



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA”

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TÍTULO: Estudio de factibilidad para la creación de un centro deportivo en la Mitad del Mundo ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito.

AUTOR:

Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

TUTOR: Dr. Jorge Alberto Andrade Villacrés

Pichincha - Quito, junio 2020

Constancia de aprobación del tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto:

Estudio de factibilidad para la creación de un centro deportivo en la Mitad del Mundo ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito, presentado por el Sr. Dennis Guillermo Rojas Chisaguano con CC 1726282807 para optar por el Título de Tecnología en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Pichincha - Quito a los.... días del mes de del

Dr. Jorge Alberto Andrade Villacrés

C.C.:1705586327

Declaratoria de responsabilidad

El presente proyecto de Investigación titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DEPORTIVO EN LA MITAD DEL MUNDO UBICADO EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA, DEL CANTÓN QUITO, se ha regido a los lineamientos específicos de una Investigación, para la obtención de una información válida y verdadera.

Declaro que soy el Autor de este proyecto de investigación; por lo cual, soy responsable del contenido, argumentos, que contiene el presente trabajo. Autorizo al ITSHCPP para la utilización de los mismos con fines educativos.

C.C.: -----

Agradecimiento

A lo largo del camino encontramos personas especiales que nos impulsan a conquistar metas personales es por ello que mencionar a mis padres como un pilar esencial en el desarrollo de este trabajo de investigación es motivo de fervorosa complacencia y regocijo único.

A mis maestros como una fuente de sabiduría que han sabido guiarme a lo largo del camino y a todas aquellas personas que de una u otra forma han influido positivamente en mi desarrollo profesional y crecimiento personal, mi más sincero agradecimiento.

Sr. -----

Dedicatoria

Dedico este trabajo aquellos seres especiales que me han brindado su amistad y apoyo incondicional a lo largo de esta trayectoria.

A mis padres como un ejemplo de trabajo arduo y constante quienes han sabido superar los obstáculos y convertirlos en oportunidades. A ellos, con amor.

Sr. -----

Resumen

El presente proyecto se centra en establecer las bases para poder crear un centro deportivo en el sector UNASUR de la mitad del mundo correspondiente a la parroquia San Antonio de Pichincha, en él se plantea preguntas las cuales son respondidas en el trayecto de la investigación.

La metodología de investigación usada en este proyecto es la investigación teórica y de campo, pues a través de ellas se obtiene datos que sirven para realizar proyecciones y análisis las cuales posteriormente servirán para tomar decisiones, se toma en cuenta información del estado Ecuatoriano y sus diferentes organismos para obtener datos reales los cuales reflejen la viabilidad del proyecto.

El capítulo I: Abarca todo lo referente al marco teórico en cual se evidencia toda la información obtenida de fuentes fidedignas las cuales respaldan la investigación del proyecto.

El capítulo II: Se centra en el estudio de mercado y se obtiene información de los establecimientos que brindan un servicio de características similares a las del futuro centro deportivo el cual llevara por nombre FENIX CENTER.

El capítulo III: Hace referencia a todos los estudios técnicos, administrativos y ambientales los cuales son necesarios para el buen funcionamiento y el nivel de aceptación del mercado meta.

El capítulo IV: Contiene el estudio financiero en el cual se utilizan formulas tanto financieras como matemáticas con el fin de determinar la viabilidad del proyecto y el periodo de recuperación de la inversión inicial que se necesarias para comenzar sus actividades.

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I:

1	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1.	MARCO TEÓRICO:	1
1.1.1	Estudio de factibilidad:.....	1
1.1.2	Creación de la microempresa:	3
1.1.3	Centro deportivo:.....	6
1.1.4	Parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito.”	7
1.2.	MARCO CONCEPTUAL:	8

CAPITULO II:

2	ESTUDIO DE MERCADO.....	11
2.1.	METODOLOGÍA UTILIZADA:	11
2.1.1	Metodología de la investigación de campo:	11
2.1.2	Diseño de la investigación:.....	11
2.2.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN:.....	19
2.3.	DEFINICIÓN DEL SERVICIO:	32
2.3.1	Marca del servicio	32
2.3.2	Presentación del servicio	32
2.3.3	Logotipo de identificación del servicio	32
2.3.4	Slogan.....	33
2.4.	ANÁLISIS Y DEMANDA:	33
2.5.	ANÁLISIS DE LA OFERTA:	39

2.6. ANÁLISIS DEL PRECIO:	41
2.7. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN:.....	43

CAPITULO III:

3 ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y AMBIENTAL.....	45
3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	45
3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO	48
3.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN O SERVICIO	48
3.4. CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO	64
3.5. FILOSOFÍA EMPRESARIAL	66
3.6. ESTRATEGIA	67
3.7. ANÁLISIS DE VIABILIDAD AMBIENTAL	69

CAPITULO IV:

4 ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	70
4.1. INVERSIÓN – CAPITAL DE TRABAJO	70
4.2. FINANCIAMIENTO	76
4.3. PROYECCIÓN DE COSTOS, GASTOS E INVERSIÓN	81
4.3.1 Estudios financieros proyectados	85
4.4. EVALUACIÓN FINANCIERA (VAN, TIMAR, TIR, PRI, PUNTO DE EQUILIBRIO)	85
5. CONCLUSIONES	95
6. RECOMENDACIONES	96
BIBLIOGRAFÍA.....	97
ANEXOS.....	98

LISTA DE CUADROS

CUADRO NO. 1. PREGUNTAS PILOTO.	14
CUADRO NO. 2. GENERO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS.....	20
CUADRO NO. 3. RANGO DE EDAD.	21
CUADRO NO. 4. ¿A USTED, LE GUSTARÍA REALIZAR ACTIVIDADES DEPORTIVAS?.....	22
CUADRO NO. 5. ¿CONOCE ALGÚN CENTRO DEPORTIVO CERCANO?	23
CUADRO NO. 6. ¿SE ENCUENTRA INSCRITO EN ALGÚN CENTRO DEPORTIVO?	24
CUADRO NO. 7. ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL RAZÓN POR LA CUAL HA ASISTIDO, ASISTE O ASISTIRÍA A UN CENTRO DEPORTIVO?.....	25
CUADRO NO. 8. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE UN CENTRO DEPORTIVO SON IMPORTANTES PARA USTED?	26
CUADRO NO. 9. ¿CONOCE LA DIFERENCIA ENTRE UN CENTRO DEPORTIVO Y UN GIMNASIO?	27
CUADRO NO. 10. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR EN UN CENTRO DEPORTIVO MENSUALMENTE?	28
CUADRO NO. 11. ¿QUÉ TIEMPO SUELE PASAR EN UN CENTRO DEPORTIVO O GIMNASIO?	29

CUADRO NO. 12. ¿LE GUSTARÍA TENER ENTRENADORES ESPECIALIZADOS EN DIFERENTES?.....	30
CUADRO NO. 13. ¿LE GUSTARÍA QUE FUNCIONE O EXISTA UN CENTRO DEPORTIVO EN EL SECTOR "UNASUR" DE LA MITAD DEL MUNDO?	31
CUADRO NO. 14. PERSONAS QUE ASISTEN ACTUALMENTE A UN GIMNASIO.	
36	
CUADRO NO. 15. NÚMERO DE PERSONAS CON INGRESOS SUPERIORES A \$400 MENSUALES.....	36
CUADRO NO. 16. NÚMERO DE PERSONAS QUE LES GUSTARÍA QUE EXISTA UN CENTRO DEPORTIVO EN EL SECTOR UNASUR DE LA MITAD DEL MUNDO.....	37
CUADRO NO. 17. DEMANDA ACTUAL A PARTIR DEL ÚLTIMO CENSO REALIZADO POR EL INEC.....	38
CUADRO NO. 18. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.	38
CUADRO NO. 19. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LA OFERTA.	39
CUADRO NO. 20. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.	40
CUADRO NO. 21. DEMANDA INSATISFECHA.	40
CUADRO NO. 22. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA	42
CUADRO NO. 23. PRECIO FINAL	42
CUADRO NO. 24. CRÉDITO BANCARIO.....	48
CUADRO NO. 25. CRONOGRAMA 1.	49

CUADRO NO. 26. CRONOGRAMA 2.	51
CUADRO NO. 27. PROCESO DE SERVICIOS.	52
CUADRO NO. 28. TALENTO HUMANO.....	52
CUADRO NO. 29. APORTES AL IESS:.....	53
CUADRO NO. 30. VALOR TOTAL DEL TALENTO HUMANO PARA EL CENTRO DEPORTIVO.	53
CUADRO NO. 31. INSUMOS DE LIMPIEZA.	54
CUADRO NO. 32. SUMINISTROS DE OFICINA.....	54
CUADRO NO. 33.REPUESTOS Y ACCESORIOS.....	55
CUADRO NO. 34. SERVICIOS BÁSICOS.....	55
CUADRO NO. 35. ARRIENDOS.	56
CUADRO NO. 36. ACTIVOS DIFERIDOS.....	56
CUADRO NO. 37. PUBLICIDAD.....	57
CUADRO NO. 38. MAQUINARIA.....	57
CUADRO NO. 38. MUEBLES Y ENCERES.....	61
CUADRO NO. 39. GASTOS OPERACIONALES.....	62
CUADRO NO. 40. MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	71
CUADRO NO. 41. MUEBLES Y ENCERES.....	72
CUADRO NO. 42. TOTAL DE INVERSIÓN FIJA.....	72
CUADRO NO. 43. TOTAL DE INVERSIÓN FIJA.....	73

CUADRO NO. 44. TOTAL DE INVERSIÓN FIJA.	74
CUADRO NO. 46. CAPITAL DE TRABAJO.....	74
CUADRO NO. 47. INVERSIÓN INICIAL.....	75
CUADRO NO. 48. TABLA DE AMORTIZACIÓN 1.....	77
CUADRO NO. 49. TABLA DE AMORTIZACIÓN 2.....	79
CUADRO NO. 50. TOTAL A PAGAR.....	81
CUADRO NO. 51. COSTOS Y GASTOS.	81
CUADRO NO. 52. INSCRIPCIONES MÍNIMAS.....	82
CUADRO NO. 53. PERSONAS QUE ASISTIRÁN AÑO 1.....	83
CUADRO NO. 54. PERSONAS QUE ASISTIRÁN AÑO 2.....	83
CUADRO NO. 55. PERSONAS QUE ASISTIRÁN AÑO 3.....	83
CUADRO NO. 56. PERSONAS QUE ASISTIRÁN AÑO 4.....	84
CUADRO NO. 57. PERSONAS QUE ASISTIRÁN AÑO 5.....	84
CUADRO NO. 58. INGRESOS PROYECTADOS	84
CUADRO NO. 59. ESTADO DE RESULTADOS.....	85
CUADRO NO. 60. RESULTADOS DEL VAN Y TIR.	87
CUADRO NO. 61. COSTOS FIJOS PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.	89
CUADRO NO. 62. COSTOS VARIABLES PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.	90
CUADRO NO. 63. DATOS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL.	90

LISTA DE GRÁFICOS

GRAFICO NO. 1 UBICACIÓN	8
GRAFICO NO. 2 ANÁLISIS DE LA PREGUNTA PILOTO	14
GRÁFICO NO. 3 GENERO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	20
GRAFICO NO. 4. RANGO DE EDAD.	21
GRAFICO NO. 5 ¿A USTED, LE GUSTA REALIZAR ACTIVIDADES DEPORTIVAS?	22
GRAFICO NO. 6 ¿CONOCE ALGÚN CENTRO DEPORTIVO CERCANO?	23
GRAFICO NO. 7 ¿SE ENCUENTRA INSCRITO EN ALGÚN CENTRO DEPORTIVO?	24
GRAFICO NO. 8 ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL RAZÓN POR LA CUAL HA ASISTIDO, ASISTE O ASISTIRÍA A UN CENTRO DEPORTIVO?	25
GRAFICO NO. 9 ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DE UN CENTRO DEPORTIVO SON IMPORTANTES PARA USTED?	
26	
GRAFICO NO. 10 ¿CONOCE LA DIFERENCIA ENTRE UN CENTRO DEPORTIVO Y UN GIMNASIO?	27
GRAFICO NO. 11. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR EN UN CENTRO DEPORTIVO MENSUALMENTE?	28
GRAFICO NO. 12 ¿QUÉ TIEMPO SUELE PASAR EN UN CENTRO DEPORTIVO O GIMNASIO?	29
GRAFICO NO. 13 ¿LE GUSTARÍA TENER ENTRENADORES ESPECIALIZADOS EN DIFERENTES ÁMBITOS DEPORTIVOS?	30
GRAFICO NO. 14. ¿LE GUSTARÍA QUE FUNCIONE O EXISTA UN CENTRO DEPORTIVO EN EL SECTOR "UNASUR" DE LA MITAD DEL MUNDO?.....	31
GRAFICO NO. 15 LOGOTIPO DE "FENIX CENTER"	33
GRAFICO NO. 16. MACRO LOCALIZACIÓN.....	46

GRAFICO NO. 17. MICRO LOCALIZACIÓN.....	46
GRAFICO NO. 18. ESTABLECIMIENTO.	47
GRAFICO NO. 19. DISTRIBUCIÓN DE LA PLAZA.	64
GRAFICO NO. 20. PUNTO DE EQUILIBRIO.	94

Formulación:

La decadencia de un centro deportivo en el sector mitad del mundo ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito presenta una demanda insatisfecha de personas las cuales suelen tener que viajar una distancia considerable a fin de poder asistir a un centro deportivo en el cual puedan realizar actividades de carácter deportivo/físico.

La creciente demanda de personas que hoy en día buscan mejorar su estado físico y emocional a través de actividades deportivas en gimnasios o centros en los cuales se realizan actividades físicas, lo cual convierte a este tipo de mercado en algo atractivo para inversionistas los cuales ven como una oportunidad de negocio esta demanda insatisfecha.

El no contar con instalaciones adecuadas para un centro deportivo provoca que muchos gimnasios ubicados en el sector Mita del Mundo tiendan a perder el interés de su clientela, pues la misma suele aburrirse de realizar actividades rutinarias sin ver ningún resultado.

La falta de personal capacitado en muchos gimnasios provoca la inseguridad de sus clientes, pues estos tienden a preferir personal con una experiencia y capacitación especializada que pueda infundir confianza y motivarlos a conseguir las diferentes metas físicas deportivas.

Planteamiento del problema:

¿La reducida oferta de centros deportivos en el sector Mitad del Mundo ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito crea una oportunidad de negocio?

Objetivos

Objetivo general:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro deportivo en el sector Mitad del Mundo ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito mediante una investigación bibliográfica y de campo que dirija el diseño arquitectónico y de gestión de la futura microempresa, midiendo si la misma será o no viable económicamente.

Objetivos específicos:

Fundamentar teóricamente la elaboración del estudio de factibilidad para la creación de un centro deportivo en el sector Mitad del Mundo ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito mediante la consulta bibliográfica y web biográfica de fuentes actualizadas.

Determinar los diferentes obstáculos para establecer un presupuesto para el diseño arquitectónico y de gestión de la futura microempresa ubicada en el sector Mitad del Mundo ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito, mediante una serie de procesos para la recolección de datos.

Crear el centro deportivo en el sector Mitad del Mundo ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito.

Justificación:

El presente proyecto se centra en un estudio de factibilidad para la creación de un centro deportivo en el sector "Mitad del Mundo" en Quito, a fin de poder establecer un lugar en el cual las personas puedan asistir a realizar actividades deportivas a un costo razonable puesto que en los últimos años la demanda de estos lugares ha crecido y se ve como un mercado tentador para invertir ya que existe una demanda insatisfecha.

Algo que se tiene que destacar para el estudio de factibilidad de este proyecto es la decadencia de lugares que sirvan para realizar actividades de carácter (deportivo/disciplinado) específicamente en el sector "Mitad del Mundo".

La creciente tasa de personas que buscan mejorar su estatus social a través de su aspecto físico se presenta como una oportunidad de negocio, ya que en el sector Mitad del Mundo ubicado en la parroquia San Antonio de Pichincha no existen centros deportivos donde se pueda acudir a enseñanzas o disciplinas deportivas, sino más bien existen gimnasios que si bien ofrecen maquinaria para realizar actividad física no se preocupan en una enseñanza especializada.

Hoy en día la actividad física deportiva representa una multitud de beneficios para la salud empezando por una mejor apariencia física, así como tan bien ayuda a una mejor condición cardiovascular entre otros beneficios.

Capítulo I

Introducción

Fundamentación teórica.

Marco Referencial:

1.1. Marco teórico:

Recopilación de datos, investigaciones previas y antecedentes.

1.1.1 Estudio de factibilidad:

La factibilidad es el proceso que mide distintos aspectos del posible éxito o fracaso de un proyecto, este permite analizar si se cuenta o no con los recursos necesarios para llevar a cabo objetivos y metas.

Concepto de factibilidad:

La factibilidad de un proyecto puede determinar si el mismo se llevara a cabo o no, pues, en él se analizan diversos factores como son: financieros, materiales, técnicos, etc.

Valera, (2017) "se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto". El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Se realiza un estudio de factibilidad con el fin de recopilar datos relevantes sobre un proyecto y en base a esos datos tomar decisiones que determinen el grado de factibilidad que se puede obtener tanto económico, comercial, técnica, etc.

Importancia de un estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad tiene el objetivo de determinar si un proyecto es viable o no, pues el mismo se encarga de determinar si un producto o servicio se puede producir, vender y más que todo, si el producto o servicio tendrá ganancias o pérdidas.

Torres (2006) El estudio de factibilidad se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar la mejor decisión. Su análisis se realiza cuando el desarrollo del sistema no tiene una justificación económica establecida, existe un alto riesgo tecnológico, operativo, jurídico o no se cuenta con una alternativa clara de implementación.

