



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL.

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES.

CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES.

PROYECTO DE TITULACIÓN.

EFFECTUADA.

DESDE JULIO DE 2009 HASTA AGOSTO DE 2009

REALIZADO POR:

Freddy Leonardo Sabando Moreano.

TUTORES:

Ing. Édgar Jiménez.

Abg. Andrés Merchán.

DIRECTORA DE PROYECTO DE TITULACIÓN:

Ing. G.E.I. María Del Rocío Vallejo Fiallos.

INFORMACIÓN PERSONAL:

Teléfono: (04) 2 389081
(05) 2 932604

Correo Electrónico: leonardo_sabando@hotmail.com

Dirección: Ciudadela, Urdesa Central calle Mirtos #912

Guayaquil - Ecuador



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL.

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES.

CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES.

PROYECTO DE TITULACIÓN.

EFFECTUADO:

DESEDE JULIO DE 2009 A AGOSTO DE 2009.

REALIZADO POR:

Freddy Leonardo Sabando Moreano.

TUTORES:

Ing. Édgar Jiménez.

Abg. Andrés Merchán.

Información Personal:

Teléfono: (04) 2 389081

(05) 2 932604

Correo Electrónico: leonardo_sabando@hotmail.com

Dirección: Ciudadela, Urdesa Central Mirtos #912

Guayaquil – Ecuador.

La información contenida en este documento es extremadamente confidencial. Nada de este material podrá ser: reproducido, copiado, republicado, o transmitido de ninguna forma sin previa autorización escrita y detallada por su autor.

TEMA:

“IMPLEMENTACIÓN DE CANCHA DE CÉSPED SINTÉTICA DE USO MÚLTIPLE EN LA
CIUDAD DE PORTOVIEJO”

“El Campin”



El Campin S.A.

DECLARACIÓN EXPRESA.

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto de “Implementación de cancha de césped sintético de uso múltiple en la ciudad de Portoviejo”, Proyecto de Titulación, corresponden exclusivamente a su autor: Sr. Freddy Leonardo Sabando Moreano bajo la tutoría de la “Universidad Católica de Santiago de Guayaquil”.

Sr. Leonardo Sabando M.

Autor de Proyecto de Titulación.

Ing. G. E. I. Ma. del Rocío Vallejo Fiallos.

Directora de Carrera.

Ingeniería de Emprendedores.

Directora Proyecto de Titulación.

Dedicatoria:

Este proyecto está dedicado a mis padres con todo cariño como premio a su entrega y total apoyo durante todo este tiempo de formación, a mi hermano y familiares, a mis compañeros y amigos, para que se sientan orgullosos de lo que he alcanzado al llegar a ser un profesional, como ellos lo deseaban, y que todos y cada uno de ellos que estén por cumplir nuevas metas, que mantengan la perseverancia para lograr lo que desean y siempre cuenten con mi apoyo.

Sr. Leonardo Sabando Moreano.

Agradecimiento.

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, por permitirme lograr este gran objetivo en mi vida, y brindarme sabiduría, esfuerzo, y salud para triunfar, agradecer a también a mis padres y hermano apoyo fundamental para anhelar y realizar esta meta como la de llegar a ser un profesional.

Finalmente, agradezco a la prestigiosa Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, por acogerme y prepararme durante todo este tiempo de desarrollo académico, a todas y cada una de las autoridades de la Carrera de Emprendedores, y finalmente a mi tutor Sr. Ing. Edgar Jiménez Bonilla, por el apoyo, paciencia, dedicación, colaboración y amistad brindada durante el desarrollo de este proyecto.

Sr. Leonardo Sabando Moreano.

INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo es un proyecto de desarrollo, el cual nace con la intención de ofrecer e implementar una de las mayores necesidades del mercado y la sociedad que es el desarrollo del deporte para el fortalecimiento y beneficios de las mismas.

Este proyecto pretende, por lo tanto, establecer y analizar las causas y los resultados que emergieran durante la ejecución del mismo, planteando alternativas y solución de problemas, robusteciendo oportunidades que se den y así, determinar las mejores estrategias en busca de su ejecución, implementación o fortalecimiento con el fin de disminuir las consecuencias negativas que puedan aquejar hoy en día al mercado que demande este producto o servicio, que consiste en ofrecer la venta o alquiler por hora de uso de la cancha sintética.

Con la finalidad de brindar mayor comodidad a los potenciales clientes al momento de practicar el deporte, con amplio espacio, servicio garantizado, innovación constante, con el objetivo de ser los mejores en el mercado.

Finalmente el desarrollo de este proyecto es el resultado de mi preparación académica, como gestor y autor del mismo; empleando todas y cada una de las habilidades, conocimientos y capacidades para la elaboración del mismo adquiridas durante la etapa

estudiosa en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a través de la Carrera Ingeniería de Emprendedores.

RESUMEN EJECUTIVO.

La cancha “El Campin” es una empresa que nace con la intención de ofrecer un servicio nuevo, diferenciado, y de calidad al mercado deportivo de la ciudad de Portoviejo. Teniendo como objetivo iniciar sus operaciones comerciales al servicio de la comunidad en el primer trimestre del año (2010) en la ciudad de Portoviejo concretamente en las calles; Avenida Manabí Guillen y calle sin nombre.

Entre las fortalezas del negocio podemos mencionar que contaremos con marcas reconocidas en la venta al público en insumos de bebidas y deportivos.

El mercado meta serán personas del sexo masculino con un nivel socioeconómico medio y medio alto que comprenden en edades de 15 años en adelante que les guste realizar deportes como fútbol, fútbol tenis y vóley.

En base a la investigación de mercado se detectó que actualmente nuestro mercado meta acostumbra a acudir a canchas similares a la nuestra pero no cuentan con un servicio exclusivo y diferenciado, todos en su mayoría no brindan otras alternativas de deportes como la de “El Campin”. Estas canchas son 7 aproximadamente entre las principales están “La Capirosa”, “Autogol”, “Pa la Cancha”, “El Campito”, convirtiéndose en nuestros principales competidores directos.

El nombre comercial de la empresa será “El Campin Sociedad Anónima.” Y para establecer el negocio se requieren \$113.968,31; los cuales en su mayor proporción está destinado a la construcción de la planta deportiva.

En el estudio financiero se determinó, que la inversión inicial sería cubierta en un 30,5% (\$40.000) por un crédito financiero a la Banca Privada con una tasa de interés del 9,2% anual a 5 años plazo y el 69,5% financiado con capital propio.

Adicionalmente, podemos señalar que existe en parte viabilidad financiera ya que se realizó una proyección a 5 años del estado de resultados del nuevo negocio, arrojando utilidades en todos los años, iniciando en el primer año con \$19.654,77.

Uno de nuestros pilares importantes en el mercado es el ser reconocido en el mismo por nuestros proveedores y especialmente, clientes que confían en nosotros por nuestra imagen de credibilidad y calidad en el servicio lo que nos arroja buenos resultados.

ÍNDICE GENERAL.

TEMA.....	II
DECLARACIÓN EXPRESA.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
INTRODUCCIÓN.....	VI
RESUMEN EJECUTIVO.....	VII
CAPÍTULO 1.....	14
1. MARCO LEGAL	15
1.1. Tipo de empresa	15
1.2. Accionistas	16
1.3. Administración	17
1.4. Organigrama	18
1.5. Distribución de funciones y responsabilidades.....	18
1.6. Gobierno Corporativo	23
1.7. Registros.....	25
1.8. Control del proyecto	25
CAPÍTULO 2:.....	27
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	28
2.1. Idea del servicio	28
2.2. Idea de negocio	28
2.3. Justificación de la implementación de la empresa	30
2.4. Misión, visión y objetivos.....	30
CAPÍTULO 3:.....	32
3. PLAN DE MARKETING.....	33
3.1. Objetivos de Marketing y Financieros.....	33
3.2. Análisis Pest.....	34
3.3. Análisis Porter	36
3.4. Análisis del mercado	39
3.5. Matriz FODA.....	44
3.6. Focus Group	45
3.7. Entrevistas a profundidad	49
3.8. Metodología de encuestas.....	52
3.9. Demanda.....	59
3.10. Marketing Mix.....	60
3.10. Presupuesto.....	64
3.10. Control del plan de marketing y estrategias.....	66
CAPÍTULO 4:.....	68
4. PLAN OPERATIVO DEL PROYECTO.....	69
4.1. Proceso de operatividad	69

4.2. Ubicación geográfica del proyecto.....	70
4.3. Diseño de la planta.....	71
4.4. Determinación de la capacidad instalada	74
4.5. Costos del terreno y obras civiles	76
4.6. Especificaciones de permisos.....	77
4.7. Insumos	79
CAPÍTULO 5:.....	80
5. ESCOGENCIA DE LA TECNOLOGÍA O COMPONENTES A IMPLEMENTAR	81
5.1. Razones de selección de componentes	81
5.2. Vida útil del proyecto.....	82
5.1. Costo de mantenimiento	82
5.1. Insumos del servicio.....	83
5.1. Abastecimiento de la materia prima.....	84
CAPÍTULO 6:.....	86
6. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	87
6.1. Estructuración financiera del proyecto.....	87
6.2. Programa y calendario de inversiones	88
6.3. Política de cobro, pago y existencia	89
6.4. Amortización de la deuda	90
6.5. Programa de producción, ventas y puntos de equilibrio	91
6.6. Costos de materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios.....	91
6.7. Resumen de costos y gastos	93
6.8. Capital de trabajo.....	93
6.9. Flujo de caja	94
6.10. Detalles de las proyecciones e ingresos.....	94
6.11. Estado de pérdidas y ganancias	95
6.11. Balance General	95
CAPÍTULO 7:.....	96
7. EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	97
7.1. Análisis Ratial	97
7.2. Análisis de sensibilidad.....	98
CAPÍTULO 8:.....	101
8. IMPACTO DEL PROYECTO	102
8.1. Valor Agregado	102
8.2. Generación de divisas y empleo.....	103

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

FUENTES DE INFORMACIÓN

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS.

