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos”.⁷⁶

Es importante señalar que para definir la estructura organizativa bajo la cual funcionará la empresa es necesario seguir una secuencia metodológica. La estructura suele presentarse en la forma de un organigrama, que permite observar las funciones y los cargos jerárquicos.

El diseño de la organización de una empresa no es una tarea aislada e independiente; se debe realizar en el contexto de los objetivos estratégicos de la empresa y de los medios existentes para alcanzar esos objetivos dentro de un determinado entorno comercial.

⁷⁵ MINTZBERG, y Otros, *El Proceso Estratégico: Conceptos, contextos y casos*, Prentice Hall Hispanoamericana S.A., 1era edición, México, 1997, p. 184

⁷⁶ MINTZBERG, Henry, *Diseño de Organizaciones Eficientes*, “El Ateneo” Editorial, 2da Edición, Argentina, 1991, p. 7.

Los proyectos industriales de menor envergadura tienen la ventaja de permitir implementar formas de organizaciones simples, dinámicas, eficientes y poco costosas.

“Ello se explica por la capacidad que tienen para responder de manera rápida y flexible a los cambios del mercado y al desarrollo tecnológico mediante el estrecho contacto con sus clientes”.⁷⁷

4.1.2.1 Estructura del organigrama funcional

“Al momento de diseñar una empresa nueva o al diagnosticar una empresa que ya existe, resulta muy útil elaborar un esquema gráfico, organigrama funcional que ilustre las relaciones entre las diversas líneas de autoridad del negocio”.⁷⁸

La mayoría de las organizaciones comienzan como aventuras empresariales con una estructura simple, la forman los jefes y sus empleados, no es complicada.

*Su grado de departamentalización es baja, la autoridad es demasiado centralizada, cae la responsabilidad total sobre una sola persona, casi no se puede encontrar nada de formalidad. Resulta inadecuada cada vez más al crecer la organización. Si la estructura no se cambia es posible que la empresa pierda territorio en el mercado y fracase.*⁷⁹

4.1.2.2 Funcionamiento de la organización

- **Sistema de autoridad formal:** Se basa en la representación por medio del organigrama del flujo de autoridad formal, de las posiciones existentes dentro de la organización y de la agrupación de las distintas áreas. Se evidencia claramente la supervisión directa.

⁷⁷ RODRIGUEZ, Vladimir y Otros, Op. Cit., p.212

⁷⁸ Idem, p. 214

⁷⁹ MINTZBERG, Henry, Op. Cit., p. 11.

- **Red de flujos regulados:** Es una visión de la organización compatible con las nociones tradicionales de autoridad y jerarquía. Aquí se pone mayor énfasis en la estandarización que en la supervisión directa.
- **Sistema de comunicaciones informales:** No observan divisiones de áreas ni jerarquías, sino que se representan los flujos de comunicaciones informales por lo cual se enfatiza el ajuste mutuo. También se lo conoce como socio grama.
- **Sistema de constelaciones de trabajo:** La base de la visión es que la gente se agrupa con sus pares para realizar su trabajo, sin importar la jerarquía. Cada grupo trata con decisiones apropiadas a su propio nivel en la jerarquía y esta unido flojamente con los otros.
- **Sistema de procesos de decisión ad hoc:** Es una representación de la corriente de una decisión estratégica del principio al fin. Aquí se destacan más que nada los niveles e influencia de cada sector.⁸⁰

Tomando en cuenta las características y el tamaño del proyecto, se ha creído conveniente adoptar una estructura departamental de tipo funcional, ya que constituye una forma flexible de organización; con mayor rapidez se podrá aumentar o reducir el personal y por otro lado claramente identifica y asigna responsabilidades respecto a las funciones indispensables para la supervivencia de la organización.

Esta estructura se la conoce como tipo clásica, ya que representa con toda facilidad una pirámide jerárquica, con todas las unidades que se desplazan, según su jerarquía, de arriba hacia abajo en una graduación jerárquica descendente. Conociendo lo anterior, se empleará una relación de tipo formal y simple, de tal manera que permita efectuar rápidamente las funciones y actividades encomendadas, y así mismo establecer la autoridad y jerarquía que para este proyecto serán de primer nivel.

4.1.3 Organigrama

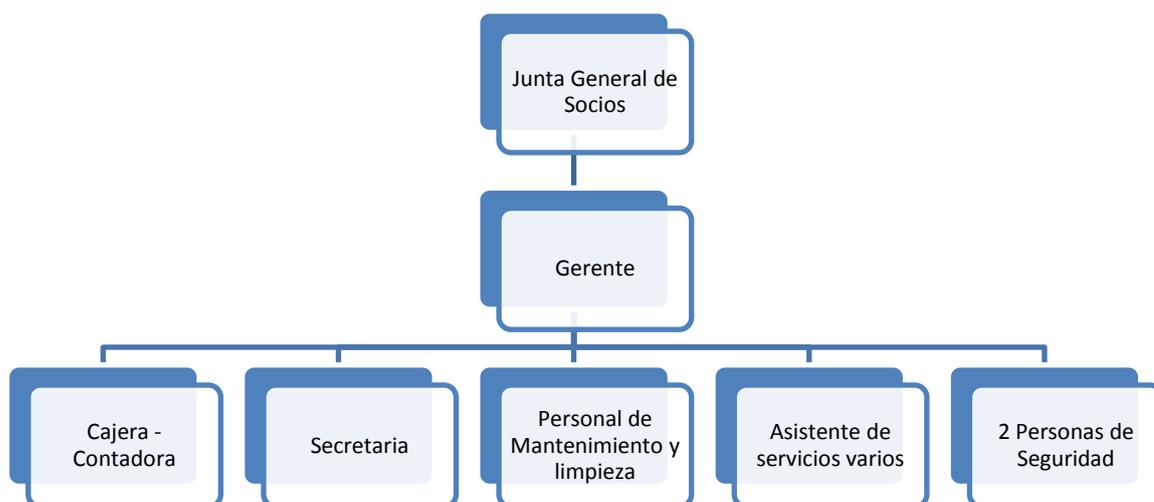
El organigrama es una herramienta gráfica que permite visualizar las relaciones de supervisión y dependencia que existen entre los diversos cargos o puestos de trabajo

⁸⁰MINTZBERG, Henry, Op. Cit. ,p 11-12 y 13

dentro de una organización. La importancia del organigrama se basa en que nos indica dónde se encuentran los ejecutivos dentro de la organización, así como las principales funciones de cada una de las áreas y personal de la empresa.⁸¹

Para el desarrollo eficaz de nuestras operaciones al servicio del consumidor, trabajaremos con el siguiente personal detallado a través del organigrama.

Cuadro N. 13: Organigrama de la empresa “El Rapidito, futbol rápido 7”



Fuente: Diego Galarza

4.1.4 Recursos humanos

“Personas que ingresan, permanecen y participan en la organización en cualquier nivel jerárquico, o tarea. Los recursos humanos están distribuidos a nivel institucional de la organización (dirección), nivel intermedio (gerencia y asesoría), y el nivel operativo (técnicos, auxiliares, y operarios)”⁸²

Para el proyecto de la cancha de césped sintético se requiere personal administrativo y operativo, en los puestos y cantidad detallada a continuación.

⁸¹ RODRIGUEZ, Vladimir y Otros, Op. Cit., p.214

⁸² CHIAVENATO, Adalberto, *Administración de Recursos Humanos*, McGraw Hill Interamericana S.A., 5ta Edición, Colombia, 2001, p. 128

El personal administrativo estará conformado por:

- Junta General de Socios
- Un Gerente
- Una Cajera – Contadora
- Una Secretaria

El personal operativo estará conformado por:

- ✓ Una persona encargada de mantenimiento y limpieza
- ✓ Un asistente de servicios varios
- ✓ Dos personas de seguridad (1 persona para cuidar el parqueadero y otra persona para cuidado de las instalaciones)

El personal administrativo de la organización lo conformaran los socios del negocio o personas calificadas, de confianza de los socios.

El personal operativo en el caso del asistente de servicios varios, guardias de seguridad, y persona encargada de mantenimiento y limpieza serán elegidos por recomendaciones, experiencia y confianza de los socios hacia ellos, después de una previa entrevista con los aspirantes a los puestos.

4.1.4.1 Descripción de funciones del personal

a) Junta General de Socios:

Estará formada por el grupo de socios de la empresa, los que tendrán reuniones ordinarias anualmente, estas se realizaran en los primeros dos meses del año siguiendo al cierre contable del periodo anterior. Se celebraran reuniones extraordinarias al surgir situaciones imprevistas de carácter urgente que necesiten ser tratadas por la asamblea.

Funciones de la Junta General de Socios:

- La vigilancia de la sociedad en todos los aspectos, velando y controlando el funcionamiento eficaz de la misma.
- Determinar y dirigir las operaciones generales de la empresa de acuerdo con los fines y preceptos legales.
- Dictar los reglamentos que sean necesarios para el funcionamiento de la empresa, sometiéndolos a la aprobación de la Junta de Socios
- Aprobar el presupuesto anual de ingresos y gastos de le empresa.
- Conocer los estados financieros de la empresa que habrán de ser sometidos a la Junta General de Socios.
- Convocar las asambleas generales ordinarias y extraordinarias.
- Elaborar y presentar a la junta el proyecto de distribución de dividendos.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

La Junta General de Socios de la empresa estará conformado por los tres socios:

- Diego Galarza. Gerente General.
- Humberto Galarza. Presidente.
- Francisco Méndez. Vicepresidente.

b) Gerente:

Es la cabeza de la organización, es la persona encargada de liderar los diferentes procesos y actividades de la empresa. Es responsabilidad del gerente evaluar y controlar las tareas de los demás integrantes de la organización.

Funciones del Puesto:

- Representar legal y judicialmente a la organización.
- Organizar y dirigir los diferentes departamentos de la empresa.
- Estudiar y evaluar los procedimientos en la instalación y obtención de ganancias, e invertir las en adquisiciones que se consideren convenientes en beneficio de la empresa.
- Emitir planes corporativos a corto, mediano y largo plazo en las áreas que intervienen en la estructura de la empresa.
- Salvaguardar la seguridad del personal.
- Vender el servicio de la empresa, a los precios y volumen que conduzcan al logro de los objetivos de la misma.
- Revisar los estados financieros.
- Autorizar las compras requeridas de la empresa.
- Revisar y aprobar los cheques.
- Supervisar todas las actividades operativas y administrativas.
- Presentar a la Junta General de Socios los resultados obtenidos en cada periodo.
- Selección y contratación de personal.
- Atención a clientes, proveedores y concretar las negociaciones con los mismo.

Requisitos del puesto

- Título universitario (área de administración de empresas o finanzas).
- Preferiblemente bilingüe (80%).
- Manejo de paquetes computacionales.
- Conocimiento de las leyes del país.
- Liderazgo.
- Sexo masculino o femenino.
- Edad 25 años en adelante.
- Residir en la parroquia El Quinche (preferiblemente).
- Tener 2 años como mínimo de experiencia.
- Poseer vehículo propio.

Horarios de trabajo:

De Miércoles a Domingo

De 1pm a 9pm

Salario:

\$ 700 mensuales y los beneficios sociales de ley

c) Cajera – Contadora:

Es la persona encargada de la caja y de sus movimientos, además dedicada a aplicar, analizar e interpretar la información contable y financiera de la empresa.

Funciones del puesto

- Asistir al gerente general.
- Brindar toda la información que el gerente requiera
- Proyectar una buena imagen de la empresa.
- Reportes a la gerencia.
- Elaboración de cheques.
- Atención al público.
- Presentación y elaboración de documentos requeridos por el SRI.
- Manejo de caja chica.
- Responder por la recaudación diaria tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes o faltantes.
- Cobrar a los clientes por la utilización de la cancha de fútbol.
- Verificar la autenticidad de monedas y billetes recibidos.
- Realizar el cierre de caja al final de la jornada.
- Emitir y entregar factura o nota de venta al cliente.

Requisitos del puesto

- Género: femenino.
- Edad: 23-30 años.
- Educación: Contadora Pública Autorizada (C.P.A).
- Manejo de paquetes contables.
- Manejo de sistemas tributarios

- Conocimiento de legislación laboral y tributaria del país.
- Experiencia laboral mínimo 1 año.