Para el desarrollo del presente proyecto se buscara recopilar la mayor cantidad de datos, esto con el fin de que el proyecto pueda cumplir todas las metas y objetivos planteados.

Objetivos de un estudio de factibilidad

Introducción:

El estudio de la factibilidad económica, nos ayuda a realizar el análisis existente entre el costo-beneficio del sistema, el mismo que permite determinar si es factible desarrollar económicamente el proyecto.

Arias (2006) La Factibilidad económica se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización.

El estudio de factibilidad del presente proyecto se lo llevara a cabo con el fin de recopilar la mayor cantidad de datos y asegurar la viabilidad del mismo, los datos serán

recopilados de diversas fuentes de información en los cuales podemos destacar el INEC y censos realizados en los últimos 3 años por universidades como CATOLICA y ESPE.

Objetivos de un estudio de factibilidad:

Algunos de los objetivos del estudio de factibilidad son:

- Reducción en los errores y mayor precisión en cada uno de los procesos.
- Reducción de los costos de recursos no necesarios.
- Integración de las áreas y subsistemas.
- Actualización constante y mejoramiento de los aspectos referentes al servicio.
- Realizar un plan de producción y comercialización.
- Eficacia en la recopilación de datos.
- Optimización del tiempo de procesamiento y ejecución de las distintas tareas.
- Saber si es posible ofrecer un servicio de calidad con ganancias.
- Conocer si la gente estará dispuesta a comprar el producto o servicio.
- Definir si existirán ganancias o pérdidas.
- Decidir la viabilidad o no, entre otros.

1.1.2 Creación de la microempresa:

Definición de microempresa

Se conoce como microempresa a aquellas que nacen del emprendimiento propio y tienden a tener un máximo de diez empleados, normalmente la micro empresas están conformada solo por el dueño o familiares los cuales ponen en pie el desarrollo de la empresa.

“Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación” (Edgar; 2005, pág.15)

El futuro centro deportivo se considerara una micro empresa, pues la misma estará conformada con un mínimo de tres empleados los cuales serán los encargados de prestar su servicio.

La falta de plazas de trabajo en el Ecuador ha impulsado el trabajo informal y la creación de microempresas a través de emprendimientos para poder obtener ingresos y subsistir de una manera justa.

Microempresas en el Ecuador plantea:

Mediante las siglas CONMICRO se identifica al “Consejo Nacional de la Microempresa” la cual se preocupa por impulsar el desarrollo del país a través de organizaciones gremiales las cuales ayuden a los pequeños comerciantes e impulsen el crecimiento de sus negocios.

“Con el propósito de impulsar y fomentar el desarrollo del sector micro empresarial del Ecuador, en el 2004 se constituyó una instancia de alto nivel para establecer las políticas que permitan la organización, fortalecimiento y crecimiento de las microempresas y sus organizaciones gremiales, la cual fue creada según decreto N° 2086 del Registro Oficial N° 430 del 28 de septiembre del 2004, bajo el Art 1, denominada “Consejo Nacional de la Microempresa –CONMICRO” (Enriqueta ; Cantos; 2006, pág.15)

La creación de micro empresas en el Ecuador ha sido impulsada por parte de diversos organismos y gremios los cuales ven la necesidad e importancia que tienen estos en la economía del país.

Importancia de la microempresa:

La micro empresa está determinada por diversos factores los cuales van desde la importancia económica para el país, así como la importancia económica que existe para la persona que quiere invertir en una micro empresa que en su mayoría son pequeños negocios familiares.

“La importancia del sector microempresa de un país, lo constituye su contribución al desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo. Las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que represente un cambio en la estructura o una nueva forma de visualizar su creciente atención” (icomerciales.es; 2011)

La microempresa es de vital importancia para un país pues la misma permite el desarrollo y crea posibles fuentes de trabajo justo, aun que tan bien conlleva un sector de constante control pues muchas microempresas suelen acudir al trabajo informal.

La microempresa es importante porque:

Contribuye al desarrollo de un país.

Combate a la pobreza al crear fuentes de empleo.

Ofrece un empleo de bajo costo.

Liberación del mercado de bienes y servicios.

Inversión productiva en base al ahorro.

Establece un sistema democrático y lo fortalece.

1.1.3 Centro deportivo:

¿Qué es un centro deportivo?

Un centro deportivo se caracteriza por romper el esquema típico de un gimnasio pues aparte de la maquinaria para realizar ejercicio físico existen tan bien personas capacitadas en diferentes disciplinas como: gimnasia deportiva, gimnasia artística, defensa personas, etc.

El centro deportivo es un espacio diseñado para lograr la formación integral de la comunidad, el cual ofrece programas de ejercicio, actividad física y deporte utilizando equipos y técnicas adecuadas de entrenamiento y preparación con personal calificado para garantizar seguridad y satisfacción. (Centro deportivo; Aventura; ptd2009, cap. 1

Gestión deportiva

Es proceso de gestión deportiva se encarga de transformar una simple clase empírica en un proceso con fundamentos científicos, teóricos y prácticos los cuales son impartidos por parte de las personas capacitadas en sus diferentes ramas del deporte.

El mundo deportivo ha cambiado, igual que han cambiado las actitudes y el comportamiento que tiene la sociedad respecto al deporte. La gestión deportiva siendo un ámbito de este mismo fenómeno es relativamente reciente, encontrándonos un aumento en su producción científica aportando investigaciones que ayudan a mejorar el proceso de toma de decisiones de los gestores del deporte, entre las que se ha encontrado evaluar el lugar donde se realiza actividad física. (Mestres, 2013, p. 18)

Es necesario identificar a la gestión deportiva como un proceso mediante el cual se asume la responsabilidad de la planificación y regulación dentro de una organización a fin de realizar unos objetivos determinados

El deporte como calidad de vida:

El deporte tiende a tener una estrecha relación con la salud de una persona tanto mental como física pues, tener una vida activa tiende a ser visto ante la sociedad como un distintivo de una persona sana, el deporte también ayuda en diferentes aspectos biológicos y mentales de una persona tales como combatir el estrés y depresión que son un problema reconocido de salud pública.

“En el sector deportivo se observa un gran desarrollo con el cambio de estatus que el deporte ha tenido en la sociedad, pasando de ser considerado una forma de ocupar el tiempo libre a considerarse un indicador de bienestar social y calidad de vida.” (Morales-Sánchez, Pérez-López & Anguera, 2014, p.1)

La creación de un centro deportivo en el sector UNASUR de la Mitad del mundo ayudara a que personas que acudan a este centro deportivo mejoren su calidad de vida, pues el mismo promueve una cultura deportiva.

1.1.4 Parroquia de San Antonio de Pichincha, del cantón Quito.”

Parroquia:

La parroquia de San Antonio de Pichincha se localiza al norte de la ciudad de Quito, Ecuador, Posee superficie aproximada de 116,26 km cuadrados y se encuentra a 2.439 m. sobre el nivel del mar. Su creación fue en el año 1901, durante la presidencia de Leónidas Plaza.

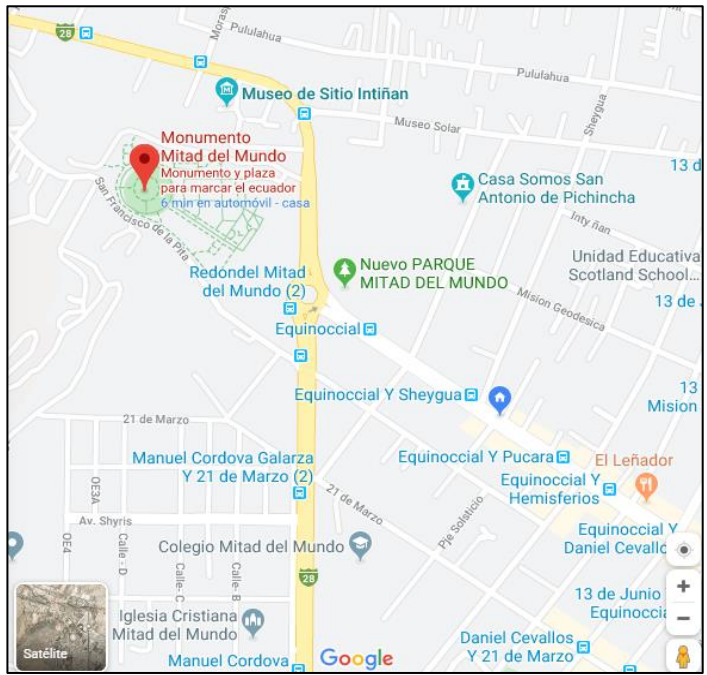
Límites:

- Se limita en dirección sur por las parroquias Pomasqui y Calderón.
- Al norte por la parroquia de San José de Minas.

- Al este por la parroquias Puéllaro y el cantón Pedro Moncayo.
- En dirección oeste su límite es la parroquia Calacalí

Ubicación:

Grafico No. 1 Ubicación



Fuente: Google Chrome.
 Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

1.2. Marco conceptual:

Actividades deportivas:

Se conoce como actividades deportivas a todas aquellas actividades que conllevan un reglamento y aquellas personas que lo practican pueden competir a nivel nacional o internacional dependiendo de su preparación.

Gimnasia artística:

La gimnasia es un deporte que combina arte y movimiento, esta requiere de fuerza, resistencia, balance, agilidad, coordinación y otras cualidades del cuerpo ya que los

gimnastas realizan varios movimientos continuos los cuales combinan una serie de aptitudes físicas e inteligencia quinestésica.

Sprint

Referente al termino pique en español es una plataforma utilizada por los gimnastas para realizar acrobacias en el aires por medio de la velocidad que adquieren al correr, la gimnasia utilizada en el sprint suele ser llamada gimnasia a manos libres y es parte de la gimnasia artística.

Pole dancing:

Referente a una disciplina física en la cual se combina fuerza de los brazos y piernas así como equilibrio, ya que esta se centra en la creación de figuras en una barra con un mínimo de baile.

Representan un entrenamiento completo al tener que ser realizada mediante contracciones musculares e isométricas las cuales permiten la pérdida de peso y grasa, a nivel del tren superior e inferior del cuerpo.

Baile coreográfico:

Representa la creación de coreografías mediante movimientos sincronizados los cuales se pueden realizarse entre 5 y más personas, este tipo de bailes suelen ser usados a nivel competitivo grupal y en videos musicales.

Airtrack:

Rampa en forma de trampolín que mezcla la suavidad de una colchoneta con la fuerza de una cama elástica, es utilizado para diferentes deportes de alto impacto.

Diseño o infraestructura.

El diseño de una empresa determinara como se presenta ante su clientela y su competencia, pues esta es carta de presentación visual que determinara si es atractiva o no para el mercado al cual se enfoca.

El diseño es la búsqueda de un equilibrio mágico entre el negocio y el arte; arte y talento; intuición y razón; concepto y detalle; alegría y formalidad; cliente y diseñador, diseñador e impresor; impresor y público. (Valerie Pettis;2014)

El diseño influye en la oferta y demanda de un producto o servicio, pues, una buena presentación permite que el mismo sea atractivo ante su clientela y tiene la capacidad de posicionar una marca.

Capítulo II

Estudio de mercado.

El estudio de mercado es más que un análisis de oferta y demanda, pues también es el encargado de estudiar aspectos como: el mercado, el consumidor, el proyecto, la competencia y la oferta tanto del mercado como del proyecto, así como la comercialización del producto.

El estudio de mercado que se llevará a cabo en este proyecto permitirá definir y analizar el comportamiento de la oferta y demanda existente, así como también realizar una proyección de aceptabilidad del servicio que brindará el centro deportivo.

2.1. Metodología utilizada:

La metodología de una investigación se define como el conjunto de técnicas y procedimientos que se realizan en función de un estudio, las cuales se llevaran a cabo de una manera ordenada y sistemática.

1.1.5 Metodología de la investigación de campo:

La metodología de investigación de campo nos permite utilizar una técnica de recopilación de datos llamada encuesta, la misma que nos permitirá recolectar, procesar y analizar información sobre el objeto de estudio.

1.1.6 Diseño de la investigación:

Segmentación:

La segmentación de mercado es la encargada de dividir un mercado en pequeños grupos de compradores o usuarios con diferentes características, necesidades y comportamientos que requieren una estrategia o mezclas de marketing específico o diferenciado.

Para la segmentación de mercado del presente documento se ha considerado las siguientes variables:

Geográfica:

- **Provincia:** Pichincha.
- **Cantón:** Quito.
- **Parroquia:** San Antonio.
- **Sector:** Mitad de mundo.

Demográfica:

- **Edad:** Desde los 17 hasta los 60 años de edad.
- **Sexo:** Masculino – Femenino.
- **Profesión:** Indistinta.

Psicográficas:

- **Estilo de vida:** Mantenimiento de la salud, cuerpo y/o estética.
- **Condición de vida:** Económicamente activa

La población económicamente activa de la parroquia San Antonio de Pichincha, se dedica principalmente a actividades de industrias manufactureras, comercio al por mayor y menor, construcción, transporte y almacenamiento según los últimos datos presentados por el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC)

Tamaño del universo:

Se estableció que el tamaño del universo vendría a constituir el número de personas que conforman o viven en la parroquia San Antonio de Pichincha sector Mitad del Mundo, en la cual se evidencia un total de 32.357 personas.

Para la determinación del Universo se ha considerado los datos entregados por el último censo del INEC, así como investigaciones aledañas de universidades nacionales como internacionales las cuales ayudan a obtener datos de la población económicamente activa en San Antonio de Pichincha la cual corresponde al 65.84% lo cual nos da un total de 21.304 personas que están en capacidad de trabajar.

Tamaño de la muestra

Al conocer la población objetivo podemos proceder a identificar cuál será nuestra muestra para poder realizar un estudio de mercado, para esto necesitamos establecer una prueba piloto la cual nos ayude a determinar el grado de aceptabilidad de nuestro proyecto.

Prueba piloto

La prueba piloto se realiza con el objetivo de determinar en grado de aceptabilidad para lo cual utilizamos una pregunta realizada a 20 personas de manera aleatoria que habitan en el sector Mitad del Mundo de la parroquia San Antonio de Pichincha.

La pregunta piloto es la siguiente:

¿Le gustaría que funcione un centro deportivo en el sector "UNASUR" de la mitad del mundo?

Si ()

No ()

Con las respuestas de la pregunta piloto aplicadas a habitantes de la zona, jóvenes estudiantes, trabajadores y ejecutivos que viven y/o trabajan por el sector "UNASUR" de

la Mitad del Mundo se pudo determinar el tamaño de la muestra para el estudio del mercado del presente proyecto.

Resultados:

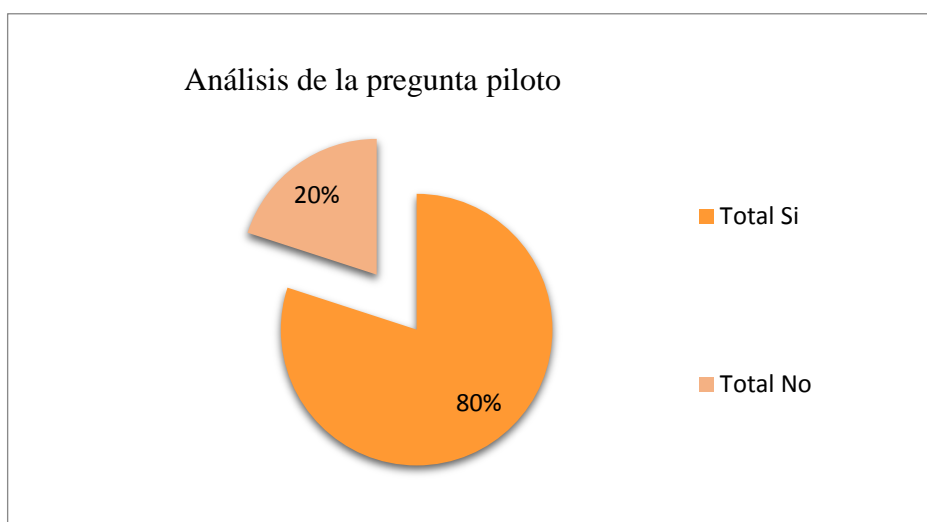
De las 20 personas a las cuales se les realizó la encuesta con las preguntas piloto 16 respondieron afirmativamente, mientras que las 4 restantes respondieron negativamente. Con lo cual se procede al análisis de los resultados y cálculo de la muestra.

Cuadro No. 1. Preguntas piloto.

Indicadores	F	%
Total, Si	16	80%
Total, No	4	20%
Total, de la población	20	100%

Fuente: encuesta
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 2 Análisis de la pregunta piloto.



Fuente: encuesta
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

Por medio de la pregunta piloto se pudo constatar que el proyecto es viable, pues la misma registra una considerable cantidad de aceptabilidad de parte de la población encuestada.

Calculo del tamaño de la muestra:

Con las respuestas de la pregunta piloto se determinan los valores p y q correspondientes a la probabilidad de que el evento ocurra o no, y utilizando la fórmula:

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

n: Es el tamaño de la muestra.

N: Es el tamaño de la población o universo.

Z: Representa el margen de confiabilidad o confianza.

p: Probabilidad de que el evento ocurra.

q: Probabilidad de que el evento no ocurra.

e: Error estándar.

Sustituyendo estos datos se obtiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (21304)(0.80)(0.20)}{(0.05)^2(21304 - 1) + (1.96)^2(0.80)(0.20)}$$

$$n = 243.068635$$

$$n = 243$$

. A través de la selección de la muestra se busca extraer información del total de la población a través del análisis de un segmento de la misma.

Tomando en consideración la situación actual que vive el Ecuador debido a la crisis sanitaria del virus COVID-19 se ha determinado que se realizara un muestreo no probabilístico basado en el criterio del creador del proyecto.