CAPÍTULO 1.	14
TABLA 1.1: ACCIONISTAS.	16
TABLA 1.2: PERFIL*GERENTE GENERAL.	20
TABLA 1.3: PERFIL*JEFE DE MANTENIMIENTO.	21
TABLA 1.4: PERFIL*RECEPCIONISTA – BAR TENDER.	21
TABLA 1.5: PERFIL*CONSERJE.	22
TABLA 1.6: PERFIL*GUARDIA DE SEGURIDAD.	23
CAPITULO 3:	<u>32</u>
<u>TABLA 3.1:</u> <u>COMPETIDORES DIRECTOS.</u>	<u>41</u>
TABLA 3.2: COMPETIDORES INDIRECTOS.	42
TABLA 3.3: UBICACIÓN GEOGRÁFICA*COMPETIDORES DIRECTOS.	43
TABLA 3.4: ELASTICIDAD DE PRECIO EN EL DIA.	58
TABLA 3.5: ELASTICIDAD DE PRECIO EN LA NOCHE.	58
TABLA 3.6: PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING.	65
TABLA 3.7: CLIENTES ESPERADOS EN EL PRIMER MES.	66
TABLA 3.8: HORAS DE ALQUILER ESPERADAS.	66
TABLA 3.9: CONTROL DE ACTIVIDADES.	67
CAPÍTULO 4.	<u>68</u>
TABLA 4.1: CAPACIDAD ALQUILER.	74
TABLA 4.2: PRODUCCIÓN ECONÓMICA.	75
TABLA 4.3: PRESUPUESTO OBRA.	76
TABLA 4.4: CONSTITUCIÓN LEGAL.	78
TABLA 4.5: INSUMOS.	79

CAPÍTULO 5.	80
TABLA 5.1: INSUMOS DEL SERVICIO.	83
TABLA 5.2: ROL DE PAGO.	84
CAPÍTULO 6.	86
TABLA 6.1: INVERSIÓN INICIAL.	87
TABLA 6.2: COSTOS Y DETALLE DEL CAPITAL DE TRABAJO.	87
TABLA 6.3: ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.	88
TABLA 6.4: CRONOGRAMA.	88
TABLA 6.5: AMORTIZACIÓN.	90
TABLA 6.6: PAGOS DE LA DEUDA TRIMESTRAL.	90
TABLA 6.7: PAGO ANUAL.	90
TABLA 6.8: PUNTO DE EQUILIBRIO.	91
TABLA 6.9: INSUMOS DEPORTIVOS.	91
TABLA 6.10: GASTOS BÁSICOS.	92
TABLA 6.11: GASTOS ANUALES PROYECTADOS.	92
TABLA 6.12: COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS.	93
TABLA 6.13: CAPITAL DE TRABAJO.	93
TABLA 6.14: FLUJO DE EFECTIVO.	94
TABLA 6.15: DETALLE DE INGRESOS.	94
TABLA 6.16: INFLACIÓN.	94
TABLA 6.17: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.	95
TABLA 6.18: BALANCE GENERAL PROYECTADO.	95
CAPÍTULO 7.	96

TABLA 7.1: EVALUACIÓN ANÁLISIS RATIAL.	97
TABLA 7.2: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD *ESCENARIO 1.	98
TABLA 7.3: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD *ESCENARIO 2.	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

CAPÍTULO 1.	14
GRÁFICO 1.1: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.	53
CAPÍTULO 3.	32
GRÁFICO 3.1: INFLACIÓN.	35
GRÁFICO 3.2: DESEMPLEO.	35
GRÁFICO 3.3: MATRIZ PORTER.	37
GRÁFICO 3.4: FOCUS GROUP.	45
GRÁFICO 3.5: ENCUESTA*ACEPTACIÓN.	54
GRÁFICO 3.6: ENCUESTA*PREFERENCIA.	55
GRÁFICO 3.7: ENCUESTA*FRECUENCIA.	55
GRÁFICO 3.8: ENCUESTA*RECURRENCIA.	56
GRÁFICO 3.9: ENCUESTA*DEMANDA INSUMOS.	56
GRÁFICO 3.10: ENCUESTA*DISPONIBILIDAD ECONÓMICA.	57
GRÁFICO 3.11: ENCUESTA*DEMANDA POTENCIAL.	60
CAPÍTULO 4.	68
GRÁFICO 4.1: UBICACIÓN DE LA PLANTA.	70

GRÁFICO 4.2: DISEÑO DE LA PLANTA.

71

GRÁFICO 4.3: DISEÑO DE LA PLANTA DIA.

72

GRÁFICO 4.4: DISEÑO DE LA PLANTA NOCHE.

73

GRÁFICO 4.5: DISEÑO DE LA PLANTA ENTRADA.

73

GRÁFICO 4.6: DISEÑO DE LA PLANTA BAR.

73

CAPÍTULO 5.

80

GRÁFICO 5.1: CÉSPED MODELO

73

CAPÍTULO 1: MARCO LEGAL

1. Marco Legal

Tipo de Empresa.

Nuestra empresa en el marco legal será una Sociedad Anónima, el número de accionistas que tendremos será de 4 personas, pero con la finalidad de aumentarlos ilimitadamente para que en un futuro se pueda invertir en el negocio de forma considerable y la empresa pueda crecer, para beneficio de los accionistas y de la misma.

Características: La Sociedad Anónima de nuestra empresa, es una persona jurídica de derecho privado, y de naturaleza comercial o mercantil, cualquiera sea su objeto social. Es una sociedad de capitales, en la que el capital social se encuentra representado por acciones nominativas de un dólar americanos (\$) 1.00) y se integra por aportes de los accionistas, se puede constituir con dos o más accionistas.

Capital Social: El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América, está representado por acciones y se integra a los aportes de cada uno de los accionistas, quienes no responden personalmente de las deudas sociales. El aporte puede ser en efectivo y/o en bienes (inmuebles, enseres, maquinarias y equipos).

Acciones: Las acciones que representan partes alícuotas del capital social, tienen el mismo valor nominal, es decir q cada acción constituye \$ 1.00 de participación, por ejemplo si un accionista cuenta con \$ 10.000 de aporte se atribuye 10.000 acciones en la empresa y dan derecho a un voto. La acción

SABANDO, Leonardo

confiere a su titular legítimo la calidad de socio y le atribuye los derechos a participar e intervenir en la sociedad. Las acciones emitidas, cualquiera que sea su clase, se representan por certificados, por anotaciones en cuenta o cualquier otra forma que permita la Ley.

Accionistas

Nuestra empresa “El Campin” contará con 4 accionistas, los cuales serán todos miembros de mi familia en este caso, convirtiéndose en una junta de accionistas.

En la junta de accionistas se tomará las decisiones de acuerdo al mayor porcentaje de acciones que exista entre los accionistas que conformen la compañía.

Perfil de los accionistas.

TABLA 1.1: ACCIONISTAS.

#	NO. DE CEDULA	APELLIDOS	NOMBRE	NACIONALIDAD	PORCENTAJE DE ACCIÓN	ACCIONES NOMINATIVAS.
1	1310142813	Sabando Moreano	Freddy Leonardo	Ecuatoriana	40%	\$45.587,32
2	1310418231	Sabando Moreano	Freddy Josué	Ecuatoriana	20%	\$22.793,66
3	1302324361	Sabando Mendoza	Freddy	Ecuatoriana	20%	\$22.793,66
4	1303620023	Moreano García	Malena Eloisa	Ecuatoriana	20%	\$22.793,66

Elaborado por: Leonardo Sabando.

Administración

El Gerente General deberá planear, organizar, dirigir y controlar todos los recursos del negocio para alcanzar los fines claramente determinados, por la junta de accionistas. Deberá apoyarse y tener conocimientos en ciencias como la Economía, Derecho y la Contabilidad para poder ejercer las funciones como administrador del negocio y el marketing.

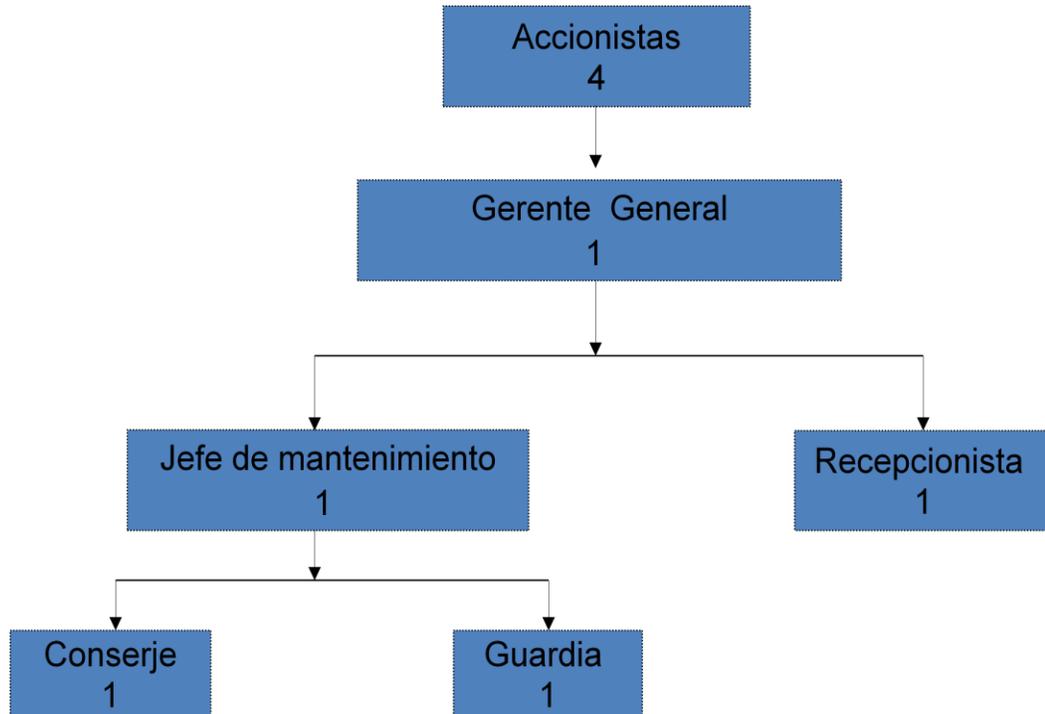
El gerente administrativo deberá administrar el negocio llevando diferentes tipos de registros y direcciones como:

- Estados Financieros Contables.
- Registro de Recursos Humanos.
- Dirección de Mercadeo.
- Dirección Estratégica.