Horarios de trabajo:

Miércoles y Jueves	De 12pm a 6pm
Viernes	De 1pm a 11pm
Sábado	De 1pm a 11 pm
Domingo	De 1pm a 9pm

Salario:

\$ 400 mensuales y los beneficios sociales de ley

d) Secretaria:

Es una persona que se encarga de recibir y redactar la correspondencia de un superior jerárquico, llevar adelante la agenda de éste y custodiar y ordenar los documentos de una oficina.

Funciones del puesto

- Recepción y envío de documentos.
- Asistir al gerente general.
- Atender las llamadas telefónicas.
- Redacción de correspondencia interna y externa.
- Mantener en orden los archivos de la empresa.
- Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones.
- Cobrar a los clientes por la utilización de la cancha de fútbol (cuando no esté la cajera).

Requisitos del puesto

- Género: femenino.
- Edad: 18-30 años.
- Educación: bachiller en secretariado.
- Manejo completo de computación.

- Excelentes relaciones humanas.
- Habilidades numéricas, actitud para el cálculo y operaciones con números
- Conocimiento básico del idioma Ingles
- Experiencia laboral mínimo 1 años

Horarios de trabajo:

Miércoles a Viernes De 12pm a 8pm
 Sábado y Domingo De 7am a 3 pm

Sueldo:

\$ 350 mensuales y los beneficios de ley.

e) Personal de mantenimiento y limpieza:

Persona encargada de limpiar y mantener en buen estado los inmuebles de la organización incluyendo la cancha de césped sintético

Funciones del puesto

- ✓ Mantenimiento preventivo de la cancha de césped sintético.
- ✓ Garantizar el buen estado de las instalaciones.
- ✓ Comunicar al gerente, las necesidades de suministros de limpieza.
- ✓ Supervisar el aseo de los baños camerinos y corredores.
- ✓ Colocar los suministros de correspondientes (papel higiénico, jabón de manos, ambientador, etc.).
- ✓ Manipular maquinaria y suministros de limpieza.
- ✓ Vaciar los tachos de basura una vez estén llenos.

Requisitos del puesto

- ✓ Género: Femenino o masculino.
- ✓ Edad 20-35 años
- ✓ Experiencia mínima de 1 año en puesto similares
- ✓ Bachiller.
- ✓ Proactivo.

Horarios de trabajo:

Miércoles y Jueves	De 12pm a 6pm
Viernes	De 12pm a 8pm
Sábado y Domingo	De 7am a 3pm

Sueldo:

\$ 280 mensuales y los beneficios de ley.

f) Asistente de servicios varios:

Es el encargado de proporcionar a los deportistas todos los implementos que requieran al momento de jugar.

Funciones de el puesto

- ❖ Encargado de realizar la entrega de los pedidos a clientes y cualquier otra encomienda de la empresa.
- ❖ Realizar entrega de mensajería, entre otros
- ❖ Facilitar el ingreso de las personas a la empresa.
- ❖ Entregar y receptor los implementos prestados para el juego como balones, Chalecos, etc.
- ❖ Atender al público en forma amable y atenta.
- ❖ Ayudar a mantener limpia la cancha de césped sintética.
- ❖ Encargado de comunicar a los usuarios de la terminación de la hora de juego.
- ❖ Revisar el estado de las mallas de los arcos de fútbol, la iluminación.
- ❖ Garantizar la apertura y cierre del negocio en los horarios programado.

Requisitos del puesto

- ❖ Bachiller en cualquier área.
- ❖ Género masculino.
- ❖ Edad entre 18 y 25.
- ❖ Licencia de conducir vigente.
- ❖ Dos referencias personales.
- ❖ Record Policial.
- ❖ Experiencia no indispensable.

- ❖ Conocimiento del perímetro de la parroquia.

Horarios de trabajo:

Miércoles y Jueves	De 12pm a 10pm
Viernes	De 12pm a 12am
Sábado	De 8am a 12am
Domingo	De 9am a 9pm

Sueldo:

\$ 275 mensuales y los beneficios de ley.

Personas de Seguridad

Personas encargadas de la seguridad de la empresa, uno será el encargado de cuidar el parqueadero, y el otro de la seguridad de las oficinas y de la clientela.

Funciones de el puesto

- Garantizar un ambiente seguro en las instalaciones.
- Velar por los intereses de la empresa.
- Garantizar la tranquilidad de los asistentes.
- No dejar ingresar a personas en estado de embriaguez.
- Estar presente al momento de abrir y cerrar la organización.
- Vigilar los equipos y demás objetos utilizados para el desarrollo del servicio.
- Encargado de comunicar a los usuarios de la terminación de la hora de juego, cuando el ayudante de servicios varios no lo pueda hacer.
- Cuidar los autos que se encuentren en el parqueadero.
- Entregar y retirar los tickets del parqueadero a los clientes que ingresan.
- Ayudar en las cosas que solicite el gerente.
- Encender y apagar las luces de la cancha y del parqueadero.

Requisitos del puesto

- Bachiller en cualquier área.
- Género masculino.
- Edad entre 23 y 40 años.
- Experiencia de 3 años en el cargo.
- Uso y manejo de armas
- Conocimientos Defensa personal.
- Buen estado físico y mental
- No ser dependiente del alcohol y drogas.
- Record Policial.

Horarios de trabajo:

Miércoles y Jueves	De 12pm a 10pm
Viernes	De 12pm a 12am
Sábado	De 8am a 12am
Domingo	De 9am a 9pm

Sueldo:

\$ 267 mensuales y los beneficios de ley, cada guardia.

4.2 Planeamiento estratégico

Capacidad de adaptar la empresa a su entorno, desarrollando la estructura que le permita obtener los objetivos corporativos (maximizar el valor de mercado de la empresa). Esto requiere visualizar las empresas como maquinarias generadoras de caja; en otras palabras, que las inversiones generen un retorno mayor (rendimiento) que el costo de oportunidad del capital. Al maximizar el valor de la empresa, se salvaguarda y se incrementan los intereses de los accionistas y los demás agentes económicos de la mejor manera posible. El planeamiento estratégico incorpora el análisis de los factores externos (oportunidades y amenazas) e internos (fortalezas y debilidades) de la empresa a nivel corporativo.

83

⁸³ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 213

Sus elementos son:

a) **Visión:** cómo quiere ser la empresa en el largo plazo.

b) **Misión:** cómo se encuentra organizada la empresa.

c) **Objetivos:** maximizar la riqueza de los accionistas.

d) **Políticas:** orientaciones que adoptará como soporte a la imagen.

e) **Análisis F.O.D.A:** Un análisis FODA proporciona un resumen de manera concisa de las fortalezas y debilidades de la empresa e identifica las oportunidades y las amenazas que enfrenta. Esto comprende un análisis de los factores externos e internos de la empresa y del mercado.

- **Las oportunidades:** son todas aquellas posibilidades externas a la empresa que tienen un impacto favorable en sus actividades.
- **Las amenazas:** son todas aquellas fuerzas externas a la empresa que pueden tener una influencia desfavorable en sus actividades.
- **Las fortalezas:** son factores internos positivos que contribuyen al logro de los objetivos de la empresa.
- **Las debilidades:** son factores internos negativos que inhiben el logro de los objetivos.⁸⁴

f) **Estrategia:** es un patrón de decisiones coherentes, unificado e integrador; esto significa que su desarrollo es consciente explícito y proactivo, para llegar a su objetivo.

g) **Valores:** Los valores representan las convicciones filosóficas de los administradores que dirigen a la empresa hacia objetivos y planes para lograr el éxito.⁸⁵

Teniendo claro estos conceptos, a continuación se detalla la planeación estratégica y la base filosófica de la empresa. La empresa tiene que orientar sus actividades hacia una consecución de objetivos y establecer su filosofía y alcance en el tiempo.

⁸⁴ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 213, 54,55

⁸⁵ GOODSTAIN, Leonard y Otros, *Planeación Estratégica Aplicada*, McGRAW-Hill Interamericana S.A., 1era Edición, Colombia 1998, p.6 y 172.

4.2.1 Quienes somos

Somos la mejor y única cancha de fútbol de césped sintético ubicada en la parroquia El Quinche, donde puedes jugar los 365 días del año sin preocuparte por el estado de la cancha ya que siempre está en óptimas condiciones

4.2.2 Misión

Nuestra empresa es una organización dedicada a desarrollar e incentivar actividades de recreación y deporte en la parroquia El Quinche, ofreciendo a sus habitantes un servicio de alquiler de canchas de césped sintético de excelente calidad integrado con modernas y seguras instalaciones, acordes a las necesidades y exigencias del mercado de fútbol rápido, garantizando la satisfacción del cliente, fomentando la salud y el cumplimiento de principios éticos, morales a través del deporte.

4.2.3 Visión

En los próximos 5 años, ser la empresa líder en el servicio de alquiler de canchas de fútbol sintéticas en el mercado local que fomente al deporte y sano entretenimiento con precios bajos y valor agregado para nuestros usuario, posicionándonos así en la mente de los clientes como una empresa líder en el mercado.

4.2.4 Valores

Los valores con los que cuenta la empresa son:

- La responsabilidad.- con nuestros clientes y con el entorno.
- La eficiencia.- al momento de prestar el servicio.
- La honestidad y seriedad.- en todas nuestras acciones.
- La calidad del servicio ofertado.
- Honorabilidad ante el cliente y competidores.
- Cultura de servicio.- Reconociendo que el servicio de calidad es la clave de nuestro éxito.
- Respeto por las personas.- Tratando a nuestros clientes tanto internos como externos con dignidad, esmero y cordialidad.

- Trabajo en equipo.- Manteniendo el compromiso de que la unión nos llevará a cumplir los objetivos y estrategias de la organización.
- Puntualidad.- Brindando el servicio en el tiempo acordado con el cliente.
- Responsabilidad social.- Contribuyendo a la formación de la juventud con sólidos valores morales y fomentando la amistad entre los deportistas.
- Entusiasmo.- Realizando el trabajo que nos gusta y nos motiva.

4.2.5 Principios

- Los clientes son la razón de ser de la empresa, por lo se compromete a satisfacer sus necesidades y expectativas, ofreciendo un servicio ágil, oportuno y de calidad.
- Comunicación amplia y oportuna, estabilidad laboral, confianza y solidaridad.
- Respeta las creencias religiosas y políticas, así como la opinión personal de sus colaboradores como de sus clientes externos.
- Se busca la retroalimentación de las sugerencias y reclamos de los clientes a fin de corregir errores.
- La empresa busca el mejoramiento continuo, basándose en la calidad del servicio y de los resultados finales que busca el cliente.
- La empresa busca competitividad en los referente a precios y calidad de productos al igual que en las expectativas de nuestros clientes, buscando permanentemente llegar a ser el número uno en el campo de acción de la empresa.
- Calidad al ofrecer un servicio rápido y eficiente
- Transparencia en todas nuestras acciones internas y externas.
- Responsabilidad en lo que hacemos generando un impacto positivo en la sociedad.
- Compromiso con el cliente a través de la excelencia organizacional.
- Consideramos a los colaboradores como el recurso más valioso y la fuerza impulsora de nuestra empresa. Respetamos su integridad humana y reconocemos con justicia su desempeño y contribución al logro de una mejor empresa.

4.2.6 Estrategias

Estrategia de Competencia:

- Ofrecer productos a nuestros clientes a precios por debajo del mercado, para hacernos más competitivos.
- Promover la imagen de la empresa para dar a conocer su estructura actual en servicios de alta calidad para beneficio de toda la clientela y de la organización.
- Rapidez de respuesta a las necesidades de los clientes.
- Capacitación a los empleados para mejorar el servicio al cliente.
- Brindar un servicio de calidad con base en la responsabilidad y respeto.

Estrategias para el Crecimiento:

- Incrementar las ventas a través de la preferencia en el gusto de los usuarios respecto a este deporte.
- La aceptación por el rey de los deportes permitirá que exista una mayor demanda por el servicio.
- Ofrecer un servicio diferenciado con un valor agregado contando con canchas de alto nivel.
- Un crecimiento diversificado que permita posicionarnos en la mente de los deportistas como una empresa de fácil acceso a sus servicios

Estrategia de Financiamiento

- Financiamiento a corto plazo para capital de trabajo.
- Financiamiento a largo plazo, para créditos por adquisición de activos fijos o ampliaciones de la empresa.