Para el presente trabajo se ha decidido realizar 50 encuestas a las personas que viven, trabajan o estudian en el sector Mitad Del Mundo.

Elaboración de la encuesta:

El objetivo de la encuesta es poder recolectar la mayor cantidad de información para determinar la viabilidad de un proyecto.

Modelo de la encuesta:

Género:

Femenino

Masculino

En que rango de edad se encuentra:

15-18

19-22

23-30

30-adelante

I. ¿A usted le gusta realizar actividades deportivas?:

Siempre

Casi siempre

Nunca

II. ¿Conoce algún centro deportivo cercano? :

Si

No

III. ¿Se encuentra inscrito en algún centro deportivo?:

Si

No

IV. ¿Conoce la diferencia entre un centro deportivo y un gimnasio?

Si

No

Me es indiferente

V. ¿Cuál es la principal razón por la cual ha asistido, asiste o asistirá a un centro deportivo?

Diversión

Estatus

Salud

Estética

Relaciones personales

VI. ¿Qué características de un centro deportivo son importantes para usted?

Instalaciones

Servicio

Ubicación

Precio

Equipos

VII. ¿Qué tiempo suele pasar en un centro deportivo o gimnasio?

1 hora

2-3 horas

4-5 horas

VIII. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un centro deportivo mensualmente?:

15-20 dólares

30-40 dólares

50 dólares en adelante

IX. ¿Le gustaría tener entrenadores especializados en diferentes ámbitos deportivos?:

Siempre

Casi siempre

Nunca

X. ¿Le gustaría que funcione un centro deportivo en el sector "UNASUR" de la mitad del mundo?

Si

No

2.2. Resultados de la investigación:

Para recolectar la información necesaria para el proyecto se realizaron 50 encuestas por medio de una plataforma virtual, en esta se establecieron diez preguntas relacionadas con la creación del centro deportivo el mismo que llevara por nombre FENIX CENTER y dos preguntas relacionadas a información básica, estas preguntas nos ayudaran a tener una idea más clara en cuanto a las necesidades y expectativas en cuanto al centro deportivo.

El objetivo de la información recolectada es poder establecer las bases del centro deportivo y poder ofrecer un servicio de calidad que se diferencie del de su competencia ya que el mismo debe ser atractivo para su mercado meta

Resultados de las encuestas realizadas:

Preguntas generales:

Genero de las personas encuestadas:

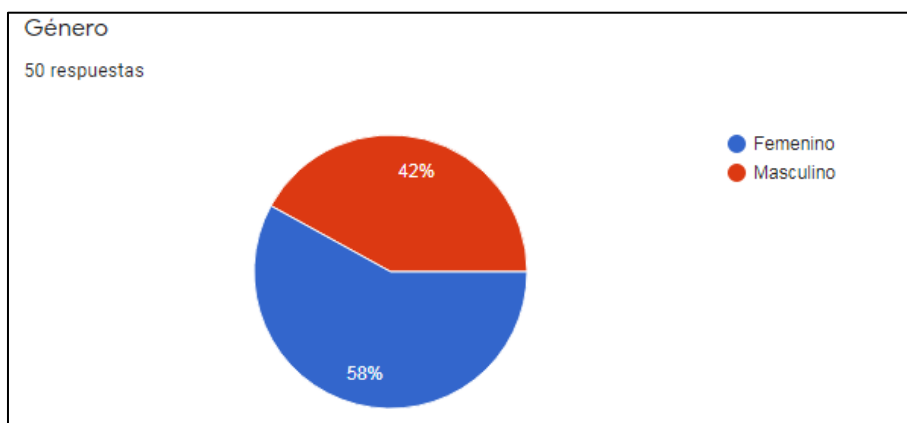
Cuadro No. 2. Genero de las personas encuestadas.

Indicadores	F	%
Femenino	29	58
Masculino	21	42
Total	50	100

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Gráfico No. 3 Genero de las personas encuestadas



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

Por medio de la pregunta de género podemos evidenciar los gustos y preferencias de nuestra clientela y el interés que existe tanto del género masculino como del femenino, se puede evidenciar que las personas más interesadas son de género femenino y esto se debe a que muchas veces son las que más se preocupan por su aspecto físico.

En qué rango de edad se encuentra:

Cuadro No. 3. Rango de edad.

Indicadores	F	%
15-18	6	12%
19-22	15	30%
23-30	21	42%
30 - en adelante	8	16%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 4. Rango de edad.



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

El centro deportivo está enfocado a impartir enseñanzas relacionadas a diversas categorías deportivas siendo estas: gimnasia artística, cheerleading, , pole dancing y baile coreográfico; Por lo cual está orientado a personas que su edad vaya de los 15 años en adelante, que tengan la motivación y la capacidad de asistir y progresar en el ámbito deportivo.

Preguntas con relacionadas con el estudio de factibilidad:

1.- ¿A usted, le gusta realizar actividades deportivas?

Cuadro No. 4. ¿A usted, le gustaría realizar actividades deportivas?

Indicadores	F	%
Siempre	14	28%
Casi siempre	32	64%
Nunca	4	8%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 5 ¿A usted, le gusta realizar actividades deportivas?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

Mediante el análisis de la información se puede deducir que la mayoría de la población encuestada le gusta realizar actividades deportivas y esta información es de gran interés para el proyecto, pues el mismo se centra en impartir clases deportivas que llamen la atención y el interés de personas afines al deporte.

2.- ¿Conoce algún centro deportivo cercano?

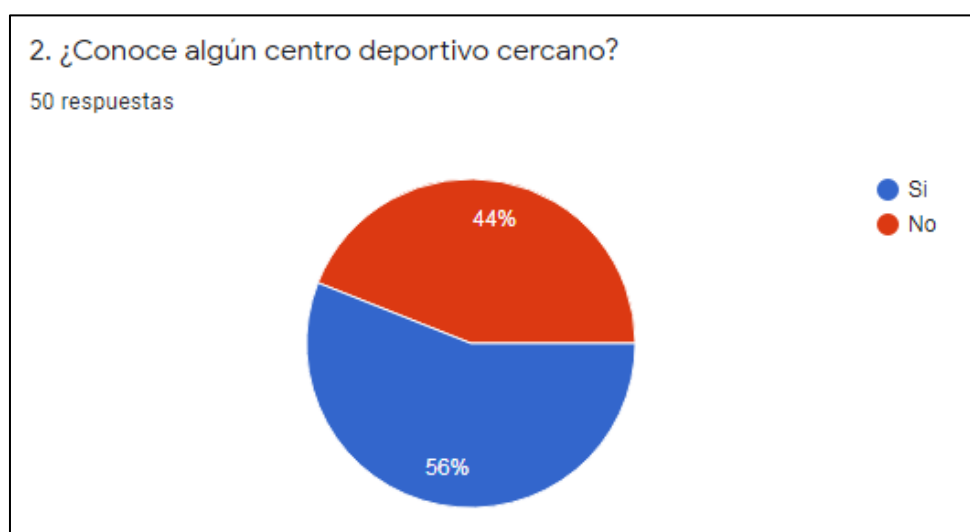
Cuadro No. 5. ¿Conoce algún centro deportivo cercano?

Indicadores	F	%
Si	28	56%
No	22	44%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 6 ¿Conoce algún centro deportivo cercano?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

Los resultados de la encuesta nos permiten evidenciar que en su mayoría las personas encuestadas conocen un centro deportivo cercano, esta información nos ayudara en el análisis de mercado y las estrategias que se deben tomar a fin de destacar y ofertar un servicio que sea atractivo para quienes asistan al centro deportivo.

3.- ¿Se encuentra inscrito en algún centro deportivo?

Cuadro No. 6. ¿Se encuentra inscrito en algún centro deportivo?

Indicadores	F	%
Si	12	24%
No	38	76%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 7 ¿Se encuentra inscrito en algún centro deportivo?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

La información recolectada a través de las encuestas nos permite evidenciar que un 76% de la población encuestada está inscrita en un centro deportivo, esta información nos ayuda a deducir la gran cantidad de personas que están interesadas en acudir a un centro deportivo lo cual evidencia la viabilidad del proyecto al conocer que existe un mercado interesado en adquirir los servicios que ofrece el futuro centro deportivo FENIX CENTER.

4.- ¿Cuál es la principal razón por la cual ha asistido, asiste o asistiría a un centro deportivo?

Cuadro No. 7. ¿Cuál es la principal razón por la cual ha asistido, asiste o asistiría a un centro deportivo?

Indicadores	F	%
Diversión	17	34%
Estatus	6	12%
Salud	21	42%
Estética	6	12%
Relaciones Personales	0	0%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 8 ¿Cuál es la principal razón por la cual ha asistido, asiste o asistiría a un centro deportivo?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

Las razones para asistir a un centro deportivo tienden a estar relacionadas en su mayoría con salud y estética, pues las personas que más asisten a estos lugares tienden a ser personas jóvenes quienes buscan mejorar su apariencia física y mantener su salud.

5.- ¿Qué características de un centro deportivo son importantes para usted?

Cuadro No. 8. ¿Qué características de un centro deportivo son importantes para usted?

Indicadores	F	%
Instalaciones	13	26%
Servicio	12	24%
Ubicación	16	32%
Precio	6	12%
Equipos	3	6%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 9 ¿Qué características de un centro deportivo son importantes para usted?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

Por medio de las encuestas realizadas se puede evidenciar cuales son las diferentes características que son importantes en un centro deportivo para los encuestados, para la mayoría de personas encuestadas las características más importantes son la ubicación y el servicio,

6.- ¿Conoce la diferencia entre un centro deportivo y un gimnasio?

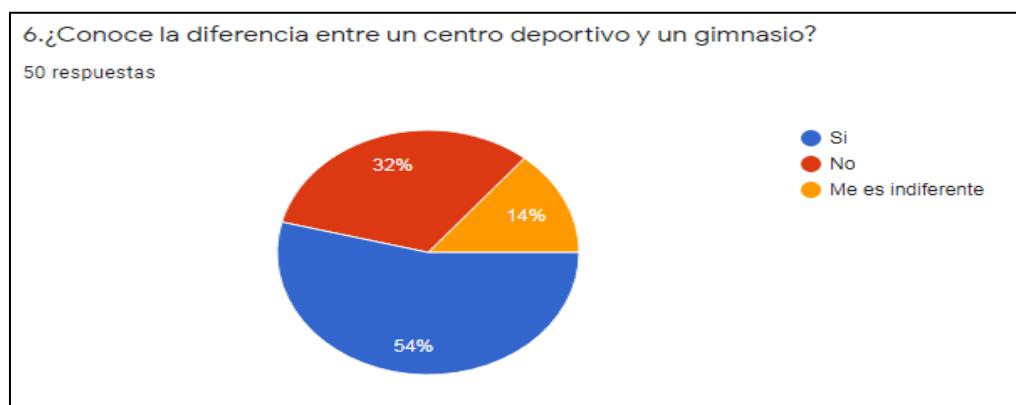
Cuadro No. 9. ¿Conoce la diferencia entre un centro deportivo y un gimnasio?

Indicadores	F	%
Si	27	54%
No	16	32%
Me es indiferente	7	14%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 10 ¿Conoce la diferencia entre un centro deportivo y un gimnasio?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

La información obtenida en la encuesta nos permite evidenciar que la mayoría de la gente encuestada tiende a saber la diferencia que existe entre un centro deportivo y un gimnasio, sin embargo cabe aclarar la diferencia existente, esta radica en las actividades que se realizan dentro de cada uno de los establecimientos, mientras que en un gimnasio se puede acceder a todas la maquinaria para realizar ejercicio físico y moldear diferentes músculos del cuerpo; Un centro deportivo se encarga de impartir clases referentes a disciplinas deportivas como son: gimnasia, cheerleading, futbol, etc.

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un centro deportivo mensualmente?

Cuadro No. 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un centro deportivo mensualmente?

Indicadores	F	%
15-20 dólares	37	74%
30-40 dólares	13	26%
50 dólares en adelante	0	0%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un centro deportivo mensualmente?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

A través de esta pregunta podemos determinar el valor que las personas que asisten o que desean asistir a un centro deportivo están dispuestas a pagar por el servicio, los valores existentes en la encuesta están basados en precios reales de los diferentes centros deportivos existentes en San Antonio y sus alrededores.

8.- ¿Qué tiempo suele pasar en un centro deportivo o gimnasio?

Cuadro No. 11. ¿Qué tiempo suele pasar en un centro deportivo o gimnasio?

Indicadores	F	%
1 hora	23	46%
2 - 3 horas	27	54%
4 - 5 horas	0	0%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 12 ¿Qué tiempo suele pasar en un centro deportivo o gimnasio?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

Mediante la información obtenida por la encuesta podemos evidenciar la cantidad de tiempo que dedican las personas encuestadas a actividades deportivas, en el caso del centro deportivo las horas que los usuarios asisten suelen variar, pues las mismas dependen de la disciplina deportiva o la actividad física que deseen realizar.

9.- ¿Le gustaría tener entrenadores especializados en diferentes ámbitos deportivos?

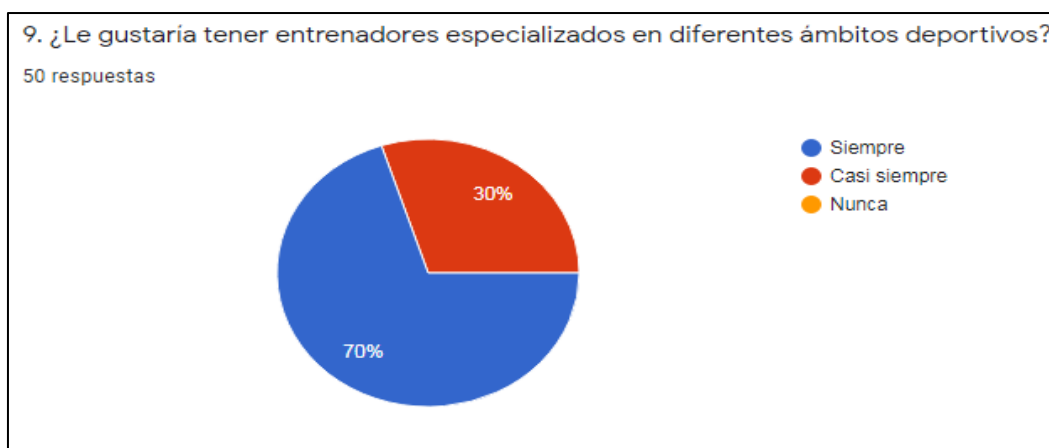
Cuadro No. 12. ¿Le gustaría tener entrenadores especializados en diferentes?

Indicadores	F	%
Siempre	35	70%
Casi siempre	15	30%
Nunca	0	0%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 13 ¿Le gustaría tener entrenadores especializados en diferentes ámbitos deportivos?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

Las personas que asisten a un centro deportivo tienden a querer tener personas especializadas en las diferentes ramas deportivas que desean aprender, muchas veces las personas que enseñan en estos lugares son aquellas que ya tienen un trayecto deportivo y han decidido especializarse en ello haciendo de esto su profesión.

10.- ¿Le gustaría que funcione o exista un centro deportivo en el sector "UNASUR" de la mitad del mundo?

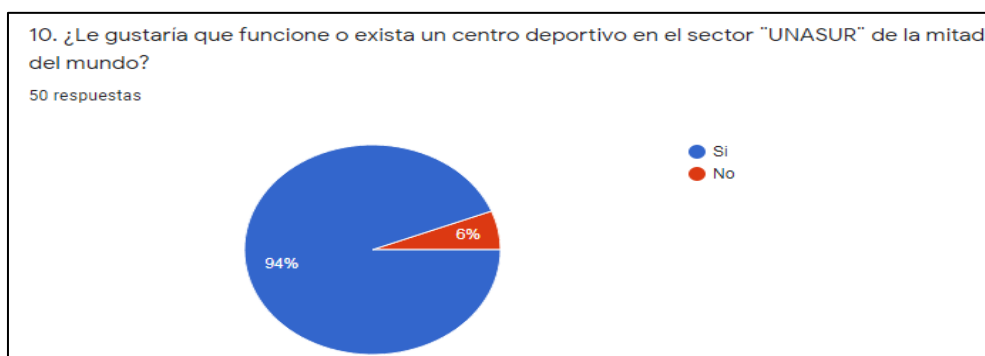
Cuadro No. 13. ¿Le gustaría que funcione o exista un centro deportivo en el sector "UNASUR" de la mitad del mundo?

Indicadores	F	%
Si	47	94%
No	3	6%
Total	50	100%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Grafico No. 14. ¿Le gustaría que funcione o exista un centro deportivo en el sector "UNASUR" de la mitad del mundo?



Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Análisis e interpretación:

Mediante las encuestas realizadas podemos evidenciar un incremento en viabilidad del proyecto pues tenemos un 94% de personas que respondieron afirmativamente, esto nos ayuda a determinar la aceptabilidad del proyecto y su mercado existente.

2.3. Definición del servicio:

Producto/Servicio

1.3.1 Marca del servicio

La marca planteada para el centro deportivo es: "FENIX CENTER", esta marca o nombre fue escogido por el impacto, atracción e interés que genera en el mercado; pues, se compone por dos partes, por un lado tenemos la palabra CENTER que su traducción en español es "CENTRO" referente al "Centro Deportivo" y "FÉNIX" referente a un "ave de la mitología griega" que simboliza el poder de la resistencia y en la capacidad de renovarnos en seres mucho más fuertes, valientes y luminosos, esta mezcla de palabras en inglés buscan despertar el interés del consumidor.

1.3.2 Presentación del servicio

El centro deportivo FENIX CENTER se centrara en las enseñanzas de ámbitos deportivos referentes a cheerleading, gimnasia artística, pole dancing y baile coreográfico, los cuales son deportes que llaman la atención de numerosos grupos de jóvenes y personas adultas las cuales quieren salir de lo habitual.