El administrador deberá cumplir todos y cada uno de los registros para su administración, para que de esta manera el negocio sea llevado a cabo de una excelente manera, así mismo deberá ser responsable y de suma confianza de los miembros accionistas para ejecutar esta función.

Organigrama.

GRÁFICO 1.1: ORGANIGRAMA EMPRESA



Elaborado por: Leonardo Sabando.

Distribución de funciones y responsabilidades.

Junta de Accionistas.

Los Accionistas o propietarios de nuestra empresa tendrán la función de, planificar el rumbo y dirección de la empresa, fijar y medir los parámetros y objetivos, controlar el desempeño o rol del administrador, pedirle y hacerle rendir cuentas cada mes de la empresa.

Las responsabilidades serán de cumplir y ser puntuales en todas y cada una de las reuniones o juntas que se realicen para la toma de decisiones o cambios que se piense realizar en la empresa, en lo referente a la administración, estrategias de ventas, convenios, promociones.

Todos y cada uno de los accionistas tendrán la obligación de aportar con ideas nuevas e innovadoras para el desarrollo de la empresa, en cada junta donde se plantearan estas nuevas alternativas.

Gerente General.

El Gerente General tendrá la función de llevar la total y completa administración del negocio, planificar, organizar, dirigir, controlar todos los procesos específicos del negocio; eso abarca, contabilidad, recursos humanos, finanzas, proveeduría, promociones, servicios, convenios, publicidad, estrategias de venta del servicio, estadísticas de la demanda del negocio.

El gerente general deberá presentar a la junta de accionistas cada mes los siguientes informes, a excepción del balance general que será cada 3 meses.

- Evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes empleados.
- Control del libro diario de ventas y gastos.
- Compra y manejo de insumos con los proveedores.
- Control de los campeonatos de futbol.
- Estados de resultados, pérdidas y ganancias, flujos de efectivo.
- Balance general trimestral.

Sus responsabilidades abarcan la rendición de cuentas mensualmente a la junta de accionistas, así como también colaborar con los demás miembros de la empresa en las funciones o asesoramientos que estos requieran en todos y cada uno de los campos.

TABLA 1.2: PERFIL*GERENTE GENERAL

PERFIL	
CARGO:	GERENTE GENERAL
TÍTULOS:	ING. COMERCIAL - ING EMPRENDEDORES - ING GESTIÓN EMPRESARIAL - ECONOMISTA
EXPERIENCIA:	1 - 2 AÑOS
HISTORIAL LABORAL:	DE LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS
REFERENCIAS PERSONALES:	MÍNIMA DE 3 PERSONAS
REFERENCIAS COMERCIALES:	MÍNIMA DE 2 PERSONAS
EDAD:	22 - 30 ANOS
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO:	CONOCIMIENTO EN ÁREAS FINANCIERAS - AREAS DE MARKETING - INNOVADOR - RESPONSABLE

Elaborado por: Leonardo Sabando.

Jefe de Mantenimiento.

El jefe de mantenimiento tiene la función de velar por el completo y excelente funcionamiento de la empresa en este caso de las canchas y sus alrededores, eso comprende, gradas, luminarias, baños, camerinos, bares, mayado, utilería e insumos, entre otros.

Tendrá la obligación de semanalmente rendir cuentas al gerente administrativo de todas las demás funciones y sus subordinados de la empresa, de la misma manera comunicar y justificar al administrador cualquier falla o desperfecto del local.

TABLA 1.3: PERFIL*JEFE MANTENIMIENTO

PERFIL	
CARGO:	JEFE MANTENIMIENTO
TÍTULOS:	TEC GASFITERIA, ELECTRONICA, BACHILLER O TECNÓLOGO TECNICO.
EXPERIENCIA:	1 - 2 AÑOS
HISTORIAL LABORAL:	DE LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS
REFERENCIAS PERSONALES:	MINIMA DE 3 PERSONAS
EDAD:	22 - 35 ANOS
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO:	CONOCIMIENTO EN AREAS GASFITERAS, ELECTRÓNICA - DEPORTIVAS – RESPONSABLE

Elaborado por: Leonardo Sabando.

Recepcionista – Bar Tender.

El recepcionista, tendrá la función de recibir a los clientes, atenderlos y brindarles las opciones que el bar disponga, como agua, bebidas hidratantes, cerveza, colas, jugos, entre otras; será el encargado de atender las llamadas para previa separación del uso de las canchas, proveeduría del bar, en los insumos, así como también rendir cuentas al jefe de mantenimiento de la empresa, cada semana.

Tendrá como responsabilidades ser puntual a la hora de su trabajo, ayudar con todas y cada una de las funciones que se requiera dentro de la empresa y cada área, de la misma manera con los compañeros de labor, ayudar o asesorar en cada aspecto que requiera el cliente.

TABLA 1.4: PERFIL*RECEPCIONISTA-BAR TENDER

PERFIL	
CARGO:	RECEPCIONISTA – BAR TENDER
TÍTULOS:	SECRETARIADO GENERAL - BACHILLER EN INFORMÁTICA. – CONTABILIDAD
EXPERIENCIA:	1 - 2 AÑOS
REFERENCIAS PERSONALES:	MINIMA DE 3 PERSONAS
REFERENCIAS COMERCIALES:	MINIMA DE 2 PERSONAS
EDAD:	22 - 30 AÑOS
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO:	CONOCIMIENTO EN ÁREAS ATENCIÓN CLIENTE – VENTAS - INNOVADOR – RESPONSABLE

Elaborado por: Leonardo Sabando

Conserje – Mensajero.

El conserje tendrá la función de permitir o no la entrada al local de los clientes, con el objetivo que todos los que ingresen sean personas de confianza y no de mal aspecto, así mismo será el encargado de proveer a los clientes a la hora de jugar de chalecos, balones, zapatos, materiales deportivos, que se requiera.

Tendrá la obligación de rendir cuentas al jefe de mantenimiento cada semana, así mismo colaborar con las funciones de la empresa en todas y cada una de las áreas que se requiera, ser solidario con los compañeros de trabajo en las funciones que se necesiten apoyo, comunicar cualquier anomalía o desperfecto del local al jefe de mantenimiento, puntual y responsable en el horario de su trabajo y funciones.

TABLA 1.5: PERFIL*CONSERJE.

PERFIL	
CARGO:	CONSERJE
TÍTULOS:	BACHILLER EN CIENCIAS GENERALES.
EXPERIENCIA:	1 - 2 AÑOS
HISTORIAL LABORAL:	DE LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS
REFERENCIAS PERSONALES:	MINIMO DE 3 PERSONAS
REFERENCIAS COMERCIALES:	MINIMO DE 2 PERSONAS
EDAD:	22 - 40 AÑOS
CARACTERISTICAS DEL CARGO:	CONOCIMIENTO EN AREAS UTILERIA, SEGURIDAD, SERVICIO AL CLIENTE, INNOVADOR – RESPONSABLE

Elaborado por: Leonardo Sabando

Contrato de prestación de servicios a una Cía. De Seguridad.

El guardia de seguridad tiene la función de velar por la seguridad del local y todas y cada una de las personas que se encuentren allí, de la misma manera asegurar que los vehículos de los clientes se encuentren seguros y resguardados mientras ellos disfrutan del deporte.

Tendrá la responsabilidad de ser puntual, y cumplido con su trabajo, contar con buena presencia física, y ser respetuoso con los clientes al momento de llegar e irse, semanalmente rendir cuentas al jefe de mantenimiento y recomendar, anunciar, o sugerir algún cambio para la mejora del servicio.

TABLA 1.6: PERFIL*GUARDIA DE SEGURIDAD.

PERFIL	
CARGO:	GUARDIA SEGURIDAD
TÍTULOS:	BACHILLER EN CIENCIAS GENERALES.
EXPERIENCIA:	1 - 2 AÑOS
HISTORIAL LABORAL:	DE LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS
REFERENCIAS PERSONALES:	MINIMO DE 3 PERSONAS
REFERENCIAS COMERCIALES:	MINIMO DE 2 PERSONAS
EDAD:	25 - 50 ANOS
CARACTERISTICAS DEL CARGO:	CONOCIMIENTO EN AREAS DE SEGURIDAD, SERVICIO AL CLIENTE- INNOVADOR - RESPONSABLE

Elaborado por: Leonardo Sabando.

Gobierno Corporativo.

Políticas de la empresa:

Nuestra empresa tendrá políticas muy claras y concisas para que todos sus miembros conozcan como será llevada y tomadas las decisiones.

- Las decisiones serán tomadas en la junta de Accionistas por parte de los propietarios. Estas decisiones abarcan desde promociones, publicidad, convenios, fijación de nuevos precios, contratación de personal, utilización del complejo, incremento de objetivos y metas, cambio de personal o administración.
- Todos tendrán voz y voto al momento de la toma de decisiones, pero tendrán el peso y consideración según el porcentaje de participación de las acciones, las decisiones serán aprobadas con más del 51% de participación de las acciones, de acuerdo al Estatuto Social de la empresa, siendo así mayoría absoluta la momento de consensuar fallos o decretos que intervengan con la empresa.
- Las decisiones serán manejadas y puestas en marchas por parte del administrador que yacerá encargado de ejecutarlas con el consentimiento y acuerdo de la junta, en la cual él forma parte como administrador.

- Las decisiones se tomaran bajo algunos criterios como son, beneficio de la empresa, beneficio de los accionistas, y personal de trabajo de la empresa.
- Las nuevas decisiones o alternativas de mejoramiento serán tomadas cada mes en que se reúna la junta de accionistas, o en el momento que sean necesarias, según el comportamiento del mercado, demanda, industria, política, economía, entre otros aspectos que influyan en el negocio y se convoque a una junta extraordinaria.
- Todas y cada una de las decisiones no irán nunca en contra de la constitución del Ecuador, cumpliendo siempre con las regulaciones de ley, del país y la ciudad.
- El administrador podrá sugerir mejoras, plantear soluciones para la empresa y su desarrollo, es decir tener voz; pero no podrá contar con el voto en la junta, eso sí una vez que esta administración no sea llevada a cabo por un propietario dueño, sino por un administrador de confianza.
- La empresa tiene como obligación y derecho en pensar la creación de la franquicia de la compañía, hacer que la empresa crezca a nivel local y nacional.