4.2.7 Objetivos estratégicos

Objetivos Financieros

- ✓ Establecer un precio de venta por el servicio, que proporcione ingresos rentables para la empresa a lo largo de su vida económica.
- ✓ Conseguir una rentabilidad permanente de un 10% a partir del segundo año por encima de la media de la competencia, que justifique la inversión y que permita a los inversionistas ampliar el negocio en el corto plazo.
- ✓ Obtener utilidades superiores al promedio cada año.

Objetivos de Imagen

- ✓ En 2 años la empresa debe tener un posicionamiento en el mercado, de tal manera que sea percibida por el público en general como una organización que se preocupa por el bienestar de la colectividad.
- ✓ Mantener el liderazgo de mercado en la parroquia El Quinche en el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético.

Objetivos de Volumen

- ✓ Lograr que los empleados sean productivos, desarrollando sus actividades al 100%, entregando servicio de calidad, manejando adecuadamente los tiempos de espera de los clientes y comprometiéndose con el crecimiento de la empresa.

4.3 Matriz FODA

Cuadro N. 14: Matriz FODA del negocio.

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amplias y cómodas instalaciones acorde a las necesidades del consumidor. • Facilidad de acceso para los moradores del sector y alrededores. • Bajos costos de mantenimiento respecto al césped natural • Césped sintético que ofreceríamos estará elaborado con materiales de la más alta calidad, brindando seguridad a los clientes. • Personal capacitado para el servicio al cliente. • Horarios de atención al cliente acordes a las necesidades del cliente. • Terreno disponible. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de inversión altos. • Falsas especulaciones sobre las consecuencias negativas, como el cáncer, debido al contacto con el césped sintético. • Falta de alianzas estratégicas. • Fuga de clientes. • Falta de experiencia en este tipo de negocio. • Falta de motivación del recurso humano • No cumplimiento de higiene y seguridad.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pueden realizarse otros tipos de eventos sobre el césped sintético. • Este deporte es practicado por personas de todas las edades. • Mayor integración entre los habitantes del sector. • No existe competidores que brinden este servicio en la parroquia. • Es uno de los deportes más practicado no solo a nivel local sino mundial. • Fuentes de financiamiento. • Campañas publicitarias. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posibles dificultades ocasionados por apagones, provocados en épocas de estiaje. • Impactos negativos por inestabilidad económica en el país. • Desempleo • Impuestos • Inflación • Instalación de nuevas canchas de fútbol sintéticas por parte de la competencia. • Construcción de centros deportivos apoyados por el gobierno municipal

Fuente: Diego Galarza.

4.4 Estudio de requisitos legales

El estudio de los aspectos legales del proyecto comprende específicamente el procedimiento para la constitución y formalización de la empresa se refiere al estudio de las normas y regulaciones existentes relacionadas con la naturaleza del negocio y de la actividad económica que desarrolla. Depende de las necesidades del negocio y el tamaño del proyecto. En la formulación del proyecto se analizan los aspectos legales necesarios para la formalización de la empresa, los cuales inciden en los rubros operativos y económicos del negocio.⁸⁶

4.4.1 La empresa

“Empresa es la unidad productiva o de servicio, que constituida según aspectos prácticos y legales, se integran por recursos, y se vale de la administración para lograr sus objetivos”⁸⁷

4.4.1.1 Tipos de sociedades en Ecuador

En el Ecuador según la Ley de Compañías existen las siguientes:

a) Compañía en nombre colectivo: La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

A falta de disposición especial en el contrato se entiende que todos los socios tienen la facultad de administrar la compañía firmar por ella. Si en el acto constitutivo de la compañía solo alguno o algunos de los socios hubieren sido autorizados para obrar, administrar y firmar por ella, solo la firma y los actos de éstos, bajo la razón social, obligarán a la compañía.

⁸⁶ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 217

⁸⁷ REINOSO, Víctor, *El proceso administrativo y su aplicación en las empresas*, 6ta edición, p. 279

b) Compañía en comandita simple: La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse. El comanditario que tolerare la inclusión de su nombre en la razón social quedará solidaria e ilimitadamente responsable de las obligaciones contraídas por la compañía.

c) Compañía de responsabilidad limitada: La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro. La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías. Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o

inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El mínimo requerido como capital inicial es de US\$ 400, del cual debe estar pagado al menos el 50% cuando se lleve a cabo su formación, y lo restante en el transcurso del siguiente año.

d) Compañía anónima: La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima. Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Para proceder a la aprobación e inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil de Ecuador, se requiere de una presentación previa de la constitución de la corporación, sus estatutos y escrituras ante la Superintendencia de Compañías o de Bancos.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción.

e) Comandita por acciones: El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados), a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles.

La compañía en comandita por acciones existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables, seguidos de las palabras "compañía en comandita" o su abreviatura. La administración de la compañía corresponde a los socios comanditados, quienes no podrán ser removidos de la administración social que les compete sino por las causas establecidas en el artículo siguiente. En el contrato social se podrá limitar la administración a uno o más de éstos.

f) Compañía de economía mixta: El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, juntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía. La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponde a las empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.

Los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción al capital aportado por uno y otro. Cuando la aportación del sector público exceda del cincuenta por ciento del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio.

Asimismo, en los estatutos, si el Estado o las entidades u organismos del sector público, que participen en la compañía, así lo plantearan, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados, respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento de capital de la compañía.⁸⁸

⁸⁸ www.supercias.gob.ec, *Ley de Compañías del Ecuador*, desde el art. 92 al art. 317.

4.4.2 Tipo de Empresa escogida para el proyecto

La empresa que se creará pertenece al sector privado, ya que el aporte de capital corresponde a tres personas naturales, y de igual manera los recursos financiados serán provenientes de instituciones financieras privadas.

Por la actividad que enmarca, la empresa está dentro de la clasificación servicios, y por el hecho de negocio en servicios recreativos. Como se ha mencionado con anterioridad, la empresa pondrá en marcha el alquiler de canchas de fútbol con césped sintético; de manera que esta actividad considera al Cliente como participante; que quiere decir, “hay un alto grado de participación del cliente en este tipo de operación de servicio. Los bienes físicos pueden resultar parte significativa del servicio, y los servicios pueden ser sobre pedido o estándar.”⁸⁹

Considerando que las Compañías Anónimas y Compañías Limitadas son las más comunes en este país, se evaluó sus ventajas y desventajas, llegando a la conclusión que la Compañía Anónima requiere de mayores procedimientos de constitución así como de mayor capital inicial, minimiza la posibilidad activa de los accionistas en la administración de la compañía, es decir los accionistas no pueden controlar la cesión de acciones.

Por las características de la Compañía Limitada, con respecto al capital mínimo de constitución, el número de socios y el grado de responsabilidad ante terceros, es más conveniente que la futura empresa se constituya como “Compañía Limitada”, amparada en las leyes de la República del Ecuador y regulada por la Superintendencia de Compañías.

4.4.2.1 Nombre o Razón Social

Con el fin de poner en marcha el proyecto de alquiler de canchas de fútbol de césped sintético en la parroquia El Quinche, se constituirá una empresa de responsabilidad limitada, bajo el nombre de “EL RAPIDITO fútbol rápido 7 Cia.Ltda.”

⁸⁹ GAITHER Norman y GREZ Frazier. Administración de producción y operaciones, Thompson Editores, México. 2000., p. 421

4.4.2.2 Socios

La empresa será constituida por 3 socios, todos ecuatorianos, mayores de edad y con capacidad para contratar, como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 15: Aportaciones de Socios

Nombre del socio	Tipo de Aporte		Valor	% Aportación
	Numerario	Especies		
Galarza Parra Humberto	12.128,66	30000,00	42.128,66	33.33%
Galarza Pinanjota Diego	42.128,66		42.128,66	33.33%
Méndez Méndez Francisco	42.128,66		42.128,66	33.33%
Total Aporte			126.385,99	100%

Fuente: Diego Galarza

4.4.2.3 Constitución de la compañía

Para conocer los pasos que se debe seguir para la constitución de la empresa acudimos a la página web de la Superintendencia de Compañías.

- 1.- Se puede emitir hasta 3 alternativas de nombres a la Superintendencia de Compañías, se aprueba un nombre.
- 2.- Luego el abogado patrocinador procede a realizar la minuta, revisada por el interesado y revisada por la Superintendencia de Compañías.
- 3.- Una vez aprobada la minuta, se hace aperturar la cuenta de integración en cualquier Banco llevando: original y copia de la minuta, copia de cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital, todos estos requisitos con copias notariadas.
- 4.- Una vez hecha la aperturación de la cuenta, y que todo se encuentre aprobado por el Banco se lleva al Notario, para elevar a escritura Pública por parte del abogado.

5.- Luego de elevar la minuta a escritura pública, el abogado lleva a la Superintendencia de Compañías 3 copias certificadas de la escritura, aprobación de nombre, para la elaboración del extracto para su publicación con una carta dirigida al Superintendente y firmada por el abogado.

6.- La Súper entrega las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura.

7.- Se publica por una sola vez en un diario de mayor circulación del país el extracto correspondiente.

8.- Se lleva al notario toda la documentación, para su marginación, con la resolución de la Superintendencia de Compañías.

9.- Se llama al Registro Mercantil para que nos conceda el número de partida o de registro el cual debe de ir en los nombramientos antes de llevar al Registro Mercantil, esto va acompañado al Registro Mercantil de las escrituras marginadas, con los nombramientos de Gerente y de Presidente.

10.- Se lleva a la Superintendencia toda la documentación con formulario 01^a RUC, 01B Ruc, que concede el SRI, para funcionamiento de la Compañía (petición con firma de Abogado), (nombramiento de Gerente, copia de cédula y certificado de votación, escritura certificada, resolución de la Súper y su aprobación, con su registro de sociedades y carta de luz, agua o teléfono.)

11.- Luego una vez que el SRI entrega el Ruc, se saca una copia y se lleva a la Súper de Compañías para que nos den la carta de solicitud para el Banco y poder retirar el capital que se aportó (capital pagado). Se lleva al Banco personalmente copia de su nombramiento, copia de su cédula y la carta de la Súper para el Banco.⁹⁰

⁹⁰http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf, 2010

4.4.2.4 Requisitos para el funcionamiento de la empresa

El Distrito Metropolitano de Quito con el fin de disminuir tiempo y costos para obtener la licencia de funcionamiento tiene su sistema TRAMIFÁCIL, donde se simplifican y unifican los trámites para la licencia de funcionamiento y permiso de habilitación de la edificación, es decir los trámites que se unifican son: Patente Municipal, Permiso del Cuerpo de Bomberos y Publicidad. (Ver Anexo 6).

Los requisitos son:

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Copia de RUC
- Copia de Cédula de Identidad o Ciudadanía del Representante Legal
- Copia de papeleta de votación del representante legal
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo

4.4.2.5 Requisitos para obtención del RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI) y los pasos se detallan a continuación.

- Llenar formulario 01-A RUC y 01-B RUC.
- Original y copia de la escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)
- Original y copia del Nombramiento del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

CAPÍTULO V

5.1 Estudio Financiero

El estudio financiero permite determinar la viabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero y las inversiones, así como costos e ingresos que el proyecto generará al ponerlo en marcha. Sus Componentes son:

Inversiones Iniciales

Financiamiento

Estados Financieros

Indicadores Financieros.

5.1.1 Inversión inicial

La inversión inicial del proyecto industrial es el desembolso de dinero que requiere una determinada actividad industrial, con la finalidad de que los flujos de efectivo esperados del negocio compensen el capital invertido inicialmente.

La determinación de la inversión inicial del proyecto industrial consiste en la estimación del valor -en unidades monetarias- de la inversión en: 1) Activos tangibles, 2) Activos intangibles (activos diferidos), 3) Capital de trabajo (capital de explotación), requeridos para implementar y llevar a cabo un proyecto. Es pues, la expresión cuantitativa de los requerimientos de recursos reales (activos tangibles e intangibles) y recursos financieros (capital de trabajo) del proyecto.⁹¹

El objetivo de nuestro proyecto es la implementación de una cancha de césped sintético y para ello es necesaria una inversión inicial de \$162586.36; valor destinado a los rubros que se detallan en el siguiente cuadro.