1.3.3 Logotipo de identificación del servicio

El logotipo con el cual se identificara a la futura empresa está diseñado en base a la naturaleza de negocio y su eslogan contiene una frase que motive e inspire a los consumidores.

Grafico No. 15 Logotipo de "FENIX CENTER"



Fuente: Logo Maker
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

1.3.4 Slogan

Una parte importante es definir el slogan que va a caracterizar al centro deportivo, y va a permitir que la marca se posicione en la mente de los consumidores. El slogan que se pensó es:

"El no puedo no existe"

2.4. Análisis de la demanda:

Referente a la cantidad de servicios o bienes que el mercado requiere o solicita por un tiempo determinado y bajo determinadas condiciones, busca la satisfacción de una necesidad.

Factores que afectan la demanda:

La demanda de un producto o servicio puede ser afectada por diferentes factores, dependiendo de las características que el mismo contenga u ofrezca.

En cuanto al centro deportivo la demanda se verá afectada por el tamaño y crecimiento de la población, preferencias y gustos, hábitos de consumo y los niveles de ingresos de las personas.

Tamaño y crecimiento de la población:

Según el último censo realizado en el año 2010 por el INEC la tasa de crecimiento de población en Pichincha es de 2.18%, pues el mismo ha disminuido en comparación a los resultados del 2001 que registraban una tasa de crecimiento del 2.6%, si bien la tasa ha disminuido en comparación a el porcentaje registrado hace algunos años esta no deja de ser un crecimiento alto si se toma en cuenta que no existe un balance entre la tasa de natalidad y mortalidad, a esto se le sumara un 0.02% debido a que este es un lugar de expansión y migración.

Hábitos de consumo:

Como se obtuvo en el estudio de mercado de la pregunta N° 3 el 76% de la población encuestada se encuentra inscrito en un centro deportivo mientras que el 24% restante no lo hace, esta información es de mucha importancia para nuestro proyecto pues el mismo se presenta como un mercado atractivo para invertir.

Según los resultados del estudio de mercado podemos evidenciar que la mayoría de la población encuestada tiende a pasar de 1 a 3 horas en un centro deportivo lo cual también es sostenido por la encuesta realizada por el INEC en el año 2012 sobre el uso del tiempo de las personas ecuatorianas, el informe afirma que las personas de la Sierra tienden a dedicar más de 3 horas a la semana para ejercitarse.

Gustos y preferencias:

Para analizar los gustos y preferencias de nuestro mercado meta tomamos como base la pregunta N° 10 de nuestra encuesta realizada, pues, en ella se puede determinar que el 94% le gustaría que funcione un centro deportivo en el sector UNASUR de la Mitad del Mundo, mientras que un 6% no le gustaría que exista o funcione un centro deportivo en el sector UNASUR de la Mitad del Mundo; Considerando el alto nivel de aceptabilidad en función de las encuestas realizadas podemos considerar que el proyecto es viable.

En función de la pregunta N°4 de la encuesta realizada también se pueden determinar los motivos por los cuales las personas encuestadas han asistido, asisten o asistirán a un centro deportivo los cuales son: diversión, estatus, salud y estética.

Niveles de ingreso y precios

Según la información recopilada por el INEC más del 65% de las personas tiene ingresos mensuales mayores a los \$400 y según la pregunta N°7 de la encuesta realizada en este proyecto, las personas están dispuestas a pagar mensualmente entre 15 y 40 dólares

En base a los resultados de la información adquirida por las encuestas podemos concluir que en su mayoría las personas pueden acceder a un servicio como del centro deportivo y aceptan pagar un rango de precios que sea acorde al de la competencia.

Demanda actual del servicio

Para determinar la demanda actual del servicio utilizaremos los datos recopilados por el INEC así como también los datos obtenidos a través de la encuesta realizada en este proyecto.

Primero se determina la población total o universo existente en la parroquia San Antonio de Pichincha que es 32.357 personas, posteriormente se determinó que la

población económicamente activa es del 65.84% lo que nos da de resultado de 21.304 personas que serán nuestro nuevo universo.

A las 21.304 personas se les multiplicara por el porcentaje obtenido en la pregunta N°3 de la encuesta la cual plantea: ¿Se encuentra inscrito en algún centro deportivo?

Cuadro No. 14. Personas que asisten actualmente a un gimnasio.

Población económicamente activa	% De personas que asisten actualmente a un centro deportivo
21.304	76%
Número de personas que asisten actualmente a un centro deportivo	
16.191	

Fuente: encuesta

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

De la población económicamente activa, 16.191 personas asisten a un centro deportivo actualmente. Con este valor se procede a multiplicar por el porcentaje dado por el INEC referente a las personas que ganan más de \$400 mensuales.

Cuadro No. 15. Número de personas con ingresos superiores a \$400 mensuales.

Número de personas que asisten actualmente a un centro deportivo	% De personas con ingresos superiores a \$400 mensuales
16.191	60%
Número de personas con ingresos superiores a \$400 mensuales	
9.715	

Fuente: Datos obtenidos por el INEC

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

De las personas que asisten actualmente a un centro deportivo, 9.715 cuentan con ingresos superiores a \$400 mensuales. Con este valor se procede a multiplicar por el

porcentaje de aceptación obtenido en la pregunta N°10 de la encuesta realizada la cual plantea: ¿Le gustaría que funcione o exista un centro deportivo en el sector "UNASUR" de la mitad del mundo?

Cuadro No. 16. Número de personas que les gustaría que exista un centro deportivo en el sector UNASUR de la Mitad del Mundo.

Número de personas con ingresos superiores a \$300 mensuales.	% De personas que les gustaría que exista un centro deportivo en el sector UNASUR de la Mitad del Mundo.
9.715	94%
Número de personas que les gustaría que exista un centro deportivo en el sector UNASUR de la Mitad del Mundo.	
9.132	

Fuente: Datos obtenidos por el INEC
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Las 9.132 personas corresponden a la demanda del proyecto, pues las mismas corresponden a la población que le gustaría que exista un centro deportivo en el sector UNASUR de la Mitad del Mundo, asisten a un centro deportivo y poseen la capacidad económica para acceder al servicio de un centro deportivo.

Proyección de la demanda

Para determinar la proyección de la demanda, se procede a partir de los datos obtenidos en el cálculo de la demanda existente, la cual es 9.132 personas sin embargo se tienen que tomar en cuenta que el último censo oficial fue en el año 2010 lo que significa que se debe proceder a calcular la demanda actual con la tasa de crecimiento poblacional que según el INEC es de 2.2%, y posteriormente se procede a proyectar a 5 años desde el inicio de este proyecto.

Cuadro No. 17. Demanda actual a partir del último censo realizado por el INEC.

Año	Población total	Población económicamente activa	Demanda Existente
2010	32.357	21.304	9.132
2011	33.069	21.773	9.333
2012	33.796	22.252	9.538
2013	34.540	22.741	9.748
2014	35.300	23.242	9.963
2015	36.076	23.753	10.182
2016	36.870	24.275	10.406
2017	37.681	24.809	10.635
2018	38.510	25.355	10.869
2019	39.357	25.913	11.108

Fuente: Datos obtenidos según la investigación
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Por medio de la tasa de crecimiento poblacional se ha determinado que la demanda actual es de 11.108 personas y se procederá a calcular la demanda proyectada a 5 años.

Cuadro No. 18. Proyección de la demanda.

Proyección de la demanda				
Año	Tiempo	Población total	Población económicamente activa	Demanda Existente
2019	0	39.357	25.913	11.108
2020	1	40.223	26.483	11.352
2021	2	41.108	27.066	11.602
2022	3	42.013	27.661	11.857
2023	4	42.937	28.270	12.118
2024	5	43.881	28.892	12.384

Fuente: Datos obtenidos según la investigación
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

A través de la demanda actual que es 11.108 personas con una tasa de crecimiento equivalente al 2.2% se determina que dentro de 5 años esta demanda será 12.384 personas.

2.5. Análisis de la oferta:

Para analizar la oferta se tiene que realizar un sondeo de la competencia que existe, su calificación de parte de los usuarios, información proporcionada por el ministerio del deporte, entrevistas a los encargados de los gimnasio o centros deportivos cercanos y la calificación que se les da mediante estudios realizados por universidades en cuanto al deporte.

Algunos de los centros deportivos cercanos y más conocidos a los cuales se les realizara un análisis son: Zamboa Fitness Club, Club Vill Gym, Academia Team Ranger, Club deportivo Wolfs, Infinity Sport, Panters Sport entre otros los cuales ofrecen un servicio similar al cual nuestro proyecto está encaminado, se analizara también la capacidad instalada, numero de maquinarias y registro de beneficiarios mensuales.

Cuadro No. 19. Capacidad de producción de la oferta.

Centro deportivo	Registro de beneficiarios mensualmente	Registro anual
Zamboa Fitness Club	40	480
Club Vill Gym	53	636
Academia Team Ranger	46	552
Club deportivo Wolfs	105	1260
Infinity Sport	63	756
Panters Sport	28	336
Total	335	4020

Fuente: Datos obtenidos según la investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Se puede evidenciar que el total anual de las personas que suelen asistir a los diferentes centros deportivos es de 4.020 personas que representan la oferta actual.

Proyección de la oferta

Para determinar la proyección de la oferta se procede a utilizar la oferta total actual y la tasa de crecimiento poblacional que corresponde al 2.2% anual dato que es proporcionado por el INEC. Se procede a calcular la oferta proyectada a 5 años.

Cuadro No. 20. Proyección de la oferta.

Proyección de la oferta		
Año	Tiempo	Oferta
2019	0	4020
2020	1	4100
2021	2	4182
2022	3	4266
2023	4	4351
2024	5	4438

Fuente: Datos obtenidos según la investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha procederemos a restar la demanda total existente menos la oferta total existente, lo cual nos dará un resultado al cual llamaremos demanda insatisfecha

Cuadro No. 21. Demanda insatisfecha.

Año	Demanda Total	Oferta total	Demanda Insatisfecha
2019	11.108	4.020	7.088
2020	11.352	4.100	7.252
2021	11.602	4.182	7.420
2022	11.857	4.266	7.591
2023	12.118	4.351	7.767
2024	12.385	4.438	7.947

Fuente: Datos obtenidos según la investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

En el presente cuadro se representa la demanda insatisfecha en los diferentes años proyectados lo cual nos ayuda a entender la viabilidad y el mercado existente para el proyecto.

2.6. Análisis del precio:

El análisis de precio es uno de los factores con más relevancia dentro del proyecto, puesto que el mismo influye en la demanda del servicio que se quiere ofertar, tan bien se toma en consideración al tipo de mercado al cual va dirigido el proyecto, conociendo las preferencias del usuario al momento de seleccionar un servicio y cuáles son los factores que influyen en su decisión.

A través del estudio de mercado en la pregunta N°5 pudimos determinar los factores que los usuarios consideran importantes al momento de seleccionar un centro deportivo, estos van desde las instalaciones hasta los equipos que suelen utilizar.

Precio del servicio

Para poder determinar el precio del servicio que nuestro proyecto ofrece se procede a tomar en consideración el nivel de ingresos de las personas, el valor que está dispuesto a pagar por el servicio ofertado y el precio que ofrece la competencia por determinados servicios que tienen relación con nuestro proyecto.

Para poder terminar cuanto las personas están dispuestas a pagar en un centro deportivo se utilizara la pregunta N°7 de nuestra encuesta, la misma que evidencia que los precios que estarían dispuestos a pagar varían entre los 15 a 40 dólares mensuales por persona.

Cuadro No. 22. Análisis de los precios de la competencia

Centro deportivo	Precio mensual	precio diario
Zamboa Fitness Club	\$ 40.00	\$ 3.00
Club Vill Gym	\$ 35.00	\$ 2.50
Academia Team Ranger	\$ 35.00	\$ 2.50
Club deportivo Wolfs	\$ 30.00	\$ 2.00
Infinity Sport	\$ 40.00	\$ 3.00
Panters Sport	\$ 25.00	\$ 1.50
Total	\$ 205.00	\$ 14.50
Promedio	\$ 34.17	\$ 2.42

Fuente: Datos obtenidos según la investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Según el análisis podemos determinar que el promedio de precios que existe en nuestra competencia mensualmente es \$34.17, mientras que el precio diario que se cobra a los usuarios que asisten de una manera irregular es de \$2.42.

Tomando en consideración que el proyecto está dirigido al servicio de centro deportivo en el cual se imparten clases como: gimnasia artística, pole dancing, cheerleading, baile coreográfico, los mismos que llaman la atención y que no suelen ser explotadas al 100% en los gimnasios, se ha considerado incrementar un 16% al valor del promedio total obtenido como plus o servicios diferenciados, en este valor estará incluido el IVA.

Cuadro No. 23. Precio final

Precio promedio	34.17	2.42
16% de servicios diferenciados	5.47	0.39
Precio final	39.64	2.81
Precio final redondeado	40	3

Fuente: Datos obtenidos según la investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

A través de la información obtenida podemos determinar que el precio que se cobrara mensualmente en el centro deportivo será \$40 y las personas que deseen asistir irregularmente o solo por día su valor a pagar serán de \$3, estos valores se ajustan al mercado y la competencia en el cual se quiere incurrir.

2.7. Análisis de comercialización:

Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas son una parte importante del proyecto pues a través de ellas se busca adquirir una clientela que tenga deseos de inscribirse en el centro deportivo, una de las alianzas más importante es aquella que se realiza a través de centros educativos como colegios particulares pues ellos tienden a buscar mejorar su imagen y sobresalir ante la competencia, una forma en la cual estos colegios tienden a sobresalir del resto son las competencias deportivas, pues, las mismas realzan el nombre de la institución.

El proyecto se central en disciplinas deportivas las cuales tienden a tener competencias nacionales como internacionales, las cuales suelen ser frecuentadas por equipos de colegios, clubes deportivos, y público en general.

Las competencias nacionales tienen a tener reconocimientos hacia la institución de cual proviene él o la deportista, esto será un factor importante en el proyecto pues muchas veces el mérito se lo ganan clubs deportivos, pues estos tienden a tener gente especializada y la infra estructura necesaria para que él o la deportista se centre más en su entrenamiento, a través de la alianza estratégica se busca que los deportistas que asistan al centro deportivo y vengan de una institución participen en estas competencias y estén lo suficientemente preparados para dar el 100% , se busca también que el reconocimiento sea

tanto para el centro deportivo como para la institución de la cual provenga él o la deportista.

Publicidad

Una de las estrategias más importantes para la comercialización de un servicio es la publicidad la cual atrae a una gran cantidad de clientes potenciales, esta publicidad puede darse de diferentes maneras las cuales pueden ser: publicidad online, publicidad exterior, publicidad impresa, publicidad por anunciante, etc.

Los dos tipos de publicidad en los cuales se concentrara el centro deportivo son la publicidad impresa y la publicidad online los cuales conllevan un costo aproximado de \$180 mensuales.

La estrategia con estos dos tipos de publicidades serán, ofrecer los servicios mediante online para que la marca del centro deportivo FENIX CENTER sea conocida, así como afuera de establecimientos que brinden servicios similares.

Capítulo III

Estudio técnico, administrativo y ambiental

A través del estudio técnico podemos conocer e identificar la maquinaria, recursos humanos, recursos financieros y las instalaciones adecuadas que son importantes para llevar a cabo el proyecto del centro deportivo FENIX CENTER, así mismo, este estudio nos permite tener las bases necesarias para el estudio financiero.

3.1. Localización del proyecto

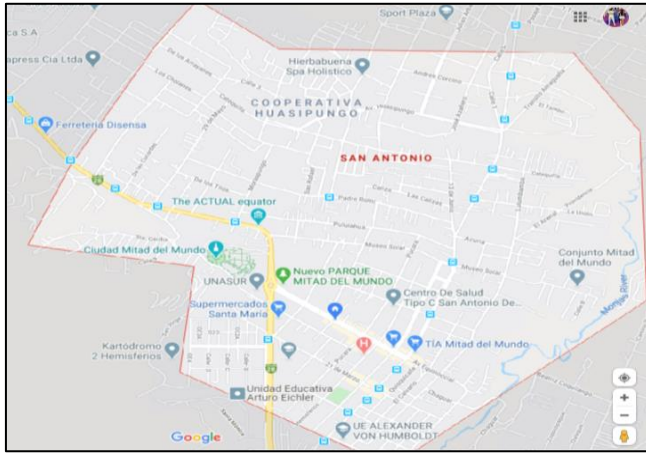
Para poder determinar la localización del proyecto se ha tomado en consideración los siguientes puntos: transporte y comunicación, cercanía de las fuentes de abastecimiento, factores ambientales, cercanía al segmento de mercado al cual está dirigido, estructura legal e impositiva, disponibilidad de servicios básicos, infraestructura, facilidad de eliminación de desechos.

Macro localización

El centro deportivo FENIX CENTER se ubicara en el sector UNASUR de la Mitad del Mundo, la cual a su vez está ubicada en la parroquia San Antonio de Pichincha, del cantón Quito.

El lugar escogido se debe a la tasa de crecimiento poblacional existente y la demanda insatisfecha de un centro deportivo, a su vez se ha tomado en consideración que San Antonio es un lugar turístico y con un crecimiento constante, prueba de esto son las nuevas obras del gobierno y el sector privado las cuales van desde la escuela del milenio hasta la creación de locales comerciales de grandes empresas como son: SANTA MARÍA, SUPERMAXI, TÍA, KFC, SUPER AKÍ, ETC.

Grafico No. 16. Macro localización.