Registros.

MARCA

PLAZO DE PROTECCIÓN	PRINCIPALES DERECHOS
La marca después de registrarla, tiene un plazo de protección de diez años a perpetuidad.	Con la protección nos aseguramos que ninguna otra persona utilice la misma marca para identificar su producto.

LEMA COMERCIAL

PLAZO DE PROTECCIÓN	PRINCIPALES DERECHOS
10 años de protección, renovables a perpetuidad. Brinda también seis meses de gracia para ser renovados.	Se lo registra colectivamente con la marca. Tienen los mismos derechos pero no se pueden separar al momento de ser vendidos.

NOMBRE COMERCIAL

PLAZO DE PROTECCIÓN	PRINCIPALES DERECHOS
La protección residirá vigente hasta el momento que dejemos de utilizarlo.	Identificará a la empresa, de tal forma que el consumidor no tendrá confusiones al querer adquirir el producto. Estará protegido desde que se utiliza por primera vez el nombre comercial pero es recomendable registrarlo en el IEPI.

NOMBRE DE DOMINIO

PLAZO DE PROTECCIÓN	PRINCIPALES DERECHOS
El plazo de protección es indefinido, pero anualmente se debe cancelar un valor aproximado de 15 a 30 dólares	A través de la página Web podemos identificar nuestra empresa, para que no existan confusiones se debe registrar la mayor cantidad de nombres de dominio, la cual se lo podrá realizar por medio de la ICANN.

Control del Proyecto

Nuestro proyecto tendrá etapas de control para una óptima administración, estas etapas serán: presentación y control reportes, auditoria, y confirmación de resultados, por parte del administrador que mensualmente, exactamente el cuarto día de cada mes inmediato al cumplido en calendario mediante reunión de la junta de accionistas tendrá la responsabilidad de presentarlos y proyectarlos a todos y cada uno de los miembros de la junta.

- El administrador debe y tiene que presentar mensualmente reportes de las ventas del servicio, es decir en cuanto se ha demandado el servicio por cada día del mes, sus picos altos y bajos.
- Anunciar los requerimientos o quejas que se hayan detectado por parte de los clientes, debe presentar reportes de estadísticas que días existe más o menos demanda, presentar estados de resultados de pérdidas y ganancias mensuales.

- Analizar y presentar los productos que más se expenden o consumen, así mismo que indumentarias o implementos deportivos han requerido los consumidores.
- Tendrá que presentar reportes de gastos de mantenimientos y justificarlos debidamente, y del consumo promedio de energía eléctrica.
- Presentar reportes de trabajo de parte de los miembros de la empresa, es decir en tanto y en cuanto están cumpliendo sus funciones y responsabilidades.

CAPÍTULO 2: DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.- Descripción del Negocio.

2.1 Idea del Servicio.

Nuestro servicio consiste en ofrecer una cancha de césped sintético de color azul, novedosa y diferente a las actuales en la ciudad de Portoviejo, de 20m de ancho por 40m de largo, con estándares FIFA ideal para desarrollar el futbol entre dos equipos de 7 miembros cada uno, la cancha contara con 2 arcos de futbol de cada lado de 2m de alto por 3m de largo, con su respectivo rayado de color blanco de manera oficial.

Además, contaremos con dos canchas adicionales de 2m de ancho por 4m de largo donde se practicará futbol tenis y vóley de 2 y 4 personas, siendo un servicio extra o adicional que el usuario o consumidor tiene al momento de alquilar la cancha de futbol, como opción para el entretenimiento y calentamiento mientras llega el momento de jugar.

Nuestro servicio también contara con baños y camerinos para el uso de los clientes, un pequeño bar y mesas adecuadas para el consumo de productos que se expendrán en el local, así como también de un tv donde se programaran partidos oficiales de los mejores equipos nacionales y extranjeros y de la selección nacional.

2.2 Idea del negocio

Consiste, en la implementación de canchas de uso múltiples con césped sintético en la ciudad de Portoviejo, es decir una cancha en la cual se pueda disfrutar de fútbol, y otra adicional donde se practique el vóley y futbol tenis entre 2 y 4 personas; las canchas tendrán las medidas y las reglamentaciones adecuadas para disfrutar de cada deporte.

Alquiler: Las canchas tendrán un costo por hora durante el día de \$20 y en las noches de \$30.

Cursos: De igual manera que los torneos deberán inscribirse todos los que vayan hacer usos de este servicio, el costo tendrá un valor de \$20 mensuales.

Bebidas e Implementos Deportivos: Nuestra empresa tendrá a la disposición del cliente la venta de bebidas hidratantes y energizantes así mismo de implementos deportivos para complemento del deporte a un precio accesible.

El negocio funciona de la siguiente manera, la empresa se encarga de obtener e implementar el césped sintético¹ exportándolo mediante una compañía, ya que no hay un productor de este material en el país sino mas bien importadores de este producto, una vez implementada la cancha contarán con el equipamiento necesario para cada deporte, es decir: Arcos, redes, medidas y marcaciones, etc; para que posteriormente sean alquiladas por hora y se realice el deporte que más le convenga o se requiera; el cliente podrá separar o alquilar por adelantado el uso de la cancha, pero solo tendrá como máximo 5 minutos de espera por parte del uso de la misma contando como parte del tiempo rentado esos 5 minutos, de esta manera se respetarán horarios y no se perderá tiempo al momento de la renta cumpliendo con la puntualidad y responsabilidad del cliente y la empresa.

¹ Césped Sintético. http://es.wikipedia.org/wiki/Césped_Sintético. Es una [moqueta](#) industrial que se asemeja a la [hierba natural](#) pero fabricada con plástico y materiales sintéticos. Actualmente es muy frecuente su uso en terrenos deportivos en los que originalmente se utilizaba césped natural. Aunque su uso es mayoritariamente deportivo, también se está utilizando en céspedes residenciales y usos comerciales. (2009, julio 5)

2.3 Justificación de la implementación de la empresa.

Actualmente, la implementación de canchas sintéticas en la ciudad de Portoviejo es un mercado en crecimiento pero en su mayoría solo se enfocan en brindarle al cliente solo el servicio de cancha de futbol mas no otras alternativas ni servicios que puedan captar su interés.

Necesidades:

- Necesidad de ofrecer un servicio a la comunidad como el incentivo al deporte.
- Necesidad de satisfacer la realización de otros deportes, como complementos.
- Necesidad de implementar canchas de buena calidad, variedad y de uso múltiple.

Razones:

- En la ciudad de Portoviejo existe una gran demanda por realizar deportes, especialmente en la juventud.
- Consiste en una oportunidad muy grande en brindar la oportunidad de no solo jugar fútbol en canchas sintética, sino también de disfrutar del futbol tenis y del vóley en este tipo de canchas.

2.4 Misión, Visión y Objetivos.

Misión

Nuestra misión consiste en ser una empresa promotora del deporte en la ciudad de Portoviejo, de una manera responsable, agradable y solidaria; ofreciendo un servicio diferenciado con comodidades a la hora de jugar, fomentando la buena salud en la sociedad.

Visión

Llegar a ser la empresa líder en la masificación e incentivo al deporte, en los próximos 5 años, no solo a nivel local sino a nivel nacional, brindando nuestro servicio diferenciado y con calidad.

Objetivos: Generales y Específicos

Generales:

- Implementar canchas de uso múltiple de muy buena calidad, la mejor en el mercado local siendo una empresa que fomente el deporte, enfocada en un mayor porcentaje a la gente joven con la finalidad de ayudar a la sociedad en mentalizar un cuerpo sano, y mente sana, brindando a la vez la oportunidad de recreación.

Específicos:

- Implementar campeonatos y torneos para incentivar las relaciones sociales y confraternizar el deporte en todos los sectores.
- Capacitar y actualizar a las personas que necesiten conocer acerca de las reglas y métodos de cómo jugar cada deporte que ofrecemos en el mercado y en la empresa.
- Incrementar anualmente los ingresos de la empresa de acuerdo al crecimiento del mercado.
- Contar con un buen equipo administrativo para poder brindar el mejor servicio a los clientes.

CAPÍTULO 3: PLAN DE MARKETING

3.- Plan de Marketing.

3.1. Objetivos de Marketing y Financieros

Nuestros objetivos están enfocados a obtener una alta participación en el mercado estableciendo una imagen atractiva e impulsando a un mayor consumo de nuestro servicio. A continuación detallaremos los objetivos del plan de marketing:

3.1.1. Objetivos de Marketing.

- Implementar como tiempo máximo estimado hasta el 24 Marzo de 2010, en la ciudad de Portoviejo, el nuevo complejo deportivo de Cancha de Césped Sintética de Uso Múltiple para las personas que requieran de un centro de recreación y deporte. El Complejo deportivo contará con un servicio y producto de calidad.
- Impulsar una campaña efectiva de comunicación constantemente en la ciudad de Portoviejo, que incentive al cliente a incrementar la frecuencia de nuestro servicio.
- Implementar una cancha que brinde diferentes actividades a los consumidores.
- Posicionarnos en la mente del consumidor como una compañía que brinda un servicio y producto de calidad.

3.1.2. Objetivos Financieros.

- Alcanzar ventas mínimas de \$130.000,00 durante los primeros dos años de operaciones por concepto de brindar un servicio de buena calidad y recuperar la inversión, en ese tiempo estimado.
- Lograr una tasa de crecimiento anual en ventas mínima del 5% durante los primeros dos años de operaciones.

3.2. Análisis Pest.

Político

La situación política actual del Ecuador ha realizado un incremento en los impuestos y aranceles en lo que respecta a la importación de bienes y marcas extranjeras, lo cual garantiza el desarrollo de empresas nacionales, además del interés del gobierno actual de fomentar a la creación de empresas nacionales o negocios locales para la generación de empleo.