⁹¹ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 245.

Cuadro N. 16: Inversión inicial

Inversión Inicial	
Descripción	Valor
Activos fijos	122.747,00
Capital de trabajo	57.764,42
Total	180.551,42

Fuente: Diego Galarza

5.1.1.1 Activos fijos

También se le conoce como inversión física está constituida por todos los activos físicos (bienes de capital) que son necesarios para el inicio de operaciones del proyecto, cuyo valor depende de propiedades físicas particulares. Son bienes de capital aquellos utilizados en el proceso de producción para producir otros bienes, se caracterizan porque duran más de un ejercicio productivo y van perdiendo valor con el transcurso del tiempo (se deprecian), porque el valor perdido se traslada a los bienes producidos. En general, los activos tangibles se deprecian excepto los que se suponen no se desgastan como los terrenos. La depreciación es un registro contable que no supone salidas de efectivo de la empresa.⁹²

Todos los valores de los activos fijos que presento a continuación son incluido IVA.

5.1.1.1.1 Terreno

El terreno será el área donde cimentaremos nuestro edificio, y está valorado en un precio de \$30.000 según la escritura y es propiedad del Sr. Humberto Galarza. (Ver Anexo 7).

Cuadro N. 17: Terreno

Media	total m2	Valor Un.	Total
50mL x 40mA	2.000	15	30.000

Fuente: Diego Galarza.

⁹² RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 247

5.1.1.1.2 Césped sintético

El Césped sintético es un césped artificial que imita las cualidades del césped natural, y este será el material del que va a estar elaborada nuestra cancha de fútbol. El césped será proveído por la empresa England Field para lo que se pidió una cotización de su césped. (Ver Anexo 8)

Cuadro N. 18: Césped sintético de la empresa England Field

Media	total m2	Valor Un.	Total
40*22	880	27,9	24.552

Fuente: Diego Galarza.

5.1.1.1.3 Edificio

Nuestra inversión en edificio es la más representativa, ya que incluye todos los costos de construcción como la oficina, el bar, camerinos, entre otros, se pidió la proforma de un maestro de la construcción (Anexo N. 12) y sus costos son:

Cuadro N. 19: Edificio

N:	Áreas	Medidas (m2)	Valor por m2 (\$)	Total
1	Cancha de fútbol	880	30	26.400
2	Tribunas	20	200	4.000
3	Oficinas y recepción	65	110	7.150
4	Camerinos	50	120	6.000
5	Bar	60	90	5.400
7	Servicios higiénicos	45	80	3.600
8	Parqueaderos	715	0	0
9	Bodega	15	90	1.350
10	Circulación peatonal	150	30	4.500
	Total	2.000		58.400

Fuente: Diego Galarza.

5.1.1.1.4 Mobiliario

Es necesario tener equipada nuestras instalaciones, con todos los muebles necesarios para nuestras comodidades y la de los clientes, para lo cual se necesitara muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, equipos para el campo de futbol, todo se encuentra en el mercado local y a precios accesibles.

5.1.1.1.4.1 Maquinaria y equipos para campo de juego

Son los equipos necesarios para que la cancha de césped sintético este en optimas condiciones para brindar un buen servicio a los clientes. Sera proveído por Mega sport. (Anexo 13)

Cuadro N. 20: Maquinaria y Equipos

Descripción	Cantidad	Valor	Total
Arcos de Futbol	2	650	1.300
Inflador de balones	1	25	25
Luminarias	4	150	600
Mallas de contención para laterales	2	616	1.232
Total			3.157

Fuente: Diego Galarza.

5.1.1.1.4.2 Equipos de computación

A continuación les detallamos todos los equipos y accesorios de computación necesarios para el manejo de la contabilidad de nuestra empresa.

Cuadro N. 21: Equipos de computación

Descripción	Cantidad	Valor	Total
Computadora	3	650	1.950
Impresora	1	120	120
Total			2.070

Fuente: Diego Galarza.

5.1.1.1.4.3 Equipos de oficina

En la siguiente tabla les detallamos los equipos que consideramos necesarios e importantes para el buen funcionamiento del negocio

Cuadro N. 22: Equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor	Total
Máquina registradora	1	300	300
Equipo de sonido	1	400	400
Televisor Lcd 42 pulgadas	1	1200	1200
Teléfono	2	30	60
Fax	1	90	90
DVD	1	80	80
Total			2.130

Fuente: Diego Galarza.

5.1.1.1.4.4 Muebles y enseres

En la siguiente tabla les detallamos los muebles y enseres que consideramos necesarios para el buen funcionamiento de todo el negocio.

Cuadro N. 23: Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor	Total
Archivadores	2	150	300
Escritorios	3	170	510
Extintor de incendios	2	40	80
Canceles	6	120	720
Basureros	8	6	48
Sillas	15	50	750
Botiquín	1	30	30
Total			2.438

Fuente: Diego Galarza.

5.1.1.2 Depreciación

La depreciación es la pérdida de valor o disminución del valor de propiedad de un activo fijo (construcciones, equipos, maquinarias, etc.) de la empresa o de cualquier otra organización, producido por el transcurso del tiempo, desgaste por uso, caída en desuso, insuficiencia técnica y obsolescencia, constituyéndose en un rubro de egresos que no genera un desembolso en efectivo del proyecto, ya que representa un registro contable de gasto.⁹³

5.1.1.2.1 Porcentajes de depreciación

Edificio: 5% y la vida útil es 20 años

Césped sintético: 10% y la vida útil 10 años

Maquinaria y equipo, Muebles y enseres, Equipos de oficina: 10% y vida útil 10 años

Equipo de computación: 3.33% y vida útil 3 años.

5.1.1.2.2 Forma de cálculo

Depreciación = Valor del activo fijo * % depreciación

Cuadro N. 24: Depreciaciones

Activo	Valor	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	valor libros
Terreno	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000,00
Edificio	58.400,00	2.920,00	2.920,00	2.920,00	2.920,00	2.920,00	43.800,00
Césped sintético	24.552,00	2.455,20	2.455,20	2.455,20	2.455,20	2.455,20	12.276,00
Muebles y Ens.	2.438,00	243,80	243,80	243,80	243,80	243,80	1.219,00
Equip. Oficina	2.130,00	213,00	213,00	213,00	213,00	213,00	1.065,00
Maq. Y equipo	3.157,00	315,70	315,70	315,70	315,70	315,70	1.578,50
Equipo comp.	2.070,00	689,93	689,93	689,93	0,00	0,00	0,21
Total	122.747,00	6.837,63	6.837,63	6.837,63	6.147,70	6.147,70	89.938,71

Fuente: Diego Galarza.

⁹³ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 315

5.1.1.3 Activos intangibles

*Son los activos inmateriales, cuyo valor no tiene relación con la forma física ni de cualquier otro tipo. Por su inmaterialidad no son objeto de depreciación, sino que obedecen al rubro contable de amortización de intangibles. La inversión en activos intangibles está constituida por la compra o adquisición de servicios o derechos que son indispensables para ejecutar el proyecto.*⁹⁴

Aquí los gastos que tendríamos fueran los de constitución pero según la N.I.C. 38 los Gastos de constitución, Gastos de actividades formativas, Gastos en publicidad y otras actividades promocionales, ya no son intangibles y pasa a ser parte del gasto del periodo.⁹⁵

5.1.1.4 Capital de trabajo

Denominado también capital de explotación. Contablemente el capital de trabajo es definido como el activo corriente menos el pasivo corriente, por tal razón es un concepto inherente al corto plazo.

*Sin embargo, como componente de la estructura de la inversión inicial del proyecto, el capital de trabajo se refiere a los gastos o capital adicional (diferente a la inversión en activos tangibles e intangibles) que requiere la empresa cuando inicia sus actividades o entra en funcionamiento. Es un conjunto de recursos reales y financieros que son necesarios para la puesta en marcha del negocio durante el ciclo productivo.*⁹⁶

⁹⁴ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 248

⁹⁵ www.normasinternacionalesdecontabilidad.es, Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), NIC N. 38, párrafo 69

⁹⁶ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 251

Cuadro N. 25: Capital de trabajo

Capital de trabajo	Valor anual
Gastos administrativos	26.808,00
Gastos operativos	27.102,02
Gastos comercialización	3.854,40
Total	57.764,42

Fuente: Diego Galarza.

Estos Gastos se detallan a continuación:

5.1.1.4.1 Gastos administrativos

Corresponden al pago de los salarios del personal administrativo más los suministros de oficina y Gastos de constitución.

Cuadro N. 26: Gastos administrativos

Gastos Administrativos		
Puesto	Sueldo	Origen en
	Anual	Anexo N.
Gerente	11.259,00	<i>Anexo 9</i>
Secretaria	5.761,80	<i>Anexo 9</i>
Cajera-contadora	6.547,20	<i>Anexo 9</i>
Total sueldo	23.568,00	
(+) Suministros de oficina	1.440,00	
(+) Gastos constitución	1.800,00	
Total gastos administra.	26.808,00	

Fuente: Diego Galarza.

* Los respectivos rol de pagos y cálculos se los puede observar en los anexos indicados en el cuadro.

5.1.1.4.2 Gastos operativos

Aquí corresponden los gastos de los sueldos del personal operativo, además de los gastos de servicios básicos, servicios de DirecTV, teléfono, los suministros de limpieza y los insumos.

Cuadro N. 27: Gastos operativos

Gastos Operativos		
Puesto	Sueldo	Origen en
	Anual	Anexo N.
Persona de limpieza	4.662,24	<i>Anexo 10</i>
Persona servicios varios	4.583,70	<i>Anexo 10</i>
Cuidador de parqueadero	4.458,04	<i>Anexo 10</i>
Persona de la seguridad	4.458,04	<i>Anexo 10</i>
Total sueldo	18.162,02	
Servicios básicos	2.400,00	
Suministros de limpieza	1.680,00	
Insumos	4.224,00	<i>Anexo 14</i>
DirecTV	396,00	
Teléfono	240,00	
Total gastos operativos	27.102,02	

Fuente: Diego Galarza

* Los respectivos rol de pagos y sus cálculos se los puede observar en los anexos indicados en el cuadro.

5.1.1.4.3 Gastos de comercialización

Estos gastos corresponden a los medios publicitarios por los cuales se va a dar a conocer el negocio.

Cuadro N. 28: Gastos de comercialización

Gastos de comercialización				
Medio			Valor	
	Cantidad	V. Unit	Mensual	Anual
Volantes	300	0,05	15,00	180,00
Cuña radial	10	20,16	201,6	2.419,2
Espacio en el periódico	4	22,4	89,6	1.075,2
Tarjetas de presentación	100	0,15	15	180
Total			321,20	3.854,40

Fuente: Diego Galarza.

5.2 Financiamiento

Una vez identificada y cuantificada la inversión total inicial del proyecto industrial, se debe determinar la forma o cómo se pretende financiar el requerimiento de capital. En otras palabras, se debe determinar si el financiamiento del proyecto industrial se llevará a cabo con recursos propios, recursos de terceros (endeudamiento) o una combinación de ambos. Si el proyecto es financiado con recursos de terceros es necesario la programación del servicio o pago de la deuda.⁹⁷

Los recursos económicos que se empleara para llevar a cabo el proyecto, procederán de dos fuentes principales que son, los recursos propios (70%) y la realización de un préstamo (30%). El préstamo será de la Corporación Financiera Nacional con los siguientes términos:

Monto

- Desde US. 50.000 a nivel nacional.
- Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total)
- Hasta el 70%; para proyectos nuevos.
- Hasta el 100%; para proyectos de ampliación.
- Hasta el 60%; para proyectos de construcción para la venta.

⁹⁷ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 251

Plazo

- Activo Fijo: hasta 10 años.
- Capital de Trabajo: hasta 3 años.

Período de gracia

- Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

Tasas de interés

- PYME (monto hasta USD 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,5%.⁹⁸

Dentro de los recursos propios, cada socio aportará con una suma de \$42.128,66, que nos da un total de \$126.385,99 que equivale aproximadamente al 70% de la inversión total, mientras que el 30%, que es \$54.165,43 será financiado mediante un préstamo por parte de la CFN, amortizado a 5 años, a una tasa de interés del 10.5%.