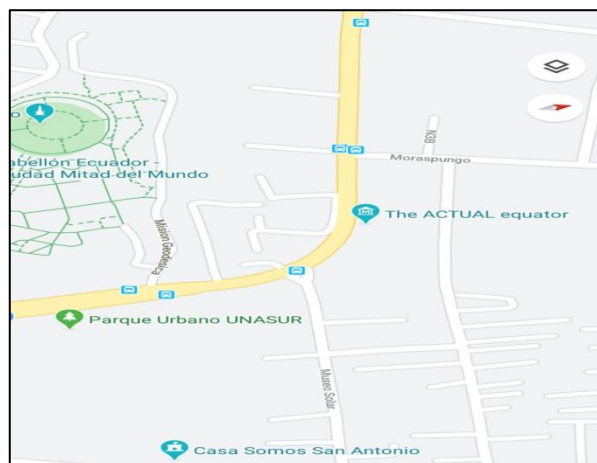


Fuente: Google Chrome
Elaborado por: Google Maps.

Micro localización

Se ha determinado que la mejor alternativa de ubicación para el centro deportivo FENIS CENTER es en la avenida Manuel Córdova Galarza, contraria a la calle Pululahua, a cuatro minutos en sentido norte del edificio UNASUR y la Plaza Equinoccial.

Grafico No. 17. Micro localización.



Fuente: Google Chrome
Elaborado por: Google Maps.

La infraestructura la cual es adecuada y seleccionada para la creación del futuro centro deportivo FENIX CENTER, tiene un área de 200 metros cuadrados y una altura de 6 metros, estas proporciones nos permiten adecuar correctamente el espacio a nuestras necesidades.

El lugar ha sido ocupado como almacén de diferentes empresas entre ellas MINESA la cual dejo de arrendarlo en el año 2018, pues, la misma necesitaba un espacio más amplio para guardar sus materiales y equipos.

El arriendo del establecimiento está fijado en \$500 mensuales, sin embargo se tiene que invertir una cierta cantidad de dinero para su correcta adecuación y funcionamiento, este lugar tiene acceso a un parqueadero amplio, servicios básicos y está ubicado cerca de un lugar turístico así como una plaza comercial.

Grafico No. 18. Establecimiento.



Fuente: Google Chrome
Elaborado por: Google Maps.

3.2. Tamaño del proyecto

El proyecto enfocado a la creación del centro deportivo FENIX CENTER contara con recursos propios y una parte será financiada con préstamo bancario el cual se realizara a través de la institución financiera BANCO PICHINCHA que nos ofrece una tasa de interés de 11.23%

Se ha tomado en cuenta las diferentes instituciones financieras que existen en Ecuador y en base a un análisis se ha determinado cuales son las mejores opciones de crédito.

Cuadro No. 24. Crédito bancario.

Banco Pichincha	
Monto	25000
plazo	5 años
Tasa de interés mensual	11.23%

Fuente: Datos obtenidos según investigación
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

3.3. Proceso de producción o servicio

Servicio del centro deportivo:

El centro deportivo FENIX CENTER se especializara en ofrecer los servicios de carácter físico enfocadas en las clases deportivas de distintas disciplinas las cuales son: cheerleading, gimnasia artística, pole dancing y baile coreográfico.

Los horarios de atención estarán distribuidos de la siguiente manera a fin de poder acomodarse a las necesidades y gustos de los clientes:

Cuadro No. 25. Cronograma 1.

N°	Horario de atención.	Clases impartidas los lunes, miércoles y viernes.	Instructores
1	06:00 a.m. - 07:00 a.m.	Área libre	
2	07:00.a.m. - 08:00 a.m.		
3	08:00 a.m. - 09:00 a.m.	Pole dancing	Instructor 1
4	09:00 a.m. - 10:00 a.m.		
5	10:00 a.m. - 11:00 a.m.	Baile coreográfico	
6	11:00 a.m. - 12:00 p.m.	Área libre	
7	12:00 p.m. - 13:00 p.m.		
8	13:00 p.m. - 14:00 p.m.	Gimnasia artística	Instructor 2
9	14:00 p.m. - 15:00 p.m.		
10	15:00 p.m. - 16:00 p.m.	Cheerleading nivel 1	
11	16:00 p.m. - 17:00 p.m.	Área libre	
12	17:00 p.m. - 18:00 p.m.		
13	18:00 p.m. - 19:00 p.m.	Cheerleading nivel 4	Gerente /instructor
14	19:00 p.m. - 20:00 p.m.		3
15	20:00 p.m. - 21:00 p.m.	Cheerleading nivel 6	
16	21:00 p.m. - 22:00 p.m.	Área libre	

Fuente: Datos obtenidos según investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

En el cronograma N° 1 se evidencia las clases que se darán en el centro deportivo los días lunes, miércoles y viernes, así como la distribución de los horarios y los instructores que estarán a cargo de las clases o talleres.

La capacidad operativa del establecimiento se guiará por las clases impartidas y las áreas libres, las clases impartidas pueden tener un máximo de hasta 20 personas por clase, mientras que las áreas libres pueden ser ocupadas hasta por 10 personas cada una, las cuales buscan aprovechar los espacios, la infraestructura y los equipos del centro deportivo.

Las clases están y las áreas libres están divididas en dos horarios alternados por lo cual se duplica el número de personas que asisten mensualmente, las clases impartidas al

día son 6 multiplicado por los 2 horarios existentes en la semana que nos daría un total de 12 clases con una capacidad operativa de 20 alumnos por clase.

Las áreas libres son utilizadas por personas que buscan aprovechar las instalaciones, las personas que suelen utilizar este tiempo lo hacen con fines recreativos y buscan distracción, la capacidad operativa de horas libres es de 10 personas por hora, esto debido a que se pueden ocupar todos los implementos del centro deportivo.

Determinar la capacidad operativa total:

- Clases al día: 6
- Capacidad de personas por clase: 20
- Horarios existentes: 2
- Número de personas en total de áreas libres: 40 personas.

$$6 \times 20 \text{ Capacidad de personas por clase} = 120$$

$$120 \times 2 \text{ horarios} = 240 \text{ personas inscritas}$$

$$240 \text{ personas inscritas} + 80 \text{ personas áreas libres} = 320 \text{ personas}$$

Las 320 personas corresponden a la capacidad operativa del centro deportivo sin embargo solo representan el 60% de la capacidad instalada, esto debido a la adecuación del local y cada uno de sus implementos.

Cuadro No. 26. Cronograma 2.

N°	Horario de atención.	Clases impartidas los lunes, miércoles y viernes.	Instructores
1	06:00 a.m. - 07:00 a.m.	Área libre	
2	07:00 a.m. - 08:00 a.m.		
3	08:00 a.m. - 09:00 a.m.	Gimnasia artística	Instructor 2
4	09:00 a.m. - 10:00 a.m.		
5	10:00 a.m. - 11:00 a.m.	Cheerleading nivel 1	
6	11:00 a.m. - 12:00 p.m.	Área libre	
7	12:00 p.m. - 13:00 p.m.		
8	13:00 p.m. - 14:00 p.m.	Cheerleading nivel 4	Gerente /Instructor
9	14:00 p.m. - 15:00 p.m.		3
10	15:00 p.m. - 16:00 p.m.	Cheerleading nivel 6	
11	16:00 p.m. - 17:00 p.m.	Área libre	
12	17:00 p.m. - 18:00 p.m.	Área libre	
13	18:00 p.m. - 19:00 p.m.		
14	19:00 p.m. - 20:00 p.m.	Pole dancing	Instructor 1
15	20:00 p.m. - 21:00 p.m.		
16	21:00 p.m. - 22:00 p.m.	Baile coreográfico	

Fuente: Datos obtenidos según investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

El cronograma N° 2 correspondiente a los días miércoles, jueves y sábados, el cual tiene la finalidad de hacer que todas aquellas persona que por uno u otro motivo no pueden acceder a una clase por su horario, tengan una segunda opción.

Proceso de servicio

Correspondiente al conjunto de actividades que se llevaran a cabo dentro del centro deportivo por parte de cada uno de sus colaboradores a fin de responder satisfactoriamente a las necesidades y expectativas del cliente.

Cuadro No. 27. Proceso de servicios.

PROCESO DEL SERVICIO	
GERENTE & INSTRUCTOR 3	Atención al cliente, registro de los clientes, revisar el estado de las maquinas e impartir clases de cheerleading nivel 4 y 6
INSTRUCTOR 1	Atención al cliente, Impartir clases de pole dancing y baile coreográfico
INSTRUCTOR 2	Atención al cliente e impartir clases de cheerleading nivel 1 y gimnasia artística.

Fuente: Datos obtenidos según investigación
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Requerimiento de talento humano

La persona del centro deportivo FENIX CENTER tiene que ser capacitado y especializado con el fin de garantizar el correcto funcionamiento del mismo.

Cuadro No. 28. Talento Humano

PERSONAL	SUELDO	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES
GERENTE /INSTRUCTOR 3	\$600.00	\$50.00	\$33.33	\$50.00	\$25.00
INSTRUCTOR 1	\$450.00	\$37.50	\$33.33	\$37.50	\$18.75
INSTRUCTOR 2	\$450.00	\$37.50	\$33.33	\$37.50	\$18.75

Fuente: Datos obtenidos según investigación
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Aportes al IESS:

Cuadro No. 29. Aportes al IESS:

PERSONAL	APORTE PATRONAL	APORTE INDIVIDUAL
GERENTE /INSTRUCTOR 3	\$66.90	\$56.70
INSTRUCTOR 1	\$50.18	\$42.53
INSTRUCTOR 2	\$50.18	\$42.53

Fuente: Datos obtenidos según investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Valor total del talento humano para el centro deportivo:

Cuadro No. 30. Valor total del talento humano para el centro deportivo.

PERSONAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GERENTE /INSTRUCTOR 3	\$825.23	\$9,902.80
INSTRUCTOR 1	\$627.26	\$7,527.10
INSTRUCTOR 2	\$627.26	\$7,527.10
TOTAL	\$2,079.75	\$24,957.00

Fuente: Datos obtenidos según investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Podemos determinar el valor total mensual que se tendrá que pagar por el talento humano que tendrá el centro deportivo FENIX CENTER, se sumaran los valores totales anuales de todos los colaboradores el cual nos da como resultado \$24,957.00, este valor obedece todos los reglamentos en la contratación de personas en Ecuador.

Requerimientos de materiales e insumos de limpieza

Insumos de limpieza:

Cuadro No. 31. Insumos de limpieza.

INSUMOS DE LIMPIEZA					
ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
QUID DE ARTICULOS DE LIMPIEZA	1	\$20	\$20	\$20	\$240
Total				\$20	\$240

Fuente: Datos obtenidos según investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Suministros de oficina:

Cuadro No. 32. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA					
ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
PAQUETE DE ESFEROS	\$1.00	\$3.00	\$3.00	\$3.00	\$36.00
HOJAS DE PAPEL	\$1.00	\$3.00	\$3.00	\$3.00	\$36.00
GRAPAS	\$1.00	\$1.50	\$1.50	\$1.50	\$18.00
CORRECTOR	\$1.00	\$1.50	\$1.50	\$1.50	\$18.00
Total				\$9.00	\$108.00

Fuente: Datos obtenidos según investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Requerimiento de repuesto y accesorios:

Los requerimientos de repuestos y accesorios nos sirven para poder mantener al establecimiento y a su maquinaria en estado óptimo para su utilización, la calidad de nuestro servicio depende en gran manera de los equipos y sus cuidados.

Cuadro No. 33. Repuestos y accesorios.

Repuestos y accesorios		
SERVICIO	MENSUAL	ANUAL
Repuestos y accesorios	\$10.00	\$120.00
Mantenimiento del local	\$10.00	\$120.00
Mantenimiento de equipos	\$20.00	\$240.00
Total	\$40.00	\$480.00

Fuente: Datos obtenidos según investigación
 Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Requerimientos de servicios básicos:

Para poder funcionar de una manera óptima el centro deportivo necesita tener acceso a todos los servicios básicos. Los gastos estimados se los realizan comparando los gastos de otros establecimientos que brindan el mismo servicio o uno similar.

Cuadro No. 34. Servicios básicos.

SERVICIOS BÁSICOS		
SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	\$25.00	\$300.00
Luz	\$100.00	\$1,200.00
teléfono	\$50.00	\$600.00
Internet	\$25.00	\$300.00
Total	\$200.00	\$2,400.00

Fuente: Datos obtenidos según investigación
 Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Arriendo del local:

El arriendo del local es una de las partes primordiales del centro deportivo FENIX CENTER, se tiene que tomar en cuenta la infraestructura y dimensiones, así como el estado en el cual se encuentran las instalaciones.

Cuadro No. 35. Arriendos.

ARRIENDO DEL LOCAL		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ARRIENDO	\$500.00	\$6,000.00
TOTAL	\$500.00	\$6,000.00

Fuente: Datos obtenidos según investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Requerimiento de activos diferidos:

Para poder establecer el centro deportivo existen algunos gastos que se tienen que realizar los cuales tienen que ver con papeles de legalización, movilización de personas que realizan la documentación y adecuación del establecimiento.

Cuadro No. 36. Activos diferidos.

Activos diferidos	
CONCEPTO	COSTO
GASTOS DE INSTALACIÓN Y ADECUACIÓN	\$5,000.00
GASTOS DE LEGALIZACIÓN	\$800.00
Total	\$5,800.00
Valor anual por 5 años	\$1,160.00

Fuente: Datos obtenidos según investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Publicidad:

Uno de los factores más importantes para poder establecer un centro deportivo es la publicidad, ya que a través de esta se puede atraer a una gran cantidad de mercado y clientes potenciales.

Cuadro No. 37. Publicidad.

PUBLICIDAD		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PUBLICIDAD ONLINE	\$100.00	\$1,200.00
PUBLICIDAD IMPRESA	\$80.00	\$960.00
TOTAL	\$180.00	\$2,160.00


Fuente: Datos obtenidos según investigación

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

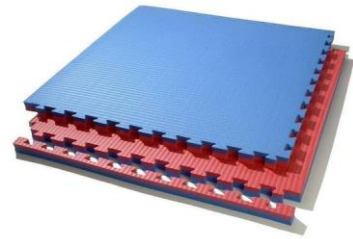
Requerimiento de maquinaria:

La maquinaria que se ocupa en un centro deportivo tiende a ser con un enfoque en disciplinas físico deportivas, y suele ser usado por una gran cantidad de personas, por ello se ha optado por los mejores equipos en relación calidad – precio.

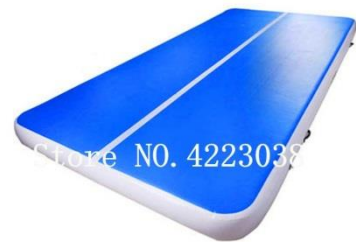
Cuadro No. 38. Maquinaria.

MAQUINARIA Y EQUIPOS				
N.º	Descripción	cantidad	Precio unitario	Modelo
1	Sprint	1	\$13,000.00	

2 Tatami 12 \$3.00



3 Airtrack gimnasio 2 \$85.00



4 Camas elástica 4 \$250.00



1 Tubos de pole dancing 4 \$200.00



2 Computador 1 \$600.00



3 Colchonetas 5 \$200.00



4 Mini componente LG 2 \$118.00



5 Mini trampolín 3 \$140.00








6 Pelota suiza 3 \$9.00



7 Televisor 2 \$334.00



<p>8 Conjunto de mancuernas de peso entre los 1 a 10 kg</p>	<p>4</p>	<p>\$215.00</p>	
<p>9 cintas elásticas</p>	<p>4</p>	<p>\$20.00</p>	
<p>10 Frigorífico</p>	<p>1</p>	<p>\$400.00</p>	
<p>11 Teléfono</p>	<p>1</p>	<p>\$22.00</p>	
<p>12 Discos de 15 kg</p>	<p>4</p>	<p>\$15.00</p>	

13 Discos de 20 kg 4 \$20.00



14 Discos de 25 kg 4 \$25.00





15 Barra de cobre olímpica 4 \$40.00





Fuente: Datos obtenidos según investigación
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Muebles y enceres:

Cuadro No. 38. Muebles y enceres.

MUEBLES Y ENCERES				
N°	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	MODELO
1	Espejos	5	\$60.00	
2	Conjunto de escritorio	1	\$150.00	

3 Casilleros	2	\$165.00	
4 Basureros	3	\$6.00	

Fuente: Datos obtenidos según investigación
 Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Otros gastos existentes:

El centro deportivo FENIX CENTER se centra en un target de mercado de clase media y media alta, es por ello que la presentación de nuestros futuros trabajadores es importante, tan bien se tiene que tomar en cuenta las movilizaciones ocasionales por motivos del negocio.

Cuadro No. 39. Gastos operacionales.

Gastos operacionales			
Concepto	Costo mensual	Costo anual	
Uniformes	\$40.00	\$480.00	
Movilizaciones	\$10.00	\$120.00	
Total	\$50.00	\$600.00	

Fuente: Datos obtenidos según investigación
 Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Para calcular los uniformes se ha tomado en cuenta el costo total dividido entre los 12 meses del año, esto se lo realiza ya que los uniformes no serán entregados mensualmente sino trimestralmente y cada trabajador contara con 2 uniformes.

Calculo de los uniformes:

Total de trabajadores: 3.

Uniformes que ocuparan por trabajador: 2.

Frecuencia de entrega de uniformes: cada 3 meses o 4 veces al año.