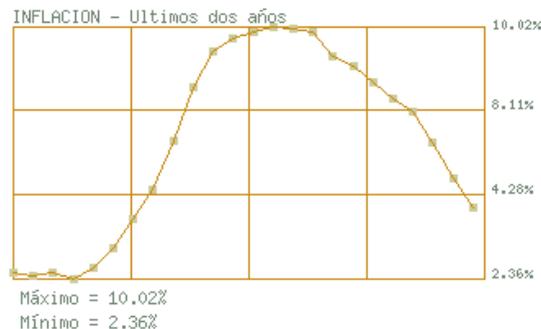
Económico

El PIB² en el año 2008 es de \$48.508,00 millones de USD, un incremento desde el año 2007 lo cual significa un incremento en el consumo y la producción nacional. Desde el punto de vista de las remesas, ciertas personas y sectores se han visto afectadas negativamente por la crisis a nivel internacional (USA), por lo cual existen personas en Ecuador que dejan de realizar actividades fuera de las de primera necesidad que realizaban con debida costumbre.

Otro punto que hay que analizar es el incremento de precios, por diferente factores que afectan a la situación económica del país, por lo que este incremento de precios es otra de las razones por la cuales consumidores o clientes dejan de consumir productos o servicios fuera de los de primera necesidad.

² Banco Central del Ecuador. “El PIB en Ecuador”. Google. <http://www.bce.fin.ec>. (2009, Julio 10)

GRÁFICO 3.1: Inflación Julio 2007 - Julio 2009



Fuente: Banco Central Ecuador.

El gráfico muestra que existe un incremento en los últimos meses, por lo que esto afecta a negocios como el nuestro, ya que también implica incremento de precios en productos de primera necesidad como alimentos para el hogar, y los consumidores optan por frecuentar y gastar en menor frecuencia servicios fuera de los de primera necesidad.

Social

La tendencia de las personas en Portoviejo es que los días finales de semana tienden a reunirse entre familiares, amigos, compañeros de trabajo en lugares o centros deportivos, para pasar un momento agradable. Existen ciertos factores para analizar en la sociedad, como es el caso del desempleo.

GRÁFICO 3.2: Desempleo Julio 2007 – Julio 2009



Fuente: Banco Central Ecuador.

El gráfico muestra que la tasa de desempleo tiene una tendencia a crecer, por lo cual afecta a todos los sectores empresariales debido a que los consumidores dejan de tener el mismo poder adquisitivo para realizar actividades que no son de primera necesidad.

Tecnológico

Ecuador es un país que no maneja muchos cambios tecnológicos, ya que es un país en vías de desarrollo. A pesar de actualmente muchas empresas locales utilizan software para su administración y control de inventario, personal, rol de pagos.

3.3. Análisis PORTER³

El crecimiento en los diferentes sectores industriales en el Ecuador crea una oportunidad para nosotros. Analizando las barreras, clientes, proveedores, productos sustitutos y competidores directos, debemos determinar con que fuerza y poder de negociación entraremos a competir dentro de la industria de servicios.

Actualmente en la Ciudad de Portoviejo no existe un local que ofrezca los servicios como nosotros los cuales incluyen canchas de césped sintético de uso múltiple, pero si existen 7 canchas dedicadas a ofrecer el servicio de solo futbol.

³PORTER. “Matriz Porter”. Matriz que ayuda al análisis de competidores, rivales, productos sustitutos, compradores y proveedores en una industria.

http://www.12manage.com/methods_porter_five_forces_es.html. (2009, Julio 12)

GRÁFICO 3.3: Matriz Porter.



ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Clientes.- Tienen un poder de negociación medio bajo, ya que existen otros locales similares al nuestro pero no ofrecen los mismos productos y servicios que el nuestro donde los clientes pueden escoger a su gusto y preferencia.

Proveedores.- nuestro local requerirá básicamente de dos proveedores: la proveeduría de artículos deportivos para los servicios que ofrecemos y los de bebidas, energéticas, gaseosas, aguas, cervezas, etc. Tenemos variedades de donde escoger este tipo de servicios y proveedores, por lo cual el poder de negociación de los proveedores es medio bajo.

Competidores.- En los últimos años, el crecimiento potencial de los principales competidores, al norte y centro de la ciudad. Dicho crecimiento se convierte en una oportunidad para nuestra empresa ya que esto se enfoca directamente en una demanda existente en el mercado, por lo tanto cuentan con un poder medio, medio alto de negociación.

Servicios y productos sustitutos.- Según la fuente de la Cámara de Comercio de Portoviejo, en la ciudad existen 7 establecimientos o localidades que ofrecen este servicio, por lo cual el poder de negociación de los sustitutos es medio alto.

Amenaza de nuevos competidores.- El último competidor que entró al mercado de canchas sintéticas fue “El Campito”, ubicado en el norte de la ciudad, actualmente existen en Portoviejo 7 canchas, que no ofrecen con exactitud los mismos servicios que nuestra empresa, por lo tanto la amenaza de nuevos competidores es media.

Stakeholders.- Nuestro principal Stakeholders será una institución bancaria de la cual pretendemos obtener el financiamiento necesario para las instalaciones, permiso, construcción y puesta en marcha del negocio.

Conclusión de análisis Porter.

Debido a que no existen en el mercado Portovejense actual competidores que ofrezcan los mismos servicios que nosotros, hemos creado una ventaja competitiva al unificar varios servicios en un solo local proporcionándoles a los clientes un valor diferenciador que fácilmente puede ser percibido por ellos, dándonos un resultado de que esta industria es atractiva para la empresa.

Nuestra empresa no cuenta con altos riesgos desde el punto de vista industrial, ya que es una industria nueva, la cual está creciendo.

Respecto a la zona el riesgo que cuenta es que sea poco conocida, pero para esto se ha hecho un gran plan de marketing y publicidad.

El riesgo del que mercado colapse un poco años es decir que el crecimiento de este servicio sea acelerado y en pocos tiempo más sea superior a la demanda causando así disminución para los ofertantes en sus ganancias.

3.4 Análisis de Mercado.

3.4.1 Análisis de la competencia

SERVICIO.

La idea de implementar canchas sintéticas en la ciudad de Portoviejo nació hace dos años atrás aproximadamente. La primera fue la denominada ‘La Capirosa’, instalada en 2007 en la Av. 5 de Junio, al norte de la ciudad. Luego se equiparon otras a lo largo y ancho de la ciudad.

Las canchas son de 40x20 metros promedio habiendo algunas un poco más pequeñas y pueden jugar 12 a 14 personas. Unas son de 34x18 m. Implementándose opciones de academias de futbol; y la opción de para que la gente salga del trabajo y busquen un sitio donde hacer deporte.

Empresarios, quienes han importado el césped para las canchas en la ciudad aseguran que para arrancar en este negocio se necesita entre \$50.000,00 y \$100.000,00 y que el capital se puede recuperar entre seis u ocho meses o en ocasiones en menos de un año. La facturación mensual promedio en las canchas va de \$8.000,00 a \$12.000,00 por las más de 1.000 personas que van al mes.

Otra de las canchas que tiene mucha acogida es la llamada Autogol, ubicada también en el sector del Limón, parroquia Colon de Portoviejo; en 2008 y 2009 se abrieron la mayoría de las canchas y que actualmente permanecen en su mayoría de 19:00 hrs a 01:00 am, siempre llenas.

Portoviejo tiene canchas de fútbol casi en todos los sectores. Hoy se une a la moda de otras ciudades con la construcción de nuevos escenarios con césped sintético.

Actualmente, hay 8 canchas en funcionamiento todas edificadas con iniciativa privada.

Dependiendo de su tamaño, la construcción de estos locales tiene un costo aproximado de 60 mil dólares; el césped que es importado tiene un valor de 27 a 40 mil dólares y tiene una vida útil de 7 a 10 años dependiendo de lo que se necesite y la calidad del mismo y su respectivo mantenimiento.

El césped tiene 6 centímetros de alto y se lo coloca debajo de cualquier superficie plana en la mayoría de los casos sobre cemento. Una vez emplazado se coloca por encima una capa de arena y otra capa de hule o caucho poliuretano hasta dejar el gramado de unos 2 centímetros de alto.

Competidores directos:

La primera en estar en funcionamiento fue “La Capirosa” ubicada en la calle 5 de Junio, poco después entraron a funcionar la Tamarindera en la vía Portoviejo – Manta y Autogol en la parroquia Colon vía a Santa Ana, poco después implementaron algunas otras en la parte céntrica de la ciudad, como El Campito, Maracaná, Cruz del Norte, Pa la Cancha, El canchón.

Tienen en su mayoría 40 metros de largo por 20 de ancho. Pueden jugar dos equipos de seis o siete integrantes cada uno.

En lo que respecta a la falta de adecuaciones o instalaciones las canchas actuales no cumplen con las expectativas de los clientes, un lugar completo donde puedan disfrutar a parte del uso de las canchas, un ambiente en el cual miren partidos de futbol u otros deportes, cómodas mesas y sillas donde se puedan refrescar con bebidas energizantes o alcohólicas de moderación.

En conclusión las instalaciones actuales les falta proyección de mejoramiento para el uso y confort de los clientes.

En el mercado actual si tenemos competidores directos ya que si existen canchas sintéticas en la ciudad de Portoviejo.

Entre las empresas consideradas como competidores directos tenemos:

TABLA 3.1: COMPETIDORES DIRECTOS

EMPRESA	
EL CAMPITO	MARACANA
LA CAPIROSA	LA TAMARINDERA
AUTOGOL	GUIFERZA
PA LA CANCHA	CRUZ DEL NORTE

Elaborado por: Leonardo Sabando.

Competidores indirectos:

Como competidores indirectos podríamos mencionar empresas proveedoras de servicios sustitutos como: salones de pin – pon y bares para irse a divertir y jugar cartas.

Entre las empresas consideradas como competidores indirectos tenemos:

TABLA 3.2: COMPETIDORES INDIRECTOS

EMPRESA
LA ESNAQUI
OSSIRA
COPACABANA
ZONA CERO
BLUES

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

PRECIO

En la ciudad de Portoviejo decenas de ciudadanos se reúnen en las noches. Son grupos de entre seis y siete personas, que recogen entre \$25,00 y \$35,00 y pagan para usar una hora, una de las de 8 canchas sintéticas de la ciudad.

\$12,00 por hora es el costo mínimo del alquiler de una cancha sintética, y en promedio están entre los \$23,00 ya que existen opciones en cuanto al precio siendo la máxima de \$35,00.