Cuadro N. 29: Préstamo

Préstamo		
	%	Valor
Recursos Propios	70	126.357,99
Crédito Bancario	30	54.153,43
Total	100	180.551,42

Fuente: Diego Galarza

5.2.1 Fórmula amortización de la deuda por cuota fija

$$CF = \frac{i}{1 - (1+i)^{-n}} * P$$

Donde:

CF: Cuota fija

i: tasa de interés

P: Valor del préstamo

n: plazo del préstamo⁹⁹

⁹⁸ www.cfn.fin.ec, Información de crédito, 2010

⁹⁹ Fórmula proporcionada por el Eco. Manuel Bedon en la asignatura de Presupuestos.

5.2.2 Amortización de la deuda del proyecto

Préstamo: \$ 54.165,43
 Tasa: 10,50% Anual
 Plazo: 5 Años

$$CF = \frac{i}{1-(1+i)^{-n}} * P$$

$$CF = \frac{10.50\%}{1-(1+10.50\%)^{-5}} * 54.153,43$$

$$CF = 14.468,47$$

Cuadro N. 30: Amortización de la deuda

Año	Valor inicial	Gasto interés	Amortización	Cuota fija	Saldo
2011	54.153,43				54.153,43
2012	54.153,43	5.686,11	8.782,36	14.468,47	45.371,07
2013	45.371,07	4.763,96	9.704,51	14.468,47	35.666,56
2014	35.666,56	3.744,99	10.723,48	14.468,47	24.943,08
2015	24.943,08	2.619,02	11.849,44	14.468,47	13.093,64
2016	13.093,64	1.374,83	13.093,64	14.468,47	0,00

Fuente: Diego Galarza.

5.3 Mercado potencial

Como lo hemos especificado en el capítulo II, nuestro alcance serán las personas de sexo masculino, comprendidos en edades de 10 a 54 años.

Sabemos que la parroquia El Quinche, según los datos obtenidos en las encuestas en la pregunta No. 4 nos reflejan que al 81% de la población de hombres de entre 10 a 54 años, de un total de 5512 hombres entre esta edad que habitan en El Quinche, que representan a 4465 si les gusta jugar fútbol, y con el porcentaje de aceptación de la pregunta No.7 se tiene que al 72% de los encuestados le interesa la creación de una cancha de fútbol de césped sintético, será la demanda actual, es decir 3215 personas.

5.3.1 Proyección de la demanda

Como ya lo vimos en el Capítulo II, la demanda proyectada para la cancha de césped sintético es:

**Proyección de la demanda de la
parroquia El Quinche en
número de personas
tasa de crecimiento 2.37% anual**

Año	N. Usuarios Anual
2011 (actual)	3215
2012	3291
2013	3369
2014	3449
2015	3531
2016	3614

Fuente: Diego Galarza

5.4 Presupuestos del proyecto

*Se le llama presupuesto al cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual. Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. El presupuesto es el instrumento de desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año.*¹⁰⁰

5.4.1 Ingresos

*Los ingresos del proyecto son cálculos anticipados de las entradas de efectivo por la venta de los productos y los subproductos o la prestación del servicio y por los rendimientos financieros generados por la colocación de los excedentes de recursos financieros, durante el horizonte de inversión del proyecto, Otra fuente de ingresos constituyen aquellos obtenidos por la liquidación de los activos fijos éstos son considerados como ingresos extraordinarios del proyecto y se registran en el flujo de caja de capital.*¹⁰¹

En el alquiler de cancha de césped sintético, para poder proyectar los ingresos de los siguientes años, los precios de los servicios serán proyectados de acuerdo a un promedio de inflación anual de los dos últimos dos años en el país, que sería 4.34%. (Ver Anexo 11).

5.4.1.1 Ingresos por alquiler de cancha

El alquiler de la cancha representa nuestro principal ingreso, que como especificamos en la proyección de la demanda este ingreso dependerá del aumento del número de usuarios por año.

¹⁰⁰ <http://es.wikipedia.org>, Presupuesto, 2011.

¹⁰¹ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 325.

En la proyección de la demanda definimos el número de personas que van a utilizar el servicio, teniendo en cuenta que el costo fijado para el primer año es de \$35 por hora, precio al que llegamos por las encuestas realizadas y además por los estudios realizados a la competencia, que en nuestro caso es de la cancha más cercana que es “El Portico”, la cual cobra \$35 la hora.

5.4.1.2 Ingresos por campeonatos

Con el fin de obtener mayor ventaja de la cancha sintética y de las instalaciones, se ha pensado organizar campeonatos, que representarían un aumento en los ingresos.

Se realizará 5 campeonatos por año, cada uno estará conformado por 8 equipos y proponemos un costo de \$200 por cada equipo para el primer años. Se destinará un mes para el desarrollo de cada campeonato, y los meses restantes, será el tiempo que requeriremos para la creación y promoción del mismo.

5.4.1.3 Ingresos por bar

Con la finalidad de darles una mejor atención a nuestros clientes, contaremos con el servicio de bar, espacio que alquilaremos a un tercero por un costo de \$200 mensual, valor que irá aumentando en proporción a la inflación en los años posteriores. Cabe señalar que este valor se determino investigando cuánto cuesta el alquiler de los bares de las canchas de las diferentes ligas aledañas al lugar.

5.4.1.4 Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingreso se lo hizo para los siguientes 5 años es decir desde el 2012 hasta el 2016.

Cuadro N. 31: Presupuesto de ingresos

Presupuesto de Ingresos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Usuarios	3.291	3.369	3.449	3.531	3.614
Precio (fijo)	35,00	36,52	38,10	39,76	41,48
(=) Ingresos alquiler cancha	115.185,00	123.032,51	131.420,44	140.384,21	149.939,43
(+) Ingreso servicio adicionales					
Campeonatos	8.000,00	8.347,20	8.709,47	9.087,46	9.481,86
Bar	1.800,00	1.878,12	1.959,63	2.044,68	2.133,42
(=) Ingreso servicio adicionales	9.800,00	10.225,32	10.669,10	11.132,14	11.615,27
(=) Total Ingresos	124.985,00	133.257,83	142.089,53	151.516,35	161.554,71

Fuente: Diego Galarza.

5.4.2 Gastos

El gasto es el valor de recursos requeridos para realizar actividades que apoyen la producción del bien o la prestación del servicio. El desembolso por la utilización de estos recursos deberá cargarse al estado de ganancias y pérdidas (resultados) del período en el cual fueron consumidos. Ejemplos: los salarios del personal administrativo, los útiles de oficina, entre otros.¹⁰²

Al igual que los ingresos los precios dependen de la inflación anual. (Ver Anexo 11)

5.4.2.1 Gastos operativos

Los gastos operativos son desembolsos monetarios relacionados directamente con la parte de la comercialización del servicio, en nuestro caso el alquiler de canchas de césped sintético.

Los gastos operativos del presente proyecto están relacionados con el pago de sueldos del personal, adquisición de insumos, suministros de limpieza, pago de servicios básicos, entre otros. (Ver cuadro N .27)

5.4.2.1.1 Gastos por alquiler de cancha

Los gastos por alquiler de cancha son aquellos que tienen relación únicamente con la naturaleza del servicio. Aquí además tenemos los servicios básicos, los balones, chalecos, las redes los gastos por el mantenimiento del césped sintético y sueldo del personal operativo.

5.4.2.1.2 Gastos por campeonatos

Para brindar nuestro servicio complementario de la realización de campeonatos incurriremos en gastos de arbitraje, trofeos, y medallas.

¹⁰² RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 299

- Arbitraje \$ 1.125 por cinco campeonatos
- Trofeos y medallas \$ 210 por cinco campeonatos
- Premio \$ 1.500 por cinco campeonatos

Nuestro gasto por arbitraje asciende a una suma de \$225 por campeonato. Al equipo ganador de cada campeonato se les dará un premio de 300, para incentivar su participación y obviamente las respectivas medallas y trofeos que tiene un costo de \$ 42.

5.4.2.2 Gastos administrativos

Los gastos administrativos como su nombre lo indica se refieren a todos los gastos relacionados con la administración del negocio, como sueldos del personal administrativo, suministros de oficina (hojas, plumas, clips, grapadora, perforadora, marcadores, cds.), (Ver cuadro N. 26), a todo esto se le suma gastos de constitución y la depreciación.

5.4.2.3 Gastos de ventas

Dentro de los gastos de ventas tenemos los gastos por publicidad como lo especificamos en la el cuadro concerniente a los gastos de comercialización. (Ver cuadro N. 28)

5.4.2.4 Gastos no operativos

Como ya lo mencionamos anteriormente para financiar nuestro proyecto realizaremos un préstamo, y el gasto en el que tenemos que incurrir por los intereses será nuestro gasto no operativo. (Ver cuadro N. 30)

5.4.2.5 Presupuesto de Egresos

Cuadro N. 32: Presupuesto de Egresos

Presupuesto de Egresos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos operativos					
Sueldos y salarios	18.162,02	20.039,24	20.908,95	21.816,39	22.763,23
Servicios básicos	2.400,00	2.504,16	2.612,84	2.726,24	2.844,56
Suministros de limpieza	1.680,00	1.752,91	1.828,99	1.908,37	1.991,19
Insumos	4.224,00	4.407,32	4.598,60	4.798,18	5.006,42
Mantenimiento Césped	0,00	600,00	626,04	653,21	681,56
Gastos Campeonatos	2.835,00	2.958,04	3.086,42	3.220,37	3.360,13
DirecTV	396,00	413,19	431,12	449,83	469,35
Teléfono	240,00	250,42	261,28	272,62	284,46
Total Gastos operativos	29.937,02	32.925,28	34.354,24	35.845,21	37.400,89
Gastos administrativos					
Sueldos y salarios	23.568,00	26.041,48	27.171,68	28.350,93	29.581,36
Suministros de oficina	1.440,00	1.502,50	1.567,70	1.635,74	1.706,73
Gastos de Constitución	1.800,00				
Gasto Interés	5.686,11	4.763,96	3.744,99	2.619,02	1.374,83
Depreciaciones	6.837,63	6.837,63	6.837,63	6.147,70	6.147,70
Total Gastos administ.	32.494,11	39.145,57	39.322,00	38.753,39	38.810,62
Gastos de comercializ.					
Publicidad	3.854,40	4.021,68	4.196,22	4.378,34	4.568,36
Total Gastos de comer.	3.854,40	4.021,68	4.196,22	4.378,34	4.568,36
Gasto Total	66.285,53	76.092,53	77.872,46	78.976,94	80.779,87

Fuente: Diego Galarza

* Las proyecciones de los sueldos y salarios del personal operativo se encuentra en el Anexo N. 10, del personal Administrativo en el Anexo N. 9.

5.5 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio expresado en unidades físicas es aquel nivel de ventas que permite cubrir todos los costos, sean éstos fijos o variables”.¹⁰³

- **Costos Fijos Totales (CFT):** Aquellos que no dependen directamente de la cantidad producida, de tal manera que sólo existen en el corto plazo.
- **Costos Variables Totales (CVT):** Dependen directamente de la cantidad producida aunque no necesariamente en la misma proporción, existiendo en el corto y largo plazo.¹⁰⁴

La formula de cálculo que se va a utilizar es la siguiente:

$$\text{P.E. \$: } \frac{\text{CF}}{1 - (\text{C.V} / \text{T.I.})}$$

Donde:

C.F.: Costos fijos

C.V.: Costo variables

T.I.: Total ingresos

Para el cálculo del punto de equilibrio primero vamos a diferenciar los costos variables de los fijos, y procederemos a calcular con la formula mencionada.