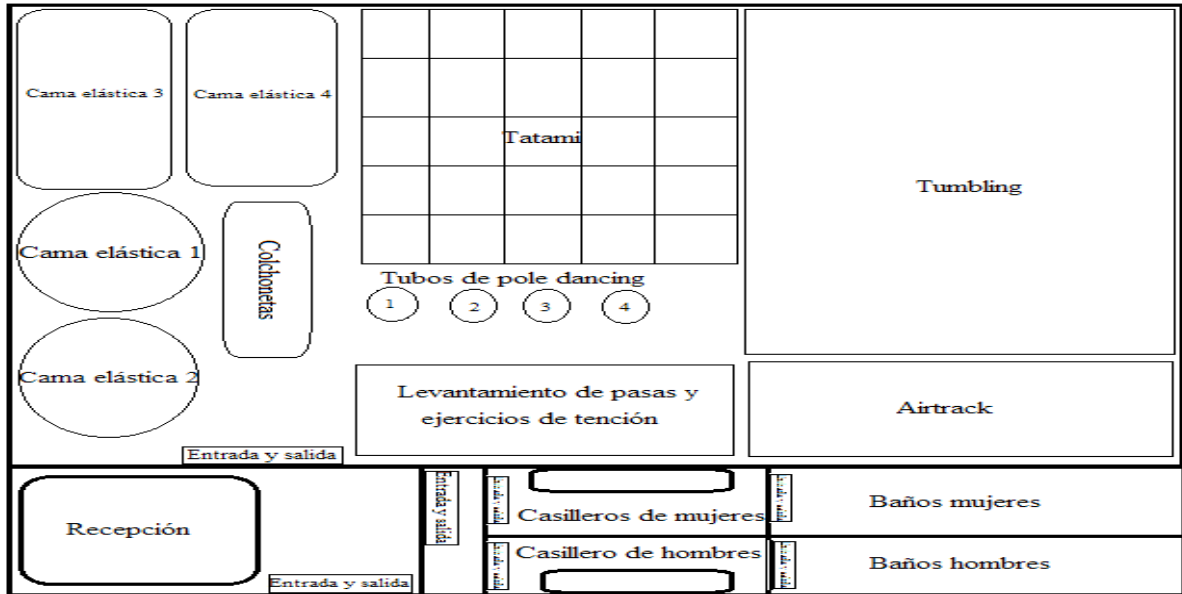
Costo por uniforme: \$20.00

Total anual: (T . T * U . O * C . U) * F . E

Total anual: (3 * 2 * 20) * 4

Distribución de la plaza:

Grafico No. 19. Distribución de la plaza.



Fuente: Estudio técnico..
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

3.4. Constitución del negocio

Nuestro proyecto se enfoca en la creación de un centro deportivo con el nombre FENIX CENTER el cual será constituido por una persona natural, la cual está obligada a estar inscrita en el RUC; y debe emitir u entregar comprobantes de ventas autorizados por el SRI.

Existen diferentes requisitos, permisos y autorizaciones que se deben llevar a cada para poder constituir el centro deportivo FENIX CENTER los cuales se detallan a continuación:

Servicio de rentas internas

Uno de los aspectos legales que se deben realizar para poner en marcha el centro deportivo "FEENIS CENTER" es obtener un Registro Único de Contribuyentes también conocido por sus siglas RUC, esto se lo puede obtener el Servicio de Rentas Internas tan bien llamado SRI, estaremos bajo el dominio de Persona Natural por lo cual el centro deportivo no estará obligado a llevar contabilidad, ya que su actividad económica no genera \$100.000, tampoco inicia con un capital propio superior a \$60.000 y los costos y gastos no son mayores a \$80.000.

Patente

La patente es un impuesto que pagan todas las personas que tienen una actividad económica tanto natural como jurídica, a través de él se puede adquirir el RAET referente al Registro de Actividades Económicas para gestión Tributaria.

El centro deportivo FENIX CENTER estará bajo el dominio de persona natural no obligada a llevar contabilidad por lo cual los requisitos son: Copia del RUC, copia de cedula y papeleta de votación, formulario de inscripción al RAET, formulario del acuerdo para uso de medios electrónicos y copia a blanco y negro de una planilla de servicios básicos.

Municipio de Quito

En el municipio de quito se puede obtener la Licencia Metropolitana Única más conocida por sus siglas LUAE, el cual autoriza a su titulado el ejercicio de actividades económicas en un determinado establecimiento.

La LUAE integra las siguientes autorizaciones o permisos: Permiso Sanitario, Permiso de Funcionamiento de Bomberos, Permiso Ambiental, Informe de compatibilidad y uso de Suelo con sus siglas ICUS, Rotulación o Identificación de las actividades económicas, Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas y Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.

Cuerpos de bomberos de Quito

Existen ciertos requisitos los cuales son solicitados por el Cuerpo de Bomberos de Quito para que emita el permiso de funcionamiento entre los cuales tenemos: Informe de Inspección, Copia de RUC, Copia de patente municipal, Copia de Cedula de Identidad del propietario.

Ministerio de salud:

Otros de los permisos solicitados para el funcionamiento de nuestro futuro centro deportivo es el MSP que corresponde a las siglas del Ministerio de Salud Pública, los requerimientos que solicita esta institución son: Formulario del solicitante, RUC, Copia de la cedula de ciudadanía, Plano del establecimiento a escala 1:50, Croquis de ubicación del establecimiento, Permiso otorgado por los bomberos, Copias de los certificados de salud del personal el cual debe ser conferido por un Centro de Salud Pública del Ministerio de Salud.

3.5. Filosofía empresarial

Declaración de la visión:

La visión del futuro centro deportivo FENIX CENTER se centra en cómo debe actuar o ser la empresa, esta se guía en los valores u convicciones de quienes la conforman

“Ser líderes y destacar entre todos los centros deportivos existentes en Pichincha, mejorando a través de una correcta administración la cual es confiable y oportuna, tomando como pilar fundamental la eficiencia y rentabilidad de la organización.”

Declaración de la misión:

A misión del centro deportivo FENIX CENTER está orientada a sus actividades por lo cual se ha definido como:

“Nos comprometemos a mejorar cada día para poder brindar el máximo beneficio a nuestros clientes a través de nuestras instalaciones y personal capacitado, guiados por la aplicación de nuestros valores.”

Valores:

Los valores son algo fundamental dentro de toda organización y se considera algo de gran relevancia en centros deportivos, algunos de los valores primordiales para el futuro centro deportivo FENIX CENTER son: el respeto, cooperación, entusiasmo, lealtad y tolerancia.

3.6. Estrategia

Las estrategias buscan hacer realidad la misión y visión de cualquier organización, definen los objetivos de la empresa y las acciones y recursos que se van a emplear para cumplir esos objetivos, por ello el centro deportivo FENIX CENTER llevará a cabo las siguientes estrategias:

Estrategia de competitividad:

Podemos encontrar diferentes estrategias de competitividad las cuales son: liderazgo en costos, concentración y diferenciación; Para el proyecto enfocado en la creación de un centro deportivo en el sector UNASUR de la Mitad del Mundo se utilizara la estrategia de diferenciación.

La estrategia de la diferenciación fue escogida por que el centro deportivo que se planea crear se destaca entre su competencia ya que la el mismo está enfocado en adecuar correctamente las instalaciones para realizar las actividades deportivas que se ofrece como son: cheerleading, gimnasia artística, pole dancing y baile coreográfico; El costo de inscripción o ingreso estará acorde al de la competencia pero siempre tomara como prioridad la calidad del servicio que se piensa prestar y la innovación constante.

Estrategia de competencia:

Existen diferentes tipos de estrategias de competencia los cuales son: estrategia de líder, estrategia de retador, estrategia de seguidor y estrategia de especialista; Para el centro deportivo FENIX CENTER la estrategia utilizada será la de Líder.

La estrategia de líder nos permite enmarcar los puntos fuertes que nos dan una posición dominante ante la competencia, en esto podemos destacar uno de los materiales más importantes con los que contara el futuro centro deportivo que es el "tumbling" el cual por sus dimensiones no suelen tener ningún centro deportivo o gimnasio, esto nos ayudara a posicionarnos tanto en el mercado como en la mente de los clientes.

3.7. Análisis de viabilidad ambiental

El centro deportivo FENIX CENTER se compromete a la adecuación correcta del establecimiento a fin de contar con lugares apropiados para depositar los desechos que se produzcan dentro de las instalaciones.

Unas de las acciones que tomara el centro deportivo para reducir el impacto ambiental será promover la educación ambiental en las personas que laboren dentro del establecimiento los cuales ayuden a inculcar y motivar esta educación a las personas que acudan al centro deportivo.

Capítulo IV

Estudio y evaluación financiera

La realización de este estudio permitirá estimar la rentabilidad de la inversión en el centro deportivo. Para lo cual se procede a recopilar datos e información generada en los capítulos anteriores, la información que se toma en cuenta será aquella de carácter monetario que influirá de una u otra manera en el funcionamiento del centro deportivo.

Se establecerá los presupuestos tanto de inversión como de operación los cuales nos permitirán conformar los diferentes estados financieros. El resultado de estos presupuestos y estados financieros se tomaran como base para la evaluación financiera.

4.1. Inversión – Capital de trabajo

Presupuesto de inversión

En el presente proyecto la inversión es un mecanismo de financiamiento el cual consiste en asignar recursos a un conjunto de programas de inversión para poner en marcha las actividades económicas, la inversión del proyecto está conformada por dos etapas las cuales son: inversión fija y capital de trabajo.

La capacidad operativa del proyecto se da en base al grupo o sumatoria de todos los valores de bienes y servicios necesarios para la implementación del mismo y la correcta ejecución del servicio que se piensa prestar.

Activo fijo

Correspondientes a todos los bienes tangibles que se usaran en la producción de servicios dentro del centro deportivo FENIX CENTER los cuales tienen un valor y no son fácilmente convertibles en liquidez a corto plazo.

Entre los activos fijos necesarios para que se lleve a cabo este proyecto podemos encontrar: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, implementos deportivos, etc. los cuales serán utilizados para el correcto funcionamiento del centro deportivo.

A continuación se detalla la maquinaria del centro deportivo especificando el valor unitario y el valor total del mismo, se ha tomado en cuenta la calidad y los precios más convenientes para el centro deportivo.

Cuadro No. 40. Maquinaria y equipos.

Maquinaria y equipos				
N°	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Tumbling	1	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00
2	Tatami	12	\$ 3.00	\$ 36.00
3	Airtrack gimnasio	2	\$ 85.00	\$ 170.00
4	Camas elástica	4	\$ 250.00	\$ 1,000.00
1	Tubos de pole dancing	4	\$ 200.00	\$ 800.00
2	Computador	1	\$ 600.00	\$ 600.00
3	Colchonetas	5	\$ 200.00	\$ 1,000.00
4	Mini componente LG	2	\$ 118.00	\$ 236.00
5	Mini trampolín	3	\$ 140.00	\$ 420.00
6	Pelota suiza	3	\$ 9.00	\$ 27.00
7	Televisor	2	\$ 334.00	\$ 668.00
8	Conjunto de mancuernas de peso entre los 1 a 10 kg	4	\$ 215.00	\$ 860.00
9	Cintas elásticas	4	\$ 20.00	\$ 80.00
10	Frigorífico	1	\$ 400.00	\$ 400.00
11	Teléfono	1	\$ 22.00	\$ 22.00
12	Discos de 15 kg	4	\$ 15.00	\$ 60.00
13	Discos de 20 kg	4	\$ 20.00	\$ 80.00
14	Discos de 25 kg	4	\$ 25.00	\$ 100.00
15	Barra de cobre olímpica	4	\$ 40.00	\$ 160.00
Total		65	\$ 15,696.00	\$ 19,719.00

Fuente: Datos obtenidos según investigación
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Muebles y enseres:

Cuadro No. 41. Muebles y enseres.

Muebles y enseres				
N°	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Espejos	5	\$ 60.00	\$ 300.00
2	Conjunto de escritorio	1	\$ 150.00	\$ 150.00
3	Casilleros	2	\$ 165.00	\$ 330.00
4	Basureros	3	\$ 6.00	\$ 18.00
Total		11	\$ 381.00	\$ 798.00

Fuente: Datos obtenidos de la investigación.
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Total de inversión fija:

Cuadro No. 42. Total de inversión fija.

Total de inversión fija	
Concepto	Valor
Maquinaria y equipos	\$ 19,719.00
Muebles y enseres	\$ 798.00
Total de inversión fija	\$ 20,517.00

Fuente: Datos obtenidos de la investigación.
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Depreciación del activo fijo:

Todo activo sufre una depreciación cuando es utilizado para generar ingresos, su desgaste constante durante su vida útil lo lleva a ser inutilizable y esto representa un valor dentro de una empresa.

La depreciación de los activos fijos del centro deportivo "FENIX CENER" estarán sujetos a los porcentajes de depreciación establecidos en la Ley de Régimen Tributario en sus artículos 26 al 31 y artículo 36.

Depreciación de los activos:

- Inmuebles como: naves, aeronaves, barcasas y similares a excepción de terrenos 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual.

Cuadro No. 43. Total de inversión fija.

Depreciación del activo fijo								
Concepto	Valor	% por ley	2020	2021	2022	2023	2024	Valor residual
Maquinaria y equipos	\$19,719.00	10%	\$1,971.90	\$1,971.90	\$1,971.90	\$1,971.90	\$1,971.90	\$9,859.50
Muebles y enseres	\$798.00	10%	\$79.80	\$79.80	\$79.80	\$79.80	\$79.80	\$399.00
Total de inversión fija	\$20,517.00		\$2,051.70	\$2,051.70	\$2,051.70	\$2,051.70	\$2,051.70	\$10,258.50

Fuente: Datos obtenidos de la investigación.
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Activo diferido:

Los activos diferidos corresponden a las amortizaciones los cuales son derechos y servicios necesarios para empezar a ejercer las actividades económicas o funcionamiento del proyecto.

Cuadro No. 44. Total de inversión fija.

Activos diferidos	
Concepto	Valor
Pago de permisos	\$ 800.00
Gasto adecuación y remodelaciones	\$ 5,000.00
Total	\$ 5,800.00
Valor de amortización anual (por 5 años)	\$ 1,160.00

Fuente: Datos obtenidos de la investigación.
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Capital de trabajo:

Representa la inversión que circula para atender las operaciones de comercialización y producción de un servicio.

Para el centro deportivo FENIX CENTER se utilizara el MÉTODO DE PERIODO DE DESFASE consiste en el momento de realizar el primer pago por la adquisición de la materia prima y el momento de recaudación por la venta de un producto o servicio.

Cuadro No. 46. Capital de trabajo.

Capital de trabajo	
Concepto	Valor Anual
Sueldos y salarios	\$ 24,957.00
suministros de oficina	\$ 108.00
Equipos de limpieza	\$ 240.00
Repuestos y accesorios	\$ 480.00
Servicios básicos	\$ 2,400.00
Arriendos	\$ 6,000.00
Publicidad	\$ 2,160.00
Uniformes	\$ 480.00
Movilización	\$ 120.00
Total	\$ 36,945.00

Fuente: Datos obtenidos de la investigación.
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano

Calculo del capital de trabajo:

Formula:

$$ICT = \frac{Ca}{360} * nd$$

$$ICT = \frac{36,945.00}{360} * 30$$

$$ICT = 3,078.75$$

Presupuesto de inversión inicial:

Cuadro No. 47. Inversión inicial.

INVERSIÓN INICIAL	
CUENTAS	VALOR
Activo fijo	
Maquinaria y equipos	\$ 19,719.00
Muebles y enceres	\$ 798.00
Total activos fijos	\$ 20,517.00
Activos diferidos	
Pago de permisos	\$ 800.00
Adecuación y remodelaciones	\$ 5,000.00
Total de activos diferidos	\$ 5,800.00
Capital de trabajo	
Capital de trabajo	\$ 3,078.75
Total del capital de trabajo	\$ 3,078.75
Otros gastos	\$ 604.25
Total de la inversión	\$ 30,000.00

Fuente: Datos obtenidos de la investigación.
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Se ha tomado en cuenta el capital de trabajo así como las diferentes cuentas para poder determinar el monto de inversión inicial, a esto se le ha agregado la cuenta otros gastos en función de prever cualquier vicisitud que se vaya dando en la ejecución del proyecto.

4.2. Financiamiento

El financiamiento del centro deportivo FENIX CENTER estará conformado por dos partes las cuales son recursos propios y apalancamiento, este último será financiado con préstamo bancario el cual se realizara a través de la institución financiera BANCO PICHINCHA que ofrece una tasa de interés de 11.23%

Tomando en consideración los resultados de la inversión inicial propuesta se ha determinado que \$5,000.00 será financiado por recursos propios los cuales deberán ser recuperados con la misma tasa de interés que el banco y al mismo plazo.

El apalancamiento destinado al banco será de \$25,000.00 con una tasa de interés de 11.23% a 5 años plazo.

Financiamiento del BANCO PICHINCHA:

- Monto: 25000
- Plazo: 60 meses.
- Tasa de interés: 11,23%
- Tipo de sistema de amortización: Francés.
- Producto: Crédito Comercial Pymes.

- Frecuencia de pago: Mensual.
- Tasa de contribución social: 0.5%

Tabla de amortización mensual de los \$25,000.00.

Cuadro No. 48. Tabla de amortización 1.