El precio de uso de las canchas de lunes a domingo es de regular dependiendo día tarde y noche que en las mayorías varían el precio por el tiempo más que todo en las noches donde es más costoso el uso debido a la iluminación pueden variar desde \$12,00 por hora, en la mañana; \$20,00 por las tardes y \$25,00 a \$35,00 la hora en las noches. Algunas cuentan con clientes fijos o clientes que separan incluso hasta con semanas o días de anticipación”.

PLAZA.

La ubicación de los competidores directos están en su mayoría en la parte central de la ciudad.

TABLA 3.3: UBICACIÓN COMPETIDORES DIRECTOS

EMPRESA	DIRECCIÓN
LA CAPIROSA	AV. 5 JUNIO
AUTOGOL	KM 7 VIA PORTOVIEJO – SANTANA
PA LA CANCHA	AV. MANABI Y CALLE LOS AMIGOS
LA TAMARINDERA	KM 1 VIA PORTOVIEJO - MANTA.
CRUZ DEL NORTE	KM 4 AV REALES TAMARINDOS
EL CAMPITO	KM 3.5 AV REALES TAMARINDOS
EL MARACANA	CDLA. EL MAESTRO AV URBINA

Elaborado por: Leonardo Sabando.

PROMOCIÓN.

La mayoría de los competidores utilizan las volantes que las distribuyen en la ciudad en sectores estratégicos, como colegios, universidades, etc. y letreros gigantes ubicados cerca del establecimiento para dar a conocer su servicio.

En lo referente a promociones por uso del servicio todas al principio de su funcionamiento establecían la promoción 2x1 la hora, o segunda hora a mitad de precio, pero en la actualidad no brindan promociones en fines de semana solo en días ordinarios donde algunas como la Capirosa ofrece descuentos de 10% por el uso de la segunda hora.

3.5 ANÁLISIS FODA.

<p style="text-align: center;">Factor Interno</p> <p style="text-align: center;">Factor Externo</p>	<p>Fortalezas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser los primeros en ofrecer esta clase de servicios y productos al mismo tiempo como son: Canchas de césped sintético de uso múltiple como el tenis, vóley y futbol. ❖ Ubicación estratégica donde tendrá una debida acogida como es el Sur y afueras de la ciudad. ❖ Personal de carácter ameno y joven acordes a las características del negocio. 	<p>Debilidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ La necesidad de financiamiento a la banca. ❖ A pesar de ser los pioneros seremos nuevos en este tipo de negocios. ❖ Altos costos de instalación e infraestructura del negocio.
<p>Oportunidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Las tendencias de las personas a consumir este tipo de servicios en la actualidad. ❖ Exclusividad con algunas bebidas e instituciones como auspiciantes. 	<p>FO</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ La cultura y la tendencia de las persona en Portoviejo nos puede servir como una herramienta de apoyo para dar a conocer de forma más rápida nuestra marca. ❖ Buscar patrocinios de bebidas famosas en Portoviejo, como exclusividad para obtener mayor facilidades en negociación con ellos para crédito y publicidad. 	<p>DO</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Buscamos otras Fuentes de capital por parte de personas naturales, socios o accionistas, que aporten con su inversión para poder disminuir el monto del préstamo bancario. ❖ Al buscar exclusividad con proveedores obtendremos la facilidad de que nos otorguen dispensadores de bebidas hidratantes, cervezas, aguas y bebidas gaseosas.
<p>Amenazas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Empresas de rápido crecimiento. ❖ Participación y posicionamiento de los competidores ya establecidos. 	<p>FA</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Mediante un estudio de Mercado, buscaremos la mejor ubicación para el local, contratación de personal para un rápido crecimiento de negocios y poder competir con empresas ya posicionadas en el mercado. 	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Con el rápido crecimiento del negocio, obtendremos una alta participación y posicionamiento del Mercado, por lo cual nos llevara a ser más eficientes en costos y gastos.

3.6 Focus Group.

Objetivo General:

- Conocer el comportamiento y conocimiento de las personas acerca de los diferentes estilos y gustos o preferencias de las canchas sintéticas.

Objetivos específicos:

- Determinar las actividades que se realizan dentro de un centro deportivo.
- Conocer las preferencias de los clientes.
- Determinar la calidad que requieren al adquirir un producto o servicio.
- Conocer cuánto estarían dispuestos a pagar por nuestros productos y servicios, ofrecidos dentro del complejo.

Número de grupos: 1 grupo (8 personas en el grupo)

Público Objetivo:

- Hombres mayores a 13 años.
- Residentes en la ciudad de Portoviejo.
- Nivel socio económico medio y medio alto.

GRÁFICO 3.4: FOTO DEL FOCUS GROUP



ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

“Frases más relevantes en la entrevista focal”.

- No creemos conveniente una cancha donde se pueda jugar todos los deportes a la vez.⁴
- Sería interesante y atractivo tener una cancha de vóley y futbol tenis pequeña para calentar antes de jugar futbol.
- Es un sector nuevo donde no hay ese tipo de canchas.
- El precio ideal sería menor a los actuales.
- Sería bonito que tengas un marcador electrónico.
- Podrías crear base de datos de clientes y darles promociones a los mejores.
- Sería estratégico que obsequies agua a los que te alquilan, pero obviamente lo cobras en el precio total de alquiler.

CONCLUSIÓN

El análisis grupal de la implementación de la cancha de césped sintético multiuso se realizo con éxito a 8 personas en compañía del moderador, quien fue el encargado de guiar y establecer el orden de la preguntas en cuestión para la obtención de información.

El análisis arrojó resultados muy interesantes que responden a las expectativas del negocio a establecerse, y a cambiar y enfocarse de manera distinta a la idea primeramente determinada, adaptándonos a la verdadera necesidad y requerimientos de los consumidores potenciales en este servicio.

⁴Sabando Leo, Juan Briones, Enrique Zhingre, Jorge Rodríguez, Ricardo Villavicencio, Andrés Villavicencio, Xavi García, Josué Sabando. Focus Group. “Implementación de Cancha de césped Sintética”. Portoviejo (Julio15/09)

SERVICIO.

Llegamos a la conclusión de que en la ciudad de Portoviejo aún existe la posibilidad de implementar este tipo de servicios que es el de uso de canchas de césped sintético, y que todos los consumidores potenciales estarían dispuestos a acudir al establecimiento sintiéndose motivados por el servicio, innovación, promociones, y especialmente la calidad que prestemos.

Se pudo concluir que en el mercado portovejense no sería factible implementar el tenis de raqueta como servicio primordial de la idea establecida inicialmente, pero si el futbol tenis, deporte que hoy en día es practicado por casi todos los deportistas que efectúan futbol, mucho más; antes de jugar como parte del entretenimiento y calentamiento previo al futbol, de igual manera el vóley como opción secundario.

Otra de las necesidades que el mercado requiere es buenos baños, duchas y camerinos previos y post realización del deporte, bar cómodo y espacioso, donde se puedan relajar y refrescar con bebidas hidratantes, energizantes, snacks, y bebidas alcohólicas de moderación como la cerveza, y observar uno que otro juego deportivo por tv que motive mucho mas a concurrir al espacio deportivo.

Los entrevistados ven y creen muy novedosa la implementación de la cancha sintética de multiuso de futbol tenis y vóley como parte de estrategia es decir que los clientes las usen sin costo previo al futbol como entretenimiento, siendo esta pequeña de medidas 4m de largo por 2m de ancho con la opción de a futuro no descartar su alquiler según la demanda.

Sugirieron alquilar y vender artículos deportivos en el local, como zapatos de jugar, medias, vendas, tobilleras, canilleras, entre otras; como opción económica para los clientes que en ocasiones no cuentan con ellas o de pronto van acompañando al grupo de amigos y juegan por no contar con los materiales para desarrollarlo, siendo esta una oportunidad de negocio.

Aconsejaron que fuera buena idea implementar vallas publicitarias alrededor de las canchas con el objetivo de hacer del campo de juego lo más parecido a un estadio de fútbol donde la gente se sienta motivada para acudir.

Un considerable grupo de entrevistados sugirieron usar un color distinto del césped sintético al que todos los tienen es decir que sea azul u otro a diferencia del verde para llamar la atención y sea algo nuevo en la ciudad.

PROMOCIÓN.

Recomendaron incluir promociones en las horas alquiladas como 2x1 paga una y recibe 2, paga 1 y la segunda a mitad de precio, regalar en el alquiler de las canchas agua en galón por equipos o en fundas de 4lts como estrategia de motivación.

Recomendaron crear una base de datos y a los clientes fieles darles descuentos, promociones, opciones o beneficios para el consumo del servicio prestado.

PRECIO

En cuanto al precio los entrevistados recomendaron que durante el día no sea mayor a \$20,00 dólares americanos y que las noches no sean mayores a \$30,00 dólares americanos, obviamente con la opción de combos y promociones.

Finalmente con todos estos requerimientos y necesidades planteadas todos se sentirían motivados para acudir al establecimiento y serlo partes de su rutina deportiva.

PLAZA

La mayor parte de los entrevistados creyeron aceptable, la opción de implementar una cancha en ese sector de la ciudad donde la ciudad está creciendo y no hay en la actualidad esa clase de servicios en ese sector, sugirieron que se haga una buena comunicación de la zona es decir dónde va estar ubicada la empresa, para que sea muy concurrida.

3.7 Entrevistas a Profundidad.

Objetivos Generales:

- Conocer el comportamiento de las personas al adquirir un producto o servicio.
- Informarnos más acerca del manejo administrativo de las canchas sintéticas y sus dificultades.

Objetivos específicos:

- Conocer que actividades las personas realizan dentro de un centro deportivo, como las canchas sintéticas.
- Conocer las diferentes estrategias de promoción y publicidad empleadas por el empresario.

- Conocer los diferentes servicios que brinda al consumidor, durante el consumo del servicio.

Número de Entrevistados: 2 personas.

Público Objetivo:

- Empresario propietario de un centro deportivo, como cancha sintética.

Se realizó dos entrevistas a dueños o propietarios de las más exitosas canchas actualmente en la ciudad. En las cuales arrojaron conclusiones y puntos de vista muy interesantes.