¹⁰³ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 417

¹⁰⁴ Idem, p 417 y 418

5.5.1 Punto de equilibrio del proyecto

Cuadro N. 33: Punto de equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos					
Sueldos					
<i>Gerente</i>	11.259,00	12.448,27	12.988,52	13.552,22	14.140,39
<i>Secretaria</i>	5.761,80	6.361,86	6.637,97	6.926,05	7.226,65
<i>Persona de limpieza</i>	4.662,24	5.144,58	5.367,86	5.600,82	5.843,90
<i>Cuidador de parq.</i>	4.458,04	4.918,51	5.131,98	5.354,71	5.587,10
<i>Persona de la seg.</i>	4.458,04	4.918,51	5.131,98	5.354,71	5.587,10
Servicios básicos	1.440,00	1.502,50	1.567,70	1.635,74	1.706,73
Suministros de limpieza	1.680,00	1.752,91	1.828,99	1.908,37	1.991,19
Suministros de oficina	1.440,00	1.502,50	1.567,70	1.635,74	1.706,73
Depreciación	6.837,63	6.837,63	6.837,63	6.147,70	6.147,70
Gastos interés	5.686,11	4.763,96	3.744,99	2.619,02	1.374,83
Teléfono	240,00	250,42	261,28	272,62	284,46
DirecTV	396,00	413,19	431,12	449,83	469,35
Publicidad	3.854,40	4.021,68	4.196,22	4.378,34	4.568,36
Mantenimiento césped		600,00	626,04	653,21	681,56
Gastos de constitución	1.800,00				
Total Fijos	53.973,26	55.436,52	56.319,98	56.489,09	57.316,05
Costos variables					
Sueldos					
<i>Cajera-contadora</i>	6.547,20	7.231,35	7.545,19	7.872,65	8.214,32
<i>Persona servicios vari.</i>	4.583,70	5.057,63	5.277,13	5.506,16	5.745,13
Insumos	4.224,00	4.407,32	4.598,60	4.798,18	5.006,42
Servicios básicos	960,00	1.001,66	1.045,14	1.090,50	1.137,82
Gastos campeonatos	2.835,00	2.958,04	3.086,42	3.220,37	3.360,13
Total Variables	19.149,90	20.656,01	21.552,48	22.487,85	23.463,83
Total	73.123,16	76.092,53	77.872,46	78.976,94	80.779,87

Ingresos	124.985,00	133.257,83	142.089,53	151.516,35	161.554,71
-----------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

P.E. \$ = C.F	63.739,23	65.605,96	66.390,21	66.334,34	67.054,95
1-(C.V. / T.I)					

Fuente: Diego Galarza.

Los resultados del punto de equilibrio nos dice que en el año1 necesitamos un ingreso de \$ 63739,23, en el año 1 ingresos de \$65.605,96 así sucesivamente, para que el proyecto cubra los costos variables y fijos, caso contrario se estará trabajando en pérdida.

5.6 Estados financieros

“Los estados financieros proporcionan información referente a la situación económica y financiera de una empresa”.¹⁰⁵

5.6.1 Balance general

“Es un documento contable que describe la situación de la empresa en un momento determinado. Es similar a una fotografía instantánea de la situación financiera de la empresa. Sus principales partidas son el activo, el pasivo y el patrimonio”.¹⁰⁶

El Rapidito Futbol Rápido 7 Balance General Inicial

Activo	
Corriente	
Bancos	57.764,42
Total Activo Corriente	57.764,42
Activo Fijo	
Terreno	30.000,00
Edificio	58.400,00
Césped sintético	24.552,00
Muebles y enseres	2.438,00
Equipo de oficina	2.130,00
Maquinaria y equipo	3.157,00
Equipo computación	2.070,00
Total Activo Fijo	122.747,00

¹⁰⁵ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 424

¹⁰⁶ Idem, p.425.

Total Activos	180.511,42
Pasivos	
Corriente	0
No corriente	
Préstamo	54.153,43
Total Pasivo	54.153,43
Patrimonio	
A. Socios	126.357,99
Total Patrimonio	126.357,99
Total Pasivos + Patrimonio	180.511,42

5.6.2 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Al Estado de Ganancias y Pérdidas también se le conoce como Estado de Rendimientos, Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos. Muestra los ingresos, gastos y beneficios (o pérdidas) de una determinada empresa en un período concreto. Nos permite conocer cuál ha sido la utilidad o pérdida obtenida por la empresa en el desarrollo de sus actividades.¹⁰⁷

¹⁰⁷ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 428

El Rapidito Futbol Rápido 7
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales	124.985,00	133.257,83	142.089,53	151.516,35	161.554,71
Gastos operacionales	29.937,02	32.925,28	34.354,24	35.845,21	37.400,89
Utilidad Bruta	95.047,98	100.332,55	107.735,30	115.671,14	124.153,82
Gastos Administrativos	26.808,00	34.381,60	35.577,01	36.134,37	37.435,79
Gastos de comercialización	3.854,40	4.021,68	4.196,22	4.378,34	4.568,36
Gastos Financieros	5.686,11	4.763,96	3.744,99	2.619,02	1.374,83
Utilidad Operativa	58.699,47	57.165,31	64.217,08	72.539,41	80.774,83
Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Gastos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultado antes de Participaciones y del Imp. R.	58.699,47	57.165,31	64.217,08	72.539,41	80.774,83
15% Participación de los trabajadores	8.804,92	8.574,80	9.632,56	10.880,91	12.116,23
23% Impuesto a la Renta	11.475,75	10.689,91	12.008,59	13.564,87	15.104,89
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio	38.418,80	37.900,60	42.575,92	48.093,63	53.553,71

* Nota según el Código de la Producción del Ecuador el Impuesto a la renta en el 2012 será del 23% y los siguientes años el 22%.

5.7 Flujo de caja

“Denominado también flujos de tesorería o flujos de efectivo. El flujo de caja de un proyecto constituye un estado de cuenta básico que resume las entradas de efectivo y salidas de efectivo a lo largo de la vida útil del proyecto, lo cual permite determinar el rendimiento de la inversión”.¹⁰⁸

Flujo de caja proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		124.985,00	133.257,83	142.089,53	151.516,35	161.554,71
(-)Costos		53.761,79	64.490,93	67.289,84	70.210,22	73.257,34
(-)Depreciación		6.837,63	6.837,63	6.837,63	6.147,70	6.147,70
(-)Amortización		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Gasto interés		5.686,11	4.763,96	3.744,99	2.619,02	1.374,83
(=) Utilidad ants de Imp.		58.699,47	57.165,31	64.217,08	72.539,41	80.774,83
(-) 15% Part. Trabajadores		8.804,92	8.574,80	9.632,56	10.880,91	12.116,23
(=) Util. Antes de Imp.		49.894,55	48.590,51	54.584,51	61.658,49	68.658,61
Ret,		11.475,75	10.689,91	12.008,59	13.564,87	15.104,89
(-) 23% Imp. Renta						
(=) Utilidad Neta		38.418,80	37.900,60	42.575,92	48.093,63	53.553,71
Otros Ingresos						0,00
Utlid. Vta A.F.						0,00
(-) 15% Part. Trabajadores						0,00
(-) 23% Imp. Renta						0,00
V.L. Activos vendidos						0,00
(+)Depreciación		6.837,63	6.837,63	6.837,63	6.147,70	6.147,70
(+)Amortización		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)Flujo de caja		45.256,43	44.738,23	49.413,55	54.241,33	59.701,41
Costo de Inversión	<180.511,42>					
(-)Activo Fijo	122.747,00					
(-)Capital de Trabajo	57.764,42					
(+)Recuperación KT						57.764,42
(+)Préstamo	54.153,43					
(-)Amortización	0,00	<8.782,36>	<9.704,51>	<10.723,48>	<11.849,44>	<13.093,64>
(=)Flujo neto del Inversionista	<126.357,99>	36.474,08	35.033,72	38.690,07	42.391,88	104.372,20

Fuente: Diego Galarza.

¹⁰⁸ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p.337

5.8 Evaluación del proyecto

La matemática financiera constituye una herramienta útil en la evaluación de proyectos y pone a disposición del proyectista diversos métodos o técnicas para orientar la aceptación de los proyectos. Estos se caracterizan por facilitar la toma de decisiones acerca de la conveniencia de llevar a cabo un negocio o actividad industrial. Los métodos de evaluación de proyectos se sustentan en el principio del valor del dinero en el tiempo y se caracterizan fundamentalmente porque permiten tomar mejores decisiones acerca del empleo de los recursos.

El dinero, por el transcurso del tiempo, debe ser remunerado con un rendimiento que el inversionista le exigirá por no hacer un uso de él hoy y postergar su consumo a un futuro; esto es lo que se conoce como el valor del dinero en el tiempo. El dinero tiene un valor en el tiempo fundamentalmente porque la inflación reduce el poder adquisitivo de las unidades monetarias futuras.¹⁰⁹

5.8.1 Vida útil del proyecto

Desde un inicio es muy importante definir la vida útil del proyecto. En ese sentido, el horizonte de evaluación del proyecto es el período comprendido desde que se decide llevar a cabo la idea de negocio -una vez concluida la fase de implementación o ejecución del proyecto- hasta que el negocio culmina su operación o funcionamiento (liquidación del negocio), debido a que sus propietarios ya no tienen interés o simplemente porque la empresa ya no genera flujos de efectivo positivos.¹¹⁰

La vida útil de este proyecto será lo el horizonte utilizado generalmente para la evaluación de un proyecto que es de 5 años.

¹⁰⁹ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 349

¹¹⁰ Idem, p. 350.

5.8.2 Tasa de descuento

*Se denomina tasa de descuento porque descuenta el valor del dinero del futuro (flujos de efectivo esperados) a su equivalente en el presente. Es la tasa utilizada para calcular o determinar el valor actual o valor presente de los flujos de efectivo esperados (flujos de caja neto); se utiliza para convertir valores futuros en valores presentes.*¹¹¹

$$Iop = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}} * Id (1 - t) (1 - p) + \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}} * i_{\text{patr}}$$

$$Iop = \frac{54.153,43}{180.511,42} * 0,105 (0,76) (0,85) + \frac{126.357,99}{180.511,42} * 0,18$$

$$Iop = 0,30 * 0,07 + 0,13$$

$$Iop = 0,020349 + 0,1260$$

$$Iop = \mathbf{14,63 \%}$$

Lo mínimo que debería recibir para que el proyecto sea atractivo es el 14.63%.

¹¹¹ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 357

5.8.3 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) representa la ganancia acumulada neta que generará el proyecto durante un período determinado (horizonte de evaluación). Este aporte o ganancia acumulada se expresa en unidades monetarias del momento cero. En otras palabras, el VAN indica la contribución neta del proyecto, en términos de valor presente.¹¹²

$$\text{VAN} = -\text{inversión} + \text{Flujo Futuro}_1 / (1 + \text{tasa desct.})^1 + \dots + \text{F.F}_N / (1 + \text{t.d.})^N$$

Valor Actual neto

Año	Flujo futuro	Valor presente (14,63%)
0	-126.357,99	-
1	36.474,08	31.818,96
2	35.033,72	26.661,81
3	38.690,07	25.686,48
4	42.391,88	24.552,15
5	104.372,20	52.734,32
	ΣVP	161.453,73

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= \Sigma \text{VP} - \text{Inversión} \\ \text{VAN} &= 161.453,73 - 126.357,99 \\ \text{VAN} &= \$ \quad \mathbf{35.095,74} \end{aligned}$$

Como el Valor Actual neto es mayor a cero “0”, se entiende que se debe aceptar el proyecto.

35.095,74 > 0 es aceptable el proyecto

¹¹² RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 353

5.8.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La Tasa Interna de Retorno, expresada como tasa porcentual, representa el rendimiento en términos de flujos de efectivo o retorno promedio anual que generará la inversión”.¹¹³

Valor Actual Neto con una tasa mayor

AÑO	Flujo futuro	Valor presente (24%)
0	-126.357,99	-
1	36.474,08	29.414,58
2	35.033,72	22.784,68
3	38.690,07	20.292,45
4	42.391,88	17.930,65
5	104.372,20	35.602,16
	∑VP	126.024,52

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= \sum \text{VP} - \text{Inversión} \\
 \text{VAN} &= 126.024,52 - 126.357,99 \\
 \text{VAN} &= \$ -333,48
 \end{aligned}$$

Calculo TIR

$$\frac{X}{T_i - T_s} = \frac{VPNT_i}{VPT_i - VPT_s}$$

Donde:

Ti: Tasa inferior

VPTs: Valor presente total superior

Ts: Tasa superior

VPNTi: Valor presente neto tasa inferior

VPTi: Valor presente total tasa inferior.