Cuota	Capital	Interés	Seguro desg.	Valor cuota	Saldo
0	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$25,000.00
1	\$305.87	\$233.96	\$16.66	\$556.49	\$24,694.13
2	\$308.93	\$231.10	\$16.46	\$556.49	\$24,385.20
3	\$312.03	\$228.20	\$16.26	\$556.49	\$24,073.17
4	\$315.16	\$225.28	\$16.05	\$556.49	\$23,758.01
5	\$318.32	\$222.34	\$15.83	\$556.49	\$23,439.69
6	\$321.51	\$219.36	\$15.62	\$556.49	\$23,118.18
7	\$324.73	\$216.35	\$15.41	\$556.49	\$22,793.45
8	\$327.99	\$213.31	\$15.19	\$556.49	\$22,465.46
9	\$331.27	\$210.24	\$14.98	\$556.49	\$22,134.19
10	\$334.59	\$207.14	\$14.76	\$556.49	\$21,799.60
11	\$337.95	\$204.01	\$14.53	\$556.49	\$21,461.65
12	\$341.34	\$200.85	\$14.30	\$556.49	\$21,120.31
13	\$344.76	\$197.65	\$14.08	\$556.49	\$20,775.55
14	\$348.22	\$194.42	\$13.85	\$556.49	\$20,427.33
15	\$351.71	\$191.17	\$13.61	\$556.49	\$20,075.62
16	\$355.23	\$187.87	\$13.39	\$556.49	\$19,720.39
17	\$358.79	\$184.55	\$13.15	\$556.49	\$19,361.60
18	\$362.39	\$181.19	\$12.91	\$556.49	\$18,999.21
19	\$366.02	\$177.80	\$12.67	\$556.49	\$18,633.19
20	\$369.69	\$174.38	\$12.42	\$556.49	\$18,263.50
21	\$373.40	\$170.92	\$12.17	\$556.49	\$17,890.10
22	\$377.14	\$167.42	\$11.93	\$556.49	\$17,512.96
23	\$380.92	\$163.89	\$11.68	\$556.49	\$17,132.04
24	\$384.74	\$160.33	\$11.42	\$556.49	\$16,747.30
25	\$388.60	\$156.73	\$11.16	\$556.49	\$16,358.70
26	\$392.49	\$153.09	\$10.91	\$556.49	\$15,966.21
27	\$396.43	\$149.42	\$10.64	\$556.49	\$15,569.78

28	\$400.40	\$145.71	\$10.38	\$556.49	\$15,169.38
29	\$404.42	\$141.96	\$10.11	\$556.49	\$14,764.96
30	\$408.47	\$138.18	\$9.84	\$556.49	\$14,356.49
31	\$412.57	\$134.35	\$9.57	\$556.49	\$13,943.92
32	\$416.70	\$130.49	\$9.30	\$556.49	\$13,527.22
33	\$420.88	\$126.59	\$9.02	\$556.49	\$13,106.34
34	\$425.10	\$122.65	\$8.74	\$556.49	\$12,681.24
35	\$429.36	\$118.68	\$8.45	\$556.49	\$12,251.88
36	\$433.66	\$114.66	\$8.16	\$556.48	\$11,818.22
37	\$438.01	\$110.60	\$7.88	\$556.49	\$11,380.21
38	\$442.40	\$106.50	\$7.59	\$556.49	\$10,937.81
39	\$446.84	\$102.36	\$7.29	\$556.49	\$10,490.97
40	\$451.32	\$98.18	\$6.99	\$556.49	\$10,039.65
41	\$455.84	\$93.95	\$6.70	\$556.49	\$9,583.81
42	\$460.41	\$89.69	\$6.39	\$556.49	\$9,123.40
43	\$465.03	\$85.38	\$6.08	\$556.49	\$8,658.37
44	\$469.69	\$81.03	\$5.77	\$556.49	\$8,188.68
45	\$474.40	\$76.63	\$5.46	\$556.49	\$7,714.28
46	\$479.15	\$72.19	\$5.15	\$556.49	\$7,235.13
47	\$483.96	\$67.71	\$4.82	\$556.49	\$6,751.17
48	\$488.81	\$63.18	\$4.50	\$556.49	\$6,262.36
49	\$493.71	\$58.61	\$4.17	\$556.49	\$5,768.65
50	\$498.66	\$53.98	\$3.85	\$556.49	\$5,269.99
51	\$503.66	\$49.32	\$3.51	\$556.49	\$4,766.33
52	\$508.71	\$44.60	\$3.18	\$556.49	\$4,257.62
53	\$513.81	\$39.84	\$2.84	\$556.49	\$3,743.81
54	\$518.96	\$35.04	\$2.49	\$556.49	\$3,224.85
55	\$524.16	\$30.18	\$2.15	\$556.49	\$2,700.69
56	\$529.42	\$25.27	\$1.80	\$556.49	\$2,171.27
57	\$534.72	\$20.32	\$1.45	\$556.49	\$1,636.55
58	\$540.08	\$15.32	\$1.09	\$556.49	\$1,096.47
59	\$545.50	\$10.26	\$0.73	\$556.49	\$550.97
60	\$550.97	\$5.16	\$0.36	\$556.49	\$0.00

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

El total a pagar en los 5 años es: \$33,389.39

Tomando en consideración que los \$5,000.00 son invertidos por recursos propios y que dicho dinero tiene que ser recuperado, se ha optado por ocupar el mismo sistema de amortización bancario con los mismos intereses.

Tabla de amortización mensual de los \$5,000.00

Cuadro No. 49. Tabla de amortización 2.

Cuota	Capital	Interés	Seguro desg.	Valor cuota	Saldo
0	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$5,000.00
1	\$61.28	\$45.28	\$3.23	\$109.79	\$4,938.72
2	\$61.79	\$46.22	\$3.29	\$111.30	\$4,876.93
3	\$62.41	\$45.64	\$3.25	\$111.30	\$4,814.52
4	\$63.03	\$45.06	\$3.21	\$111.30	\$4,751.49
5	\$63.67	\$44.47	\$3.16	\$111.30	\$4,687.82
6	\$64.30	\$43.87	\$3.13	\$111.30	\$4,623.52
7	\$64.95	\$43.27	\$3.08	\$111.30	\$4,558.57
8	\$65.60	\$42.66	\$3.04	\$111.30	\$4,492.97
9	\$66.26	\$42.05	\$2.99	\$111.30	\$4,426.71
10	\$66.92	\$41.43	\$2.95	\$111.30	\$4,359.79
11	\$67.59	\$40.80	\$2.91	\$111.30	\$4,292.20
12	\$68.27	\$40.17	\$2.86	\$111.30	\$4,223.93
13	\$68.96	\$39.53	\$2.81	\$111.30	\$4,154.97
14	\$69.65	\$38.88	\$2.77	\$111.30	\$4,085.32
15	\$70.34	\$38.23	\$2.73	\$111.30	\$4,014.98
16	\$71.05	\$37.57	\$2.68	\$111.30	\$3,943.93
17	\$71.76	\$36.91	\$2.63	\$111.30	\$3,872.17
18	\$72.48	\$36.24	\$2.58	\$111.30	\$3,799.69
19	\$73.21	\$35.56	\$2.53	\$111.30	\$3,726.48
20	\$73.94	\$34.87	\$2.49	\$111.30	\$3,652.54
21	\$74.68	\$34.18	\$2.44	\$111.30	\$3,577.86
22	\$75.43	\$33.48	\$2.39	\$111.30	\$3,502.43
23	\$76.19	\$32.78	\$2.33	\$111.30	\$3,426.24
24	\$76.95	\$32.06	\$2.29	\$111.30	\$3,349.29
25	\$77.72	\$31.34	\$2.24	\$111.30	\$3,271.57
26	\$78.50	\$30.62	\$2.18	\$111.30	\$3,193.07
27	\$79.29	\$29.88	\$2.13	\$111.30	\$3,113.78
28	\$80.08	\$29.14	\$2.08	\$111.30	\$3,033.70

29	\$80.89	\$28.39	\$2.02	\$111.30	\$2,952.81
30	\$81.70	\$27.63	\$1.97	\$111.30	\$2,871.11
31	\$82.52	\$26.87	\$1.91	\$111.30	\$2,788.59
32	\$83.34	\$26.10	\$1.86	\$111.30	\$2,705.25
33	\$84.18	\$25.32	\$1.80	\$111.30	\$2,621.07
34	\$85.02	\$24.53	\$1.75	\$111.30	\$2,536.05
35	\$85.88	\$23.73	\$1.69	\$111.30	\$2,450.17
36	\$86.74	\$22.93	\$1.63	\$111.30	\$2,363.43
37	\$87.61	\$22.12	\$1.57	\$111.30	\$2,275.82
38	\$88.48	\$21.30	\$1.52	\$111.30	\$2,187.34
39	\$89.37	\$20.47	\$1.46	\$111.30	\$2,097.97
40	\$90.27	\$19.63	\$1.40	\$111.30	\$2,007.70
41	\$91.17	\$18.79	\$1.34	\$111.30	\$1,916.53
42	\$92.09	\$17.94	\$1.27	\$111.30	\$1,824.44
43	\$93.01	\$17.07	\$1.22	\$111.30	\$1,731.43
44	\$93.94	\$16.20	\$1.16	\$111.30	\$1,637.49
45	\$94.88	\$15.32	\$1.10	\$111.30	\$1,542.61
46	\$95.84	\$14.44	\$1.02	\$111.30	\$1,446.77
47	\$96.80	\$13.54	\$0.96	\$111.30	\$1,349.97
48	\$97.77	\$12.63	\$0.90	\$111.30	\$1,252.20
49	\$98.75	\$11.72	\$0.83	\$111.30	\$1,153.45
50	\$99.74	\$10.79	\$0.77	\$111.30	\$1,053.71
51	\$100.74	\$9.86	\$0.70	\$111.30	\$952.97
52	\$101.75	\$8.92	\$0.63	\$111.30	\$851.22
53	\$102.77	\$7.97	\$0.56	\$111.30	\$748.45
54	\$103.80	\$7.00	\$0.50	\$111.30	\$644.65
55	\$104.84	\$6.03	\$0.43	\$111.30	\$539.81
56	\$105.89	\$5.05	\$0.36	\$111.30	\$433.92
57	\$106.95	\$4.06	\$0.29	\$111.30	\$326.97
58	\$108.02	\$3.06	\$0.22	\$111.30	\$218.95
59	\$109.11	\$2.05	\$0.14	\$111.30	\$109.84
60	\$109.84	\$1.03	\$0.07	\$110.94	\$0.00

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

El total a pagar en los 5 años es: \$6,676.13

Valor total a pagar en los 5 años

Cuadro No. 50. Total a pagar.

TOTAL A PAGAR O APALANCAMIENTO	
Crédito 1	\$6,676.13
Crédito 2	\$33,389.39
TOTAL	\$40,065.52

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

El pago mensual que se debe realizar es de 667.79 cada mes por 5 años

4.3. Proyección de costos, gastos e inversión

La proyección de costos, gastos e inversión es un aproximado de lo que cuesta generar un servicio o producto.

Para poder saber el valor que es necesario para que el centro deportivo funcione aplicamos los siguientes costos:

Cuadro No. 51. Costos y gastos.

Cuentas	Costo anual	Costo mensual
Sueldos y salarios	\$ 24,957.00	\$ 2,079.75
Suministros de oficina	\$ 108.00	\$ 9.00
Equipos de limpieza	\$ 240.00	\$ 20.00
Repuestos y accesorios	\$ 480.00	\$ 40.00
Servicios básicos	\$ 2,400.00	\$ 200.00
Arriendos	\$ 6,000.00	\$ 500.00
Publicidad	\$ 2,160.00	\$ 180.00
Uniformes	\$ 480.00	\$ 40.00
Movilización	\$ 120.00	\$ 10.00
Depreciación del activo fijo	\$ 2,051.70	\$ 170.98
Gasto interés	\$ 2,013.12	\$ 167.76
Total	\$ 41,009.82	\$ 3,417.49

Fuente: Datos obtenidos de la investigación.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Para poder determinar el mínimo de personas que tiene que asistir al centro deportivo para que el proyecto sea sustentable se determina el valor mensual que se paga por el funcionamiento del establecimiento.

El valor mínimo que el centro deportivo FENIX CENTER tiene que recaudar en un mes para su funcionamiento es de \$3,917.49 y este a su vez es dividido para el valor de la inscripción de cada una de las personas que asistan al centro deportivo el cual es de \$35.20 sin IVA.

Mínimo de personas requeridas para el funcionamiento del centro deportivo:

Cuadro No. 52. Inscripciones mínimas.

Inscripciones mínimas	
Recuperación del capital	\$ 500.00
Total costos y gastos	\$ 3,417.49
Total recuperación + costos y gastos	\$ 3,917.49
Inscripciones mínimas	111.29

Fuente: Datos obtenidos de la investigación.
Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

$$\text{de inscripciones necesarias: } \frac{\$3,917.49}{\$35.20}$$

Mínimo de inscripciones necesarias: 111.29

Mediante esta operación matemática se determinó que el mínimo de inscripciones que el centro deportivo necesita para su funcionamiento es 112.

Se ha terminado que el número de personas que puedan asistir por clase sea de 20 y la oferta de clases que existen mensualmente son 12, las cuales están divididas en un horario alternado entre los 6 días que atenderá el centro deportivo semanalmente.

El total de personas a las cuales se espera brindar el servicio el primer año es de 240 más 80 personas que corresponden al servicio en horas libres, estas personas representan el 2.26% de la demanda insatisfecha y se esperar un crecimiento del 5%.anual, sin embargo se tiene en cuenta que es un negocio que recién está iniciando por lo cual se ha determinado que se iniciara con 120 personas

Cuadro No. 53. Personas que asistirán año 1.

Personas que asistirán al centro deportivo Año N°1					
N° personas	Precio del servicio	Precio - IVA	Precio total	Precio total - IVA (mensual)	Costo total anual
120	\$40.00	\$35.20	\$4,800.00	\$4,224.00	\$50,688.00

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Cuadro No. 54. Personas que asistirán año 2.

Personas que asistirán al centro deportivo segundo Año N°2					
N° personas	Precio del servicio	Precio - IVA	Precio total	Precio total - IVA (mensual)	Costo total anual
126	\$40.00	\$35.20	\$5,040.00	\$4,435.20	\$53,222.40

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Cuadro No. 55. Personas que asistirán año 3.

Personas que asistirán al centro deportivo año n°3					
N° personas	Precio del servicio	Precio - IVA	Precio total	Precio total - IVA (mensual)	Costo total anual sin IVA
132	\$40.00	\$35.20	\$5,292.00	\$4,656.96	\$55,883.52

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Cuadro No. 56. Personas que asistirán año 4.

Personas que asistirán al centro deportivo año n°4					
N° personas	Precio del servicio	Precio – IVA	Precio total	Precio total - IVA (mensual)	Costo total anual sin IVA
139	\$40.00	\$35.20	\$ 5,556.60	\$4,889.81	\$58,677.70

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Cuadro No. 57. Personas que asistirán año 5.

Personas que asistirán al centro deportivo año n°5					
N° personas	Precio del servicio	Precio – IVA	Precio total	Precio total - IVA (mensual)	Costo total anual sin IVA
145.86	\$40.00	\$35.20	\$5,834.43	\$5,134.30	\$61,611.58

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Presupuesto de ingresos proyectados:

Correspondiente a todos los ingresos anuales percibidos en los 5 años proyectados con un crecimiento del 5%.

Cuadro No. 58. Ingresos proyectados

Presupuesto de ingresos proyectados:					
Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por servicios	\$50,688.00	\$53,222.40	\$55,883.52	\$58,677.70	\$61,611.58

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

1.6.1 Estudios financieros proyectados

Presupuesto de estado de resultados proyectados:

Cuadro No. 59.Estado de resultados.

Estados proyectados					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos	\$ 50,688.00	\$ 53,222.40	\$ 55,883.52	\$ 58,677.70	\$ 61,611.58
- Costos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad Bruta	\$ 50,688.00	\$ 53,222.40	\$ 55,883.52	\$ 58,677.70	\$ 61,611.58
- Gasto sueldos y salarios	\$ (24,957.00)	\$ (24,957.00)	\$ (24,957.00)	\$ (24,957.00)	\$ (24,957.00)
- Gasto suministro de oficina	\$ (108.00)	\$ (108.00)	\$ (108.00)	\$ (108.00)	\$ (108.00)
- Gasto suministro de limpieza	\$ (240.00)	\$ (240.00)	\$ (240.00)	\$ (240.00)	\$ (240.00)
- Gasto repuestos y accesorios	\$ (480.00)	\$ (480.00)	\$ (480.00)	\$ (480.00)	\$ (480.00)
- Gasto servicios básicos	\$ (2,400.00)	\$ (2,400.00)	\$ (2,400.00)	\$ (2,400.00)	\$ (2,400.00)
- Gasto arriendo	\$ (6,000.00)	\$ (6,000.00)	\$ (6,000.00)	\$ (6,000.00)	\$ (6,000.00)
- Gasto publicidad	\$ (2,160.00)	\$ (2,160.00)	\$ (2,160.00)	\$ (2,160.00)	\$ (2,160.00)
- Gasto uniformes	\$ (480.00)	\$ (480.00)	\$ (480.00)	\$ (480.00)	\$ (480.00)
- Gasto de movilización	\$ (120.00)	\$ (120.00)	\$ (120.00)	\$ (120.00)	\$ (120.00)
- Gasto interes	\$ (2,013.12)	\$ (2,013.12)	\$ (2,013.12)	\$ (2,013.12)	\$ (2,013.12)
- Depreciación	\$ (2,051.70)	\$ (2,051.70)	\$ (2,051.70)	\$ (2,051.70)	\$ (2,051.70)
= Utilidad operativa	\$ 9,678.18	\$ 12,212.58	\$ 14,873.70	\$ 17,667.88	\$ 20,601.76
+ Ingresos Financieros					
- Egresos Financieros					
= Utilidad Antes de Participación e Impuestos	\$ 9,678.18	\$ 12,212.58	\$ 14,873.70	\$ 17,667.88	\$ 20,601.76
- 15% de Participación a trabajadores	\$ 1,451.73	\$ 1,831.89	\$ 2,231.06	\$ 2,650.18	\$ 3,090.26
= Base Imponible	\$ 8,226.45	\$ 10,380.69	\$ 12,642.65	\$ 15,017.69	\$ 17,511.50
- 25% Impuestos Fiscales	\$ 2,056.61	\$ 2,595.17	\$ 3,160.66	\$ 3,754.42	\$ 4,377.87
= Utilidad neta	\$ 6,169.84	\$ 7,785.52	\$ 9,481.98	\$ 11,263.27	\$ 13,133.62

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

4.4. Evaluación financiera (VAN, TIMAR, TIR, PRI, PUNTO DE EQUILIBRIO)

Evaluación del VAN:

Para calcular el VAN del centro deportivo FENIX CENTER se ha determinado la proyección de ingresos futuros, de la misma manera se ha obtenido el interés de los \$30,000 si este dinero fuera depositado al banco a plazo fijo.