“Frasas sobresalientes en las entrevistas”

- “Tenía un terreno baldío atrás de mi casa y decidí poner una cancha para el uso mío, de mi familia y amigos”
- Sinceramente no tenía nada en mente de hacer de esto un negocio, simplemente la oportunidad estaba allí latente, y poco a poco se fue dando.
- En el mes concurren cerca de 1000 personas a veces un poco más.

SERVICIO.

En lo que respecta a los puntos críticos⁵ vale mencionar que ambas empresas necesitaron altos montos de inversión para la puesta en marcha e implementación de cada una.

Tuvieron que realizar un plan de comercialización y mercadeo antes y después de implementarlas.

⁵ Puntos Críticos. “Elasticidad”. Monografías.com. <http://www.monografias.com/trabajos30/elasticidad-precios/elasticidad-precios.shtml>. (Julio, 5/09)

PROMOCIÓN.

En el inicio de la implementación de las canchas, realizaron campeonatos, promociones por mes de inauguración como 2x1, descuentos por consumo mayores a 2 horas.

Realizaron publicidad con afiches publicitarios en la ciudad, prensa, televisión, y radio, siendo estas muy efectivas al momento de captar clientes y darse a conocer en el mercado.

PRECIO.

Ambos entrevistados acordaron el precio según la necesidad y alcance económico de los consumidores, en el mercado portovejense.

También tomaron en cuenta los montos de inversión para recuperarla lo más rápido en el caso de la cancha autogol.

Ventajas.

- Promovieron la inversión y el deporte en la ciudad.
- Ahorraron publicidad mediante invitación a la prensa y torneos gratis en la inauguración.
- La capirosa primera cancha en la ciudad contaba con la ventaja que los dueños tenían medios de comunicación locales como radio y tv donde la publicidad de este fue amplia y gratuita.

Desventajas.

- No contaban con un plan de mercadeo completo más bien temporal y no a largo plazo.
- No se destino investigación ni espacio para todas las necesidades de los clientes en estos espacios, mas aun por parte de la capirosa que fue la primera cancha.
- Ninguna se preocupo por proponer o innovar algo diferente a lo actual.

Conclusiones:

Todas las personas que practican este deporte poco a poco van ganando condiciones sin importar la edad.

Para obtener ingresos adicionales se debería realizar la venta de los diferentes tipos de accesorios como: balones guantes y zapatos. Otro punto importante es conseguir patrocinadores y de esta manera se estarían financiando diferentes tipos de actividades

Los mejores días que frecuentan las personas son los: miércoles, jueves, viernes y sábados. Por lo general los clientes reservan para jugar en la noche debido a que la mayor parte trabaja o cumple otro tipo de actividades. Los usuarios después de cada juego prefieren consumir bebidas hidratantes como energizantes.

3.8 Metodología — Encuestas

Se realizaron 300 encuestas de tipo aleatoria estratificada en distintas zonas públicas; tales como: Universidades, y Centros comerciales.

El método aleatorio estratificado que usaremos consiste en la división previa de la población en grupos o clases que se suponen homogéneos con respecto a

alguna característica de las que se van a estudiar. A cada uno de estos estratos se le asignará una cuota que determinaría el número de miembros del mismo que compondrán la muestra.

En las encuestas se han desarrollado preguntas cerradas con el fin de determinar nuestros clientes potenciales y la aceptación del servicio.

El mercado meta serán hombres comprendidos entre los 13 y 55 años de edad, residentes en la ciudad de Portoviejo del sector Urbano y que sientan la necesidad de contar y acudir a un espacio o campo deportivo donde a mas de recrearse puedan disfrutar del deporte y brinde diferentes servicios.

Tamaño de la muestra para la frecuencia en una población

Tamaño de la población (para el factor de corrección de la población finita o fcp)(N):	69989
frecuencia % hipotética del factor del resultado en la población (p):	50%+/-5
Límites de confianza como % de 100(absoluto +/-%)(d):	6%
Efecto de diseño (para encuestas en grupo- $EDFF$):	1

Tamaño de la muestra(n) para varios Intervalos de Confianza

Intervalo Confianza (%)	Tamaño de la muestra
94%	300
80%	164
90%	270
97%	468

99%	658
99.9%	1067
99.99%	1483

Ecuación

Tamaño de la muestra $n = [EDFF * Np(1-p)] / [(d^2/Z^2_{1-\alpha/2} * (N-1) + p(1-p))]$

Resultados de la calculadora de código abierto OpenEpi Versión 2— Spropor

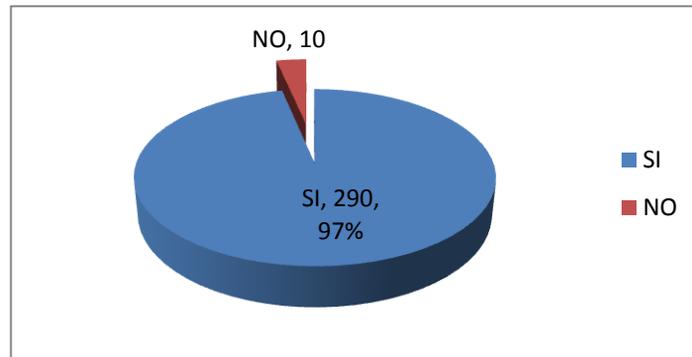
CONCLUSIONES

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1 REALIZA UD DEPORTE?

SI	NO
290	10

Gráfico 3.5:



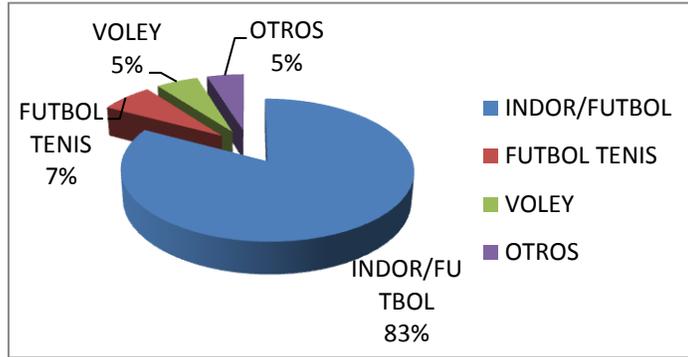
ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

El 97% de los encuestados que representa casi la totalidad practica el deporte; mientras que el 3% no lo hace ni lo tiene como rutina en su vida.

2 QUE TIPO DE DEPORTES UD HACE?

INDOR/FUTBOL	240	
FUTBOL TENIS	20	
VOLEY	16	
OTROS	14	BASQUET, PING PONG, KARATE

GRÁFICO 3.6



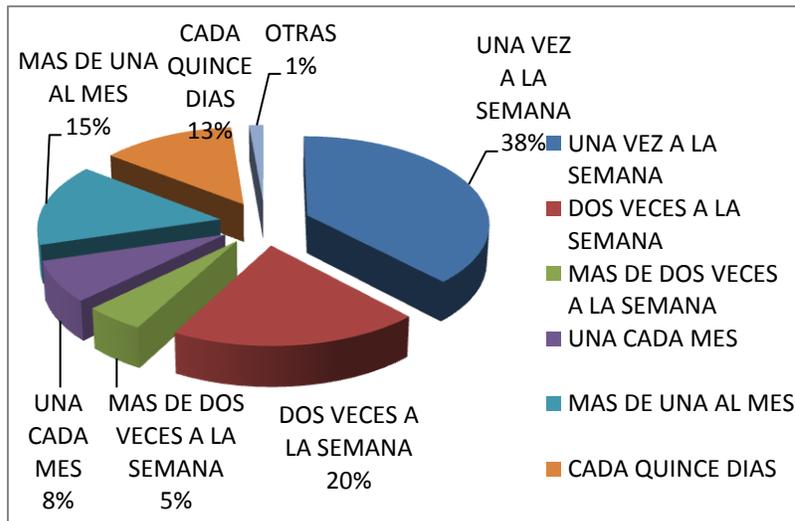
ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

La mayor cantidad de personas encuestadas realizan el indor futbol como deporte favorito con un 83% de aceptación, mientras que el futbol tenis en un 7% el vóley con 5% siendo una posibilidad de mercado significativa.

4 CON QUE FRECUENCIA UD LOS REALIZA?

UNA VEZ A LA SEMANA	110
DOS VECES A LA SEMANA	58
MAS DE DOS VECES A LA SEMANA	14
UNA CADA MES	22
MAS DE UNA AL MES	44
CADA QUINCE DIAS	38
OTRAS	4

GRÁFICO 3.7



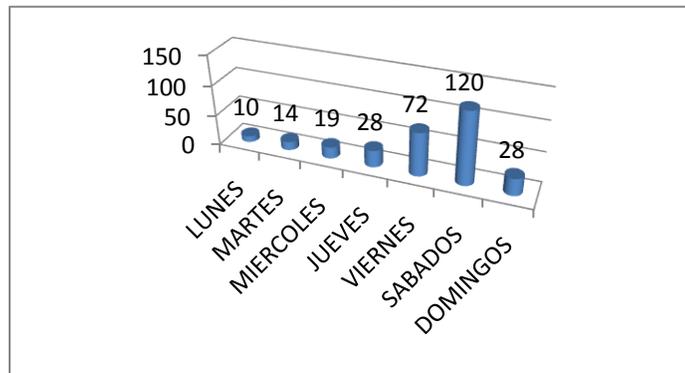
ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Mayoritariamente el mercado acude a realizar estos deportes una vez a la semana en un 38% y con dos veces a la semana 20% otros realizan solo deporte una vez al mes en un 15% y cada dos semanas un 13%.

5 QUE DIAS EN ESPECIAL UD MAS ACUDE A REALIZARLOS?

LUNES 10
MARTES 14
MIERCOLES 19
JUEVES 28
VIERNES 72
SABADOS 120
DOMINGOS 28

GRÁFICO 3.8



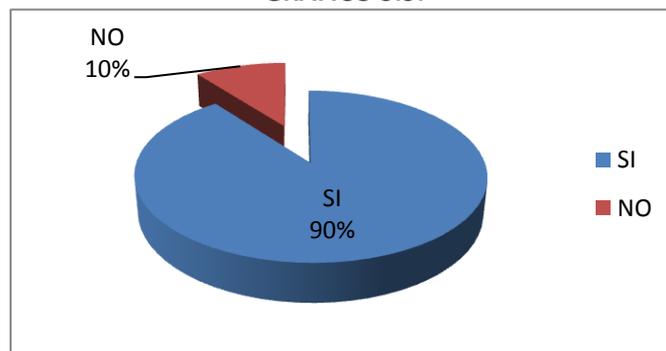
ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Los días en que mas concurre la gente a realizar deportes son los fines de semana donde la demanda es relativamente alta mientras que de lunes a miércoles e incluso jueves es muy baja.