¹¹³ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 360

$$\frac{X}{T_i - T_s} = \frac{VPNT_i}{VPT_i - VPT_s}$$

$$\frac{X}{-0,0937} = \frac{35.095,74}{161.453,73 - 126.024,52}$$

$$X = 0,09281805$$

$$\mathbf{TIR} = X + T_i$$

$$\mathbf{TIR} = 0.09281 + 0.1463$$

$$\mathbf{TIR} = 0.23918$$

$$\mathbf{TIR} = \mathbf{23.92\%}$$

Como la Tasa Interna de Retorno (TIR), es mayor que el costo de oportunidad se acepta el proyecto.

$$TIR = 23.92\% > C.Oport. = 14.63\%$$

Se acepta el proyecto

5.8.5 Período de recuperación

El método del plazo o período de recuperación, denominado también paycash, payout, payback se utiliza para evaluar inversiones propuestas.

El plazo de recuperación es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión total inicial (desembolso inicial) y se calcula a partir de los flujos de efectivo esperados (entradas de efectivo menos salidas de efectivo). Según este método, las mejores inversiones son aquellas que tienen un plazo de recuperación más corto; acentúa el aspecto financiero de la inversión y está inspirado en una política de liquidez más que de rendimiento.¹¹⁴

Periodo de recuperación

Año	Flujo	VPN
0	-126.357,99	
1	36.474,08	31.818,96
2	35.033,72	26.661,81
3	38.690,07	25.686,48
4	42.391,88	24.552,15
5	104.372,20	52.734,32

$$Pr = 3 + \frac{16.160,12}{42.391,88}$$

$$Pr = 3 + 0.38$$

$$Pr = 3.38$$

Se recupera la inversión en 3 años y 4 meses.

¹¹⁴ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 351

5.8.6 Beneficio/Costo (B/C)

“Al ratio beneficio/costo también se le conoce como índice de rendimiento. Se obtiene dividiendo el valor actual de los flujos de efectivo esperado (entradas de efectivo menos salidas de efectivo) entre el costo total de la inversión inicial (salida de efectivo inicial)”.¹¹⁵

$$\begin{array}{rcl} \text{Beneficio/Costo} & = & \frac{\text{VA}}{\text{INVERSIÓN}} \\ \\ \text{Beneficio/Costo} & = & \frac{161.453,73}{126.357,99} \\ \\ \text{Beneficio/Costo} & = & \mathbf{1,277748454} \end{array}$$

Se acepta el proyecto debido a que el Beneficio / Costos es mayor a la unidad.

$$\begin{array}{l} \text{Beneficio / Costo} > 1 \\ 1,27 > 1 \end{array}$$

Esto nos dice que por cada dólar vendido se obtiene una ganancia de 0,27 ctvs., es decir se recupera la inversión y se obtiene un benéfico.

¹¹⁵ RODRIGUEZ, Vladimir y otros, Op. Cit., p. 376

CAPÍTULO VI

6.1 Conclusiones

- Con la investigación realizada se ha demostrado que existe una demanda insatisfecha que al ser cubierta satisface una necesidad de la población, además satisface las necesidades de inversión y utilidad del proyecto. Ya que existe una población de 3.291 en el primer año que está interesada en este servicio y dicho interés irá creciendo cada año.
- Además mediante la investigación se obtuvo como resultados que el proyecto tendría una acogida según el Estudio de Mercado del 72% de los potenciales clientes que son los hombres de 10 a 54 años pertenecientes a la parroquia El Quinche, ya que en esta parroquia no existe una empresa que preste un servicio como el que nosotros ofreceremos.
- Para la comercialización del servicio se utilizarán medios de comunicación como radio, hojas volantes. Dichos medios fueron los que reflejaron mayor interés en los encuestados. Además, se hará publicidad callejera durante los fines de semana del primer mes de funcionamiento de la empresa ya que la mejor forma de enterarse de algo es mediante los amigos. También nos ayudaremos las estrategias mercadológicas propuestas, para tener mejor acogida
- La empresa enfrentará un mercado monopolístico debido a que en la parroquia no existe competidores y que la competencia más cercana está ubicada en el cantón Cayambe, y en la ciudad de Quito, lo cual nos da una gran oportunidad de negocio y disminuye el riesgo de rechazo.
- La ubicación óptima del proyecto se encuentra en la parroquia El Quinche, en el barrio La Esperanza, debido a las características y ventajas climatológicas que presenta la zona, además cuenta con todos los servicios básicos, vías de

acceso, transporte, y de la disponibilidad del terreno para emprender con este proyecto, ya que es de uno de los socios del proyecto .

- Para la realización de este proyecto tenemos todos los factores a nuestro favor pues existe un mercado dispuesto a adquirir el servicio, tenemos disponibilidad de mano de obra, disponibilidad de fuentes de financiamiento, disponibilidad de insumos y sobre todo disponibilidad de tecnología para la instalación del césped sintético ya que en los últimos años han aumentado los proveedores de dicho césped y ha mejorado la calidad del césped y el mantenimiento debido al incremento de canchas de césped sintético que se ha visto en el país.
- Para efectos legales y de funcionamiento, se creará la empresa bajo la figura de empresa de responsabilidad limitada, pues permitirá mejor control de la misma y de sus participaciones, que tendrán 3 socios y que contará con 7 empleados.
- El tener la misión, visión, valores y objetivos de la empresa claros y concisos ayudara a que los clientes internos de la organización la conozcan y se comprometan más con ella, la sientan como su hogar y trabajan para el bienestar de esta.
- La inversión inicial requerida para la puesta en marcha de este proyecto es de \$180.511,42, de los cuales el 70% está financiado con recursos propios y el restante 30% con crédito bancario a cinco años plazo a un interés del 10.5% anual. El crédito bancario está destinado para cubrir los gastos de construcciones y de capital de trabajo necesario durante el primer año de funcionamiento de la empresa.
- El punto de equilibrio de la empresa; es decir, donde no se genera ni utilidad ni pérdida para el negocio, se logra vendiendo \$63.739,23, que representa el 51 % de los ingresos totales, por lo que el restante 49% le servirá a la empresa para generar utilidad.

- Desde el punto de vista financiero el resultado es positivo, ya que la inversión se recupera al 3er año generando un VAN de \$35.095,74, la misma que generará un TIR del 23,92%, que es mayor a la tasa mínima que estaría dispuesto a percibir si invirtiera en el sistema bancario nacional, mientras que la relación beneficio/costo sería de 1,27.
- En general se concluye que en base a los análisis realizados en los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, el proyecto es rentable y es aconsejable que se lleve a cabo, debido a la aceptable rentabilidad y a su buena relación costo – beneficio que presenta.

6.2 Recomendaciones

- ✓ Invertir los recursos necesarios para la puesta en marcha de la propuesta analizada en el presente documento al haberse demostrado su viabilidad técnica, económica y financiera.
- ✓ Promocionar la propuesta para motivar a los practicantes de este deporte a que consideren a la empresa del presente proyecto como una alternativa para practicar este sano deporte en época de lluvia y durante las noches y como un medio de alejarlos de los vicios y el sedentarismo que causan problemas a la salud .
- ✓ Concienciar a la comunidad por medio de las autoridades pertinentes, mediante campañas de comunicación, de que realizar deportes en las calles puede ocasionar graves accidentes como el atropellamiento de vehículos a personas.
- ✓ Se debe fijar una estructura organizacional simple que permita agilizar y mejorar su gestión, ajustándose a la realidad del país
- ✓ Para este tipo de negocios es importante la calidad del césped sintético, por lo que hay que buscar asesoramiento técnico al momento de elegir el tipo de césped artificial ya que en el mercado ecuatoriano existen muchos proveedores que pueden proporcionar este producto y buscar el precio más conveniente para la organización
- ✓ En el negocio de alquiler de la cancha de fútbol de césped sintético, es muy importante tener en cuenta que la calidad en el servicio al cliente es la clave del éxito, porque se convierte en la mejor estrategia de publicidad, ya que un cliente satisfecho recomienda el escenario deportivo a familiares, amigos y conocidos creando un efecto multiplicador de difusión.

- ✓ Al tener que incurrir en una inversión alta, es importante manejar de forma adecuada y basado en los respectivos presupuestos los destinos del dinero, de manera que no se tenga que generar gastos innecesarios que afecten directamente sobre el rendimiento del proyecto.

6.3 Bibliografía

Libros / Revistas / Manuales / Otros

Publicación Informativa sobre la actualidad del sector del Césped Sintético; UEFA (Unión de Asociaciones de Fútbol Europeas), 2008.

SALAZAR Medina Richard, *El santuario de la virgen del Quinche*, Peregrinación en un espacio sagrado milenario, 1era edición, Ecuador, 1970.

BACA Urbina Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, 4ta Edición, McGraw-Hill, Interamericana Editores, S.A., México, 2001.

FISHER Laura y ESPEJO Jorge, *Mercadotecnia*, 3era Edición, Mc Graw Hill – Interamericana.

KOTLER, Philip, *Dirección de Mercadotecnia*, 8va Edición, Editorial Prentice Hall, 2001.

ROMERO, Palmir, *Marketing*, , Editora E.I.R.L, 1era Edición, 2001.

KOTLER, Philip y Otros, *El Marketing de Servicios Profesionales*, 1era Edición, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004.

HERNÁNDEZ, Abraham, *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*, 5ta edición, Thompson Learning Editores, 2005.

SAPAG CHAIN Nassir y SAPAG CHAIN Reinaldo, *Preparación Y Evaluación De Proyectos*, Editorial McGraw-Hill interamericana, 2da edición, México, 1991.

MÉNDEZ A. Carlos E., *Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*, 3ra Edición.

RODRIGUEZ, y Otros, *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Editorial Limusa, México, 2008, 1era Edición.

RODRÍGUEZ, Nelson, *Teoría y Práctica de la Investigación Científica*, Editorial Litec, 1982.

SAPAG CHAIN, Nassir & Reinaldo, *Preparación y evaluación de proyectos*, Mac Graw Hill, 5ta Edición, México, 2008.

MIRANDA, Juan, *Gestión de Proyectos*, MM Editores, 5ta Edición, Colombia, 2005.

PORTER, Michael, *Ser Competitivo*, Ediciones Deusto, España, 2009.

CASTELLS, Manuel, *La era de la información, Economía, Sociedad y Cultura.*, La sociedad red, (1996) Volumen I, México DF, Siglo XXI.

HERNADEZ, Abraham, *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*, 4ta edición.

CÓRDOBA, Marcial, *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Ecoe Ediciones, 2006.

FISCHER y DORNBUSCH y SCHMALENSEE, *Economía*, 2da edición, McGraw-Hill, 1985.

MINTZBERG, Henry & QUINN, James & VOYER, John, *El Proceso Estratégico: Conceptos, contextos y casos*, Prentice Hall Hispanoamericana S.A., 1era edición, México, 1997.

MINTZBERG, Henry, *Diseño de Organizaciones Eficientes*, “El Ateneo” Editorial, 2da Edición, Argentina, 1991.

CHIAVENATO, Adalberto, *Administración de Recursos Humanos*, McGraw Hill Interamericana S.A., 5ta Edición, Colombia, 2001.

GOODSTAIN, Leonard y Otros, *Planeación Estratégica Aplicada*, McGRAW-Hill Interamericana S.A., 1era Edición, Colombia 1998.

REINOSO, Víctor, *El proceso administrativo y su aplicación en las empresas*, 6ta edición.

GAITHER Norman y GREZ Frazier. *Administración de producción y operaciones*, Thompson Editores, México. 2000.

BEDON, Manuel, *Presupuestos*, Clases de la Universidad Politécnica Salesiana, 7mo semestre.