Fórmula para calcular el VAN:

$$VAN = \frac{F1}{(1+i)^n} + \frac{F2}{(1+i)^n} + \frac{F3}{(1+i)^n} + \frac{F4}{(1+i)^n} + \frac{F5}{(1+i)^n} - I_0$$

VAN= Valor Actual Neto

(F1, F2, F3, F4, F5)= Flujo de efectivo

i= Tasa de descuento

n= Año

Fórmula para calcular el TIR:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^T} = 0$$

La TIR= Tasa Interna de Retorno el cual se calcula a través del VAN igualado este valor a 0, referente a la tasa de los flujos de efectivo que atraemos al año 0 o el inicio de la inversión.

$$PRI = A + \left(\frac{b - C}{d} \right)$$

A= Periodo que existe antes de la recuperación de la inversión.

B= Inversión inicial.

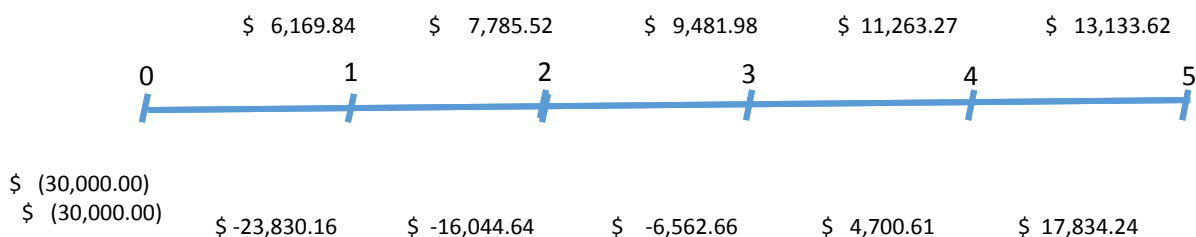
C= Flujo de caja acumulado del periodo A.

D= Flujo de caja del periodo donde se recupera la inversión.

Fórmula para calcular el PRI:

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es un modelo que nos permite determinar el tiempo o lapso de tiempo que nos toma recuperar una inversión.

VAN, TIR y PRI del proyecto:



Resultados del VAN y TIR del centro deportivo FENIX CENTER:

Cuadro No .60. Resultados del VAN y TIR.

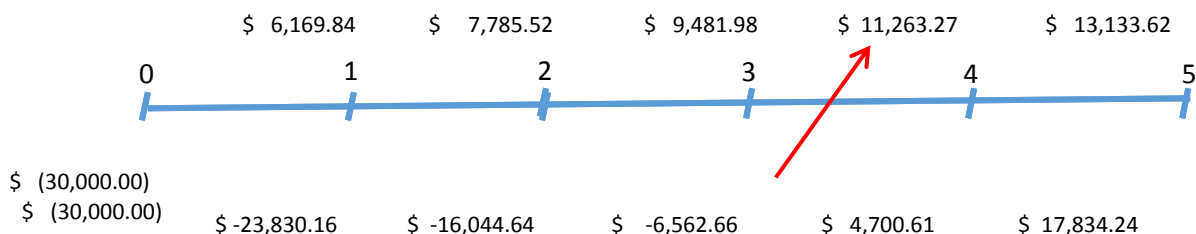
VAN=	\$ 7,691.35
TIR=	15.56%

VAN	Van mayor que cero	\$7691.35 > 0	Si cumple
TIR	TIR mayor que la tasa de descuento	15.56% > 7.5%	Si cumple

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Resultados del PRI:



Tomamos como base la línea de tiempo establecida y se procede a evidenciar que el año en el cual se recupera la inversión es el año 3 sin embargo para calcular los días y meses ocupamos una regla de 3.

Periodo de Recuperación de la Inversión:

Cuadro No.61. Resultados del PRI.

PRI=	3 años
Regla de 3 para los meses	
	12 meses
11263.27095	X= ?
6562.65675	
X=	6.99191925
Regla de 3 para los años	
	1 30 días
0.991919252	X= ?
X=	29.7575776

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR):

La TMAR es expresada en forma porcentual y sirve para determinar el riesgo de la inversión y saber si el proyecto puede generar ganancias o pérdidas.

$$TMAR = Tasa\ de\ inflación + Riesgo\ de\ la\ inversión.$$

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos se informó que la inflación en el año 2019 se cerró en -0.07% y al ser un centro deportivo el cual tiene una demanda variable y competencia considerable se ha considerado al proyecto como uno de riesgo medio lo que nos da un porcentaje de 10%

$$TMAR = -0.07\% + 10\%$$

$$TMAR = 0.03\%$$

Se puede determinar que la TMAR es mayor que la inflación existente y el proyecto puede ser redituable.

Punto de equilibrio:

Sirve para determinar el punto en el cual los ingresos cubren los gastos fijos y variables es decir se logra vender lo mismo que lo que se gana.

$$Qe = \frac{\text{costo fijo}}{(\text{Precio unitario} - \text{CV unitario})}$$

Cuadro No.61. Costos fijos para el punto de equilibrio.

Costos fijos	
Sueldos y salarios	\$ 2,079.75
Suministros de oficina	\$ 9.00
Servicios básicos	\$ 200.00
Arriendo	\$ 500.00
Publicidad	\$ 180.00
Uniformes	\$ 40.00
Depreciación	\$ 170.98
Total	\$ 3,179.73

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Cuadro No.62. Costos variables para el punto de equilibrio.

Costos variables		
Movilización	\$	10.00
Equipos de limpieza	\$	20.00
Respuestas y accesorios	\$	40.00
Total	\$	70.00
Cv.U.	\$	0.63

Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Cuadro No.63. Datos del punto de equilibrio total.

Unidades vendidas	Costo total	Ingreso por ventas
0	\$ 3,179.73	0
1	\$ 3,180.35	35.2
2	\$ 3,180.98	70.4
3	\$ 3,181.60	105.6
4	\$ 3,182.23	140.8
5	\$ 3,182.85	176
6	\$ 3,183.48	211.2
7	\$ 3,184.10	246.4
8	\$ 3,184.73	281.6
9	\$ 3,185.35	316.8
10	\$ 3,185.98	352
11	\$ 3,186.60	387.2
12	\$ 3,187.23	422.4
13	\$ 3,187.85	457.6
14	\$ 3,188.48	492.8
15	\$ 3,189.10	528
16	\$ 3,189.73	563.2
17	\$ 3,190.35	598.4
18	\$ 3,190.98	633.6
19	\$ 3,191.60	668.8
20	\$ 3,192.23	704
21	\$ 3,192.85	739.2
22	\$ 3,193.48	774.4
23	\$ 3,194.10	809.6
24	\$ 3,194.73	844.8

25	\$ 3,195.35	880
26	\$ 3,195.98	915.2
27	\$ 3,196.60	950.4
28	\$ 3,197.23	985.6
29	\$ 3,197.85	1020.8
30	\$ 3,198.48	1056
31	\$ 3,199.10	1091.2
32	\$ 3,199.73	1126.4
33	\$ 3,200.35	1161.6
34	\$ 3,200.98	1196.8
35	\$ 3,201.60	1232
36	\$ 3,202.23	1267.2
37	\$ 3,202.85	1302.4
38	\$ 3,203.48	1337.6
39	\$ 3,204.10	1372.8
40	\$ 3,204.73	1408
41	\$ 3,205.35	1443.2
42	\$ 3,205.98	1478.4
43	\$ 3,206.60	1513.6
44	\$ 3,207.23	1548.8
45	\$ 3,207.85	1584
46	\$ 3,208.48	1619.2
47	\$ 3,209.10	1654.4
48	\$ 3,209.73	1689.6
49	\$ 3,210.35	1724.8
50	\$ 3,210.98	1760
51	\$ 3,211.60	1795.2
52	\$ 3,212.23	1830.4
53	\$ 3,212.85	1865.6
54	\$ 3,213.48	1900.8
55	\$ 3,214.10	1936
56	\$ 3,214.73	1971.2
57	\$ 3,215.35	2006.4
58	\$ 3,215.98	2041.6
59	\$ 3,216.60	2076.8
60	\$ 3,217.23	2112
61	\$ 3,217.85	2147.2

	\$ 3,218.48	2182.4
62		
63	\$ 3,219.10	2217.6
64	\$ 3,219.73	2252.8
65	\$ 3,220.35	2288
66	\$ 3,220.98	2323.2
67	\$ 3,221.60	2358.4
68	\$ 3,222.23	2393.6
69	\$ 3,222.85	2428.8
70	\$ 3,223.48	2464
71	\$ 3,224.10	2499.2
72	\$ 3,224.73	2534.4
73	\$ 3,225.35	2569.6
74	\$ 3,225.98	2604.8
75	\$ 3,226.60	2640
76	\$ 3,227.23	2675.2
77	\$ 3,227.85	2710.4
78	\$ 3,228.48	2745.6
79	\$ 3,229.10	2780.8
80	\$ 3,229.73	2816
81	\$ 3,230.35	2851.2
82	\$ 3,230.98	2886.4
83	\$ 3,231.60	2921.6
84	\$ 3,232.23	2956.8
85	\$ 3,232.85	2992
86	\$ 3,233.48	3027.2
87	\$ 3,234.10	3062.4
88	\$ 3,234.73	3097.6
89	\$ 3,235.35	3132.8
90	\$ 3,235.98	3168
91	\$ 3,236.60	3203.2

92	\$ 3,237.23	3238.4
93	\$ 3,237.85	3273.6
94	\$ 3,238.48	3308.8
95	\$ 3,239.10	3344
96	\$ 3,239.73	3379.2
97	\$ 3,240.35	3414.4
98	\$ 3,240.98	3449.6
99	\$ 3,241.60	3484.8
100	\$ 3,242.23	3520
101	\$ 3,242.85	3555.2
102	\$ 3,243.48	3590.4
103	\$ 3,244.10	3625.6
104	\$ 3,244.73	3660.8
105	\$ 3,245.35	3696
106	\$ 3,245.98	3731.2
107	\$ 3,246.60	3766.4
108	\$ 3,247.23	3801.6
109	\$ 3,247.85	3836.8
110	\$ 3,248.48	3872
111	\$ 3,249.10	3907.2
112	\$ 3,249.73	3942.4
113	\$ 3,250.35	3977.6
114	\$ 3,250.98	4012.8
115	\$ 3,251.60	4048
116	\$ 3,252.23	4083.2
117	\$ 3,252.85	4118.4
118	\$ 3,253.48	4153.6
119	\$ 3,254.10	4188.8
120	\$ 3,254.73	4224
121	\$ 3,255.35	4259.2

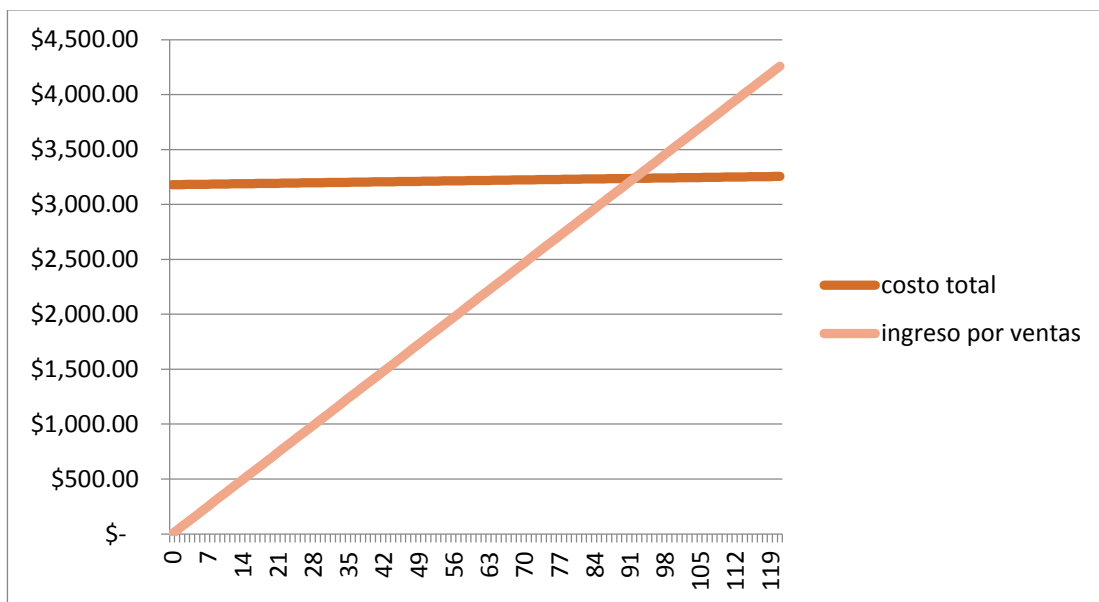
Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

El punto de equilibrio nos permite determinar el mínimo de inscripciones que se deben vender en el centro deportivo FENIX CENTER para no ganar ni perder.

Gráfica del punto de equilibrio:

Grafico No. 20. Punto de equilibrio.



Fuente: Banco Pichincha.

Elaborado por: Dennis Guillermo Rojas Chisaguano.

Conclusiones

1. El centro deportivo FENIX CENTER ubicado en el sector UNASU de la Mitad del Mundo, será un lugar con una infraestructura muy diferente al del resto de centros deportivos existentes, pues en él se podrá acceder a una serie de clases de diferente ámbito deportivo con los implementos necesarios para una correcta formación.
2. A través del estudio de mercado y el análisis de los resultados obtenidos se ha podido determinar y definir que el mercado meta del proyecto es la población de clase media y media alta.
3. Mediante la herramienta de investigación utilizada que fue la encuesta se pudo determinar que el presente proyecto tiene un nivel de aceptación del 95% por lo cual es un mercado atractivo para invertir.
4. Mediante los análisis financieros realizados se pudo determinar que el presente proyecto es viable para su ejecución recuperando la inversión realizada entre el tercer y cuarto año.

Recomendaciones:

1. Se aconseja contar con los implementos necesarios para brindar un servicio adecuado y de calidad con el fin de tener más acogida en el mercado.
2. Se recomienda brindar un servicio de óptima calidad para que las personas que asistan a las instalaciones sientan un ambiente diferente al de la competencia y que la marca vaya ganando prestigio en la mente del consumidor
3. Se recomienda manejar de una forma correcta la información obtenida en las encuestas realizadas pues las mismas son de carácter delicado y privado de la población encuestada
4. Se recomienda manejar bien los ingresos y egresos para no tener problemas con el tiempo de recuperación de la inversión ya que esta es financiada por el banco y conlleva un pago mensual por dicho préstamo

Bibliografía:

Mendoza, J. M. A. (2001). Análisis del deporte escolar, modelo de deporte (Doctoral Dissertation, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria).

Marcalla Chacha, I. M. (2011). Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de entretenimiento deportivo dedicado a la prestación de servicio de canchas sintéticas de Indor Futbol ubicado en la zona Eloy Alfaro al Sur de la ciudad de Quito (Bachelor's thesis, Quito; 2011).

Peñañiel Soria, E. V. (2019). Proyecto de factibilidad para la implementación de un gimnasio en la parroquia Santa Rosa de Cusubamba, cantón Cayambe, provincia de Pichincha (Bachelor's thesis).

Oñate Andrade, A. P. (2018). Proyecto de factibilidad para la implementación de un gimnasio en la empresa Cascada Spa al sur del distrito metropolitano de Quito (Bachelor's thesis, Quito: UCE).

Anexos:

Encuesta:

Formato de la encuesta:

Especificaciones:

Encuesta

El presente instrumento de investigación tiene como finalidad educativa conocer la viabilidad para la implementación de un "Centro deportivo" en la Mitad Del Mundo ubicado en la parroquia San Antonio de Pichincha. Los involucrados en este análisis estamos interesados en conocer su opinión. Por favor sírvase marcar con un visto en el ítem, que usted considere adecuado.

⋮

Título de la imagen



Datos generales:

Género *

Femenino

Masculino

En qué rango de edad se encuentra: *

15-18

19-22

23-30

30- en adelante

Pregunta 1 – 2:

1. ¿A usted, le gusta realizar actividades deportivas? *

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

2. ¿Conoce algún centro deportivo cercano? *

- Si
- No

Pregunta 3 – 4:

3. ¿Se encuentra inscrito en algún centro deportivo? *

- Si
- No

4. ¿Cuál es la principal razón por la cual ha asistido, asiste o asistiría a un centro deportivo? *

- Diversión
- Estatus
- Salud
- Estética
- Relaciones personales

Pregunta 5 – 6

5. ¿Qué características de un centro deportivo son importantes para usted? *

- Instalaciones
 - Servicio
 - Ubicación
 - Precio
 - Equipos
-

6. ¿Conoce la diferencia entre un centro deportivo y un gimnasio? *

- Si
- No
- Me es indiferente

Pregunta 7- 8

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un centro deportivo mensualmente? *

- 15-20 dólares
 - 30-40 dólares
 - 50 dólares en adelante
-

8. ¿Qué tiempo suele pasar en un centro deportivo o gimnasio? *

- 1 hora
- 2-3 horas
- 4-5 horas

Pregunta 9 - 10

9. ¿Le gustaría tener entrenadores especializados en diferentes ámbitos deportivos? *

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

10. ¿Le gustaría que funcione o exista un centro deportivo en el sector "UNASUR" de la mitad del mundo? *

- Si
- No