6 ADQUIRIRIAS ARTICULOS DEPORTIVOS EN EL LOCAL, PARA REALIZAR DEPORTES EN CASO DE NO CONTAR CON ELLOS?

SI NO
260 30

GRÁFICO 3.9.



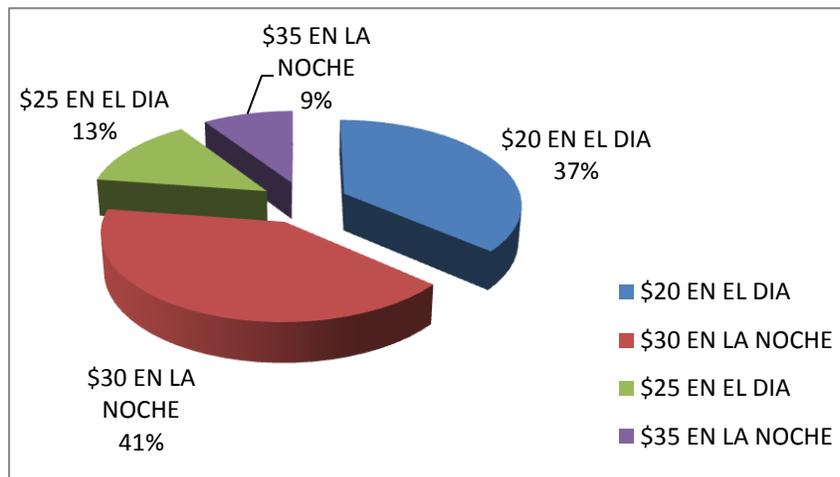
ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Se realizó una investigación que si la gente adquiriría artículos deportivos dentro de este predio, y el 90% consumiría insumos deportivos mientras que un 10% no compraría.

7 CUANTO ESTARIAS DISPUESTO A PAGAR POR USAR ESTE SERVICIO DE JUGAR EN UNA CANCHA CON ESTANDARES FIFA DE 20 M X 40 M PARA DOS EQUIPOS DE 7 C/U

\$20 EN EL DIA	109
\$30 EN LA NOCHE	123
\$25 EN EL DIA	40
\$35 EN LA NOCHE	28

GRÁFICO 3.10



ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

En cuanto al precio la demanda opto por los más bajos como estaba previsto, el 37% prefiere pagar \$20 en el día y el 41% \$30 en la noche.

ELASTICIDAD DE PRECIOS.

La demanda de un bien es elástica si la cantidad demandada responde significativamente a una variación del precio, e inelástica si la cantidad demandada responde muy levemente a una variación del precio.

Por lo tanto según el análisis de la elasticidad de la demanda según el precio es:

TABLA: 3.4

ELASTICIDAD PRECIO DIA	
P	Q
20	109
25	40

Elaborado por: Leonardo Sabando.

Variación % precio (5) 20% (0.2)

Variación % demanda (-69) 172.5% (-1,73)

VQ/VP -8.65

demanda relativamente elástica > 1;

La cantidad demandada responde significativamente al aumento de precio.

TABLA: 3.5

ELASTICIDAD PRECIO NOCHE	
P	Q
30	123
35	28

Elaborado por: Leonardo Sabando.

Variación % precio (5) 14.28% (0.14)

Variación % demanda (-95) -77.24% (-0.77)

VQ/VP -5.5

Demanda relativamente elástica >1

La cantidad demandada responde significativamente al aumento de precio, por lo tanto es relativamente elástica para ambos precios en la mañana y noche.

Nuestra demanda es relativamente elástica, al incrementar de \$20,00 a \$25,00 el precio en la mañana nuestro por el servicio, nuestra demanda se reducirá 172.5%.

Y en la noche al incrementar de \$30,00 a \$35,00 la demanda cae en un 77.24%

En resumen, podemos decir que la subida de precios como estrategia de mercadeo es utilizable solamente cuando la demanda del producto es relativamente inelástica y la compañía compromete su rentabilidad. Cuando se tenga en mente el alza de precios debemos analizar las posibles respuestas de la competencia.

3.9 Demanda (mercado Meta)

Nuestro Mercado meta está enfocado a personas de las siguientes características:

Hombres.

Cantidad⁶ 69.689 habitantes.

Edad de 13 a 55 años.

Nivel socio económico medio/medio alto/ alto.

Estudiantes, universitarios, secundarios o profesionales.

Que vivan en la ciudad de Portoviejo.

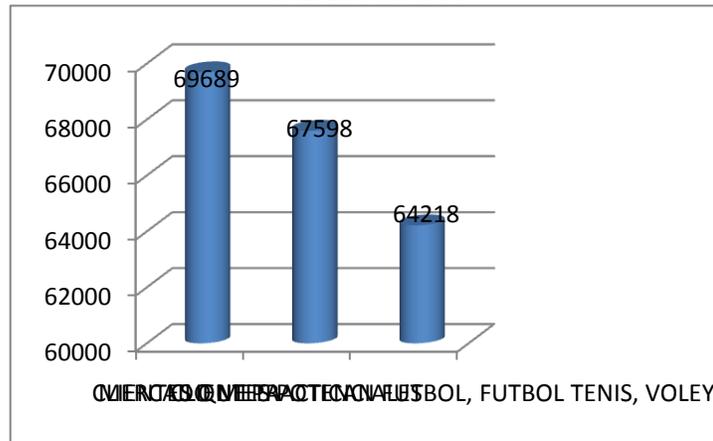
⁶Cantidad. 69.689 habitantes hombres mayores de 13 años zona urbana de Portoviejo. <http://www.inec.gov.ec> (Julio, 5/09)

Conclusión.

De las 69689 personas del mercado potencial al que nos enfocamos el 97% práctica deportes lo cual representa a 67598.33 personas que potencialmente apuntan a consumir nuestro servicio y un 95% de 64218 quienes verdaderamente practican fútbol, fútbol tenis y vóley que son los deportes que brindaremos al mercado.

DEMANDA POTENCIAL

GRÁFICO: 3.11



ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

3.10. Marketing Mix.

Servicio:

La compañía “El Campin” brindará dentro del complejo, diferentes productos y servicio a los clientes como:

➤ Alquiler de la canchas:

Las canchas de césped sintético serán alquiladas a los clientes por el tiempo que ellos requieran para su respectivo uso o juego.

➤ **Torneos:**

Para poder participar en el torneo los diferentes participantes tendrán que inscribirse para los respectivos campeonatos. Los clientes deberán dar el dinero, el nombre y su cédula de identidad al personal de caja, y si es posible la lista completa de los 10 integrantes por equipo.

➤ **Cursos:**

Los clientes deberán inscribirse para hacer uso de este servicio, el proceso de inscripción será el mismo antes mencionado.

➤ **Bebidas y snacks:**

Nuestra empresa tendrá a la disposición del cliente la venta variedades de bebidas hidratantes, energizantes y snacks. Además de estos servicios y productos que están a la venta, el consumidor podrá hacer uso baños y camerinos deportivos.

Precio:

➤ **Alquiler de canchas:**

El precio por una hora de alquiler tendrá un valor de \$30,00 en la noche y \$20,00 durante el día.

➤ **Torneos:**

El costo por participante, que será representado por equipo tendrá un valor de \$100,00.

➤ **Cursos:**

El precio por alumno tendrá un valor de \$20,00 mensuales.

➤ **Bebidas y piqueos:**

Los precios de las bebidas y snacks que estarán a disposición del cliente son cómodos y accesibles.

Plaza:

- Nuestro complejo deportivo “El Campin” estará ubicado en calles autopista Manabí guillen y calle sin nombre de la ciudad de Portoviejo. Las personas de diferentes lugares de esta ciudad tendrán fácil acceso. Para los clientes que vayan con vehículo propio contarán con estacionamientos y seguridad. Nuestro establecimiento se encontrará en un lugar donde no existen competidores que brinden un complejo deportivo de canchas sintéticas multiuso con nuestras características.

Promoción:

- Se realizarán distintas estrategias de promoción, estrategias de posicionamiento, estrategias de publicidad y estrategias de venta, para que las personas conozcan la apertura del complejo y de la misma manera captar una mayor participación de mercado.

Estrategias de promoción.

Nuestra empresa tendrá y pondrá en marcha sobre todo al principio de su ejecución, promociones, como estrategias para atraer clientes y posicionarse en el mercado como líderes en ofrecer este servicio.

Entre las estrategias que implementará la empresa están las siguientes:

- Ejecutaremos campeonatos de 10 equipos el día de la inauguración, para atraer clientes y dar a conocer el negocio, este se realizará mediante invitación a grupos sociales, estudiantiles, empresariales, entre otras; mediante oficios o cartas dirigidas hacia ellos, de esta manera optimizaremos gastos en anunciar campeonatos sobre todo el día de la inauguración.

Los siguientes campeonatos serán anunciados de la misma manera mediante invitación a varias entidades esperando un gran porcentaje de aceptación.

- Implementaremos estrategias de combos por hora es decir paga una y recibe dos, más conocidas como 2x1 en el primer mes de funcionamiento.
- Estableceremos escuelas de fútbol, fútbol tenis, y vóley en las mañanas donde potencialmente la demanda cae.
- Realizaremos convenios o canjes publicitarios con empresas, con medios de comunicación, como radios, tv, prensa escrita, unidades educativas, entre otros establecimientos para que sus empleados o equipo de trabajo hagan deportes, olimpiadas, etc.
- Con nuestros principales proveedores de bebidas, energizantes, hidratantes, entre otras; realizaremos canjes y promociones de torneos como principales auspiciantes y de derecho de marca en nuestra empresa.
- Repartiremos volantes