Direcciones de Internet

[http:// www.forbex.com](http://www.forbex.com)

<http://es.fifa.com>

<http://luchofutbol.tripod.com>

<http://civwiki.wetpaint.com>

<http://es.wikipedia.org>

<http://www.joyasdequito.com>

<http://www.blog-emprendedor.info>

<http://www.promonegocios.net>

<http://www.inec.gov.ec>

<http://sitios.ingenieria-usac.edu.gt>

<http://www.monografias.com>

<http://www.buenastareas.com>

<http://www.hoy.com.ec>

<http://www.herramientasparapymes.com>

www.dspace.espol.edu.ec

<http://www.mailxmail.com>

<http://www.montsepenarroja.com>

<http://www.deguate.com>

<http://www.futbolcityecuador.com>

<http://www.supercias.gob.ec>

<http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es>

<http://www.cfn.fin.ec>

<http://www.tramitesciudadanos.gob.ec>

<http://www.bce.fin.ec>

Anexos

Anexo N.1

Población de la parroquia El Quinche

CEPAL/CELADE Redatam+SP 11/11/2011

Base de datos

C:\BasesCPV\CPV2010

Área Geográfica

C:\BasesCPV\PARR EL QUINCHE.sel

Crosstab

de PERSONA.GEDAD (GRUPOS DE EDAD)

por PERSONA.SEXO (SEXO)

AREA # 170160 EL QUINCHE

Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	144	134	278
De 1 a 4 años	751	703	1454
De 5 a 9 años	851	795	1646
De 10 a 14 años	882	852	1734
De 15 a 19 años	831	823	1654
De 20 a 24 años	836	811	1647
De 25 a 29 años	757	780	1537
De 30 a 34 años	627	654	1281
De 35 a 39 años	559	604	1163
De 40 a 44 años	425	401	826
De 45 a 49 años	337	332	669
De 50 a 54 años	258	257	515
De 55 a 59 años	182	215	397
De 60 a 64 años	154	191	345
De 65 a 69 años	150	155	305
De 70 a 74 años	112	114	226
De 75 a 79 años	71	87	158
De 80 a 84 años	47	70	117
De 85 a 89 años	29	48	77
De 90 a 94 años	8	14	22
De 95 a 99 años	4	1	5
Total	8015	8041	16056

Fuente: www.inec.gov.ec

Anexo N. 2

Encuestas Piloto

(Nota: están distribuidas en las 3 tesis)

Anexo N. 3

Encuestas del Proyecto

(Nota: están distribuidas en las 3 tesis)

Anexo N.4

Tasa de crecimiento poblacional de El Quinche



www.ecuadorencifras.com

CPV 2001

170160 EL QUINCHE

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	6.473	50, %	50, %
Mujer	6.397	50, %	100, %
Total	12.870	100, %	100, %

CPV 2010

170160 EL QUINCHE

Sexo	Casos	%	Acumulado %
1. Hombre	8.015	49,92 %	49,92 %
2. Mujer	8.041	50,08 %	100,00 %
Total	16.056	100,00 %	100,00 %

TASA DE CRECIMIENTO 2001 – 2010

Sexo	T.C.
1. Hombre	2,37%
2. Mujer	2,54%
Total	2,46%

Fuente: www.inec.gov.ec

Anexo N. 5

Tasa de crecimiento Poblacional del cantón Cayambe



www.ecuadorencifras.com

CPV 2001

170250 CAYAMBE

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	19.945	49, %	49, %
Mujer	20.540	51, %	100, %
Total	40.485	100, %	100, %

CPV 2010

170250 CAYAMBE

Sexo	Casos	%	Acumulado %
1. Hombre	24.989	49,16 %	49,16 %
2. Mujer	25.840	50,84 %	100,00 %
Total	50.829	100,00 %	100,00 %

TASA DE CRECIMIENTO 2001 - 2010

Sexo	T.C.
1. Hombre	2,51%
2. Mujer	2,55%
Total	2,53%

Fuente: www.inec.gov.ec

Anexo N. 6

Trámites para la patente municipal

Descripción:

Esta licencia se utiliza para:

a. Para realizar actividades con bajo riesgo de incendios:

Establecimientos de servicio y comercialización que no almacenen materiales combustibles, ni lleven a cabo procesos complejos.

b. Para establecimientos de mediano y alto riesgo de incendio:

Establecimientos dedicados a la fabricación, o algunos comercios que almacenen combustibles, y lleven a cabo procesos de transformación mediana o altamente complejos.

c. Para establecimientos que requieren control ...ver más

Requisitos:

GENERALES:

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia de RUC
- Copia de Cédula de Identidad o Ciudadanía del Representante Legal
- Copia de papeleta de votación del representante legal
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo

* Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos (cuando aplique).

ESPECIFICOS:

- Requisitos adicionales de acuerdo al tipo de empresario

Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)

Artesanos: Calificación Artesanal

- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar Publicidad Exterior.

- * Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio).

- * En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.

- * Dimensiones y Fotografía de la Fachada del Local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE).

- * Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la Publicidad (PUBLICIDAD NUEVA).

- Requisitos adicionales para los establecimientos que requieren de un certificado ambiental

- * Certificado Ambiental Vigente.

Donde:

Ver oficinas donde se realiza el trámite

Costo:

En ventanilla.

Formularios:

Ordenanza 283 que Regula el Funcionamiento de la Licencia de Funcionamiento.

Anexo N. 7

Escritura del terreno propiedad del socio del proyecto

Anexo N. 8
Cotización del césped sintético

Anexo N. 9
Sueldo personal administrativo

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aport. patr. 12,35%	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondos Reserva	Fondo liq, 1,25%	Total Anual
Gerente	700,00	8.400,00	1.020,60	700,00	264,00	0,00	875,00	11.259,60
Cajera - Contadora	400,00	4.800,00	583,20	400,00	264,00	0,00	500,00	6.547,20
Secretaria	350,00	4.200,00	510,30	350,00	264,00	0,00	437,50	5.761,80

Fuente: Diego Galarza

Proyección de sueldos del personal administrativo

Gerente:

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo mensual	700,00	730,38	762,08	795,15	829,66

Gerente	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo	8.400,00	8.764,56	9.144,94	9.541,83	9.955,95
10m Tercero	700,00	730,38	762,08	795,15	829,66
10m Cuarto	264,00	275,46	287,41	299,89	312,90
F. reserva	0,00	700,00	730,38	762,08	795,15
A. patr. 12,15	1.020,60	1.064,89	1.111,11	1.159,33	1.209,65
F. liquid. 1,25	875,00	912,98	952,60	993,94	1.037,08
Total	11.259,60	12.448,27	12.988,52	13.552,22	14.140,39

Fuente: Diego Galarza

Cajera – Contadora:

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo Mensual	400	417,36	435,47	454,37	474,09

Cajera - Contad.	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo	4.800,00	5.008,32	5.225,68	5.452,48	5.689,11
10m Tercero	400,00	417,36	435,47	454,37	474,09
10m Cuarto	264,00	275,46	287,41	299,89	312,90
F. reserva	0,00	400,00	417,36	435,47	454,37
A. patr. 12,15	583,20	608,51	634,92	662,48	691,23
F. liquid. 1,25	500,00	521,70	544,34	567,97	592,62
Total	6.547,20	7.231,35	7.545,19	7.872,65	8.214,32

Fuente: Diego Galarza

Secretaria:

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo mensual	350,00	365,19	381,04	397,58	414,83

Secretaria	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo	4.200,00	4.382,28	4.572,47	4.770,92	4.977,97
10m Tercero	350,00	365,19	381,04	397,58	414,83
10m Cuarto	264,00	275,46	287,41	299,89	312,90
F. reserva	0,00	350,00	365,19	381,04	397,58
A. patr. 12,15	510,30	532,45	555,56	579,67	604,82
F. liquid. 1,25	437,50	456,49	476,30	496,97	518,54
Total	5.761,80	6.361,86	6.637,97	6.926,05	7.226,65

Fuente: Diego Galarza

Total sueldos personal administrativo

Total Sueldos	2012	2013	2014	2015	2016
Administrativos	23.568,60	26.041,48	27.171,68	28.350,93	29.581,36

Fuente: Diego Galarza

Anexo N. 10
Sueldo personal operativo

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aport. patr. 12,35%	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondos Reserva	Fondo liq, 1,25%	Total Anual
Persona Limpieza	280,00	3.360,00	408,24	280,00	264,00	0,00	350,00	4.662,24
Servicios Varios	275,00	3.300,00	400,95	275,00	264,00	0,00	343,75	4.583,70
Cuidador Parq.	264,00	3.168,00	384,91	264,00	264,00	0,00	330,00	4.410,91
Seguridad Estab.	264,00	3.168,00	384,91	264,00	264,00	0,00	330,00	4.410,91

Fuente: Diego Galarza

Proyección de los sueldos del personal operativo

Persona de limpieza:

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo mensual	280,00	292,15	304,83	318,06	331,86

Persona Limp.	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo	3.360,00	3.505,82	3.657,98	3.816,73	3.982,38
10m Tercero	280,00	292,15	304,83	318,06	331,86
10m Cuarto	264,00	275,46	287,41	299,89	312,90
F. reserva	0,00	280,00	292,15	304,83	318,06
A. patr. 12,15	408,24	425,96	444,44	463,73	483,86
F. liquid. 1,25	350,00	365,19	381,04	397,58	414,83
Total	4.662,24	5.144,58	5.367,86	5.600,82	5.843,90

Fuente: Diego Galarza

Persona de servicios varios:

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo mensual	275,00	286,94	299,39	312,38	325,94

Servicios varios	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo	3.300,00	3.443,22	3.592,66	3.748,58	3.911,27
10m Tercero	275,00	286,94	299,39	312,38	325,94
10m Cuarto	264,00	275,46	287,41	299,89	312,90
F. reserva	0,00	275,00	286,94	299,39	312,38
A. patr. 12,15	400,95	418,35	436,51	455,45	475,22
F. liquid. 1,25	343,75	358,67	374,23	390,48	407,42
Total	4.583,70	5.057,63	5.277,13	5.506,16	5.745,13

Fuente: Diego Galarza

Cuidador del parqueadero

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo mensual	267,00	278,59	290,68	303,29	316,46

Cuidador Parq.	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo	3.204,00	3.343,05	3.488,14	3.639,53	3.797,48
10m Tercero	267,00	278,59	290,68	303,29	316,46
10m Cuarto	264,00	275,46	287,41	299,89	312,90
F. reserva	0,00	267,00	278,59	290,68	303,29
A. patr. 12,15	389,29	406,18	423,81	442,20	461,39
F. liquid. 1,25	333,75	348,23	363,35	379,12	395,57
Total	4.458,04	4.918,51	5.131,98	5.354,71	5.587,10

Fuente: Diego Galarza.

Cuidador de las instalaciones

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo mensual	267,00	278,59	290,68	303,29	316,46

Cuidador local	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo	3.204,00	3.343,05	3.488,14	3.639,53	3.797,48
10m Tercero	267,00	278,59	290,68	303,29	316,46
10m Cuarto	264,00	275,46	287,41	299,89	312,90
F. reserva	0,00	267,00	278,59	290,68	303,29
A. patr. 12,15	389,29	406,18	423,81	442,20	461,39
F. liquid. 1,25	333,75	348,23	363,35	379,12	395,57
Total	4.458,04	4.918,51	5.131,98	5.354,71	5.587,10

Fuente: Diego Galarza

Total sueldos personal Operativo

Total Sueldos	2012	2013	2014	2015	2016
Operativos	18.162,01	20.039,24	20.908,95	21.816,39	22.763,23

Fuente: Diego Galarza

Anexo N. 11

Inflación anual promedio



FECHA	VALOR
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %
Febrero-28-2011	3.39 %
Enero-31-2011	3.17 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	3.39 %
Octubre-31-2010	3.46 %
Septiembre-30-2010	3.44 %
Agosto-31-2010	3.82 %
Julio-31-2010	3.40 %
Junio-30-2010	3.30 %
Mayo-31-2010	3.24 %
Abril-30-2010	3.21 %
Marzo-31-2010	3.35 %
Febrero-28-2010	4.31 %
Enero-31-2010	4.44 %
Diciembre-31-2009	4.31 %
Noviembre-30-2009	4.02 %

Fuente: www.bce.fin.ec

Calculo del promedio de la inflación:

Inflación de los últimos dos años

Inflación máx. 5.50 %

Inflación min. 3.17%

Total: 8.67 % / 2

Promedio de Inflación: 4.34%

Anexo N.14
Cuadro de insumos

Descripción	Cantidad	Valor	Total	Valor anual
Redes	4	33,00	132,00	1.584,00
Balones	4	35,00	140,00	1.680,00
Chalecos	20	4,00	80,00	960,00
Total		72,00	352,00	4.224,00

Fuente: Diego Galarza

* Estos valores se tomaron de la cotización de Mega sport la cual se encuentra en el siguiente Anexo (Anexo 15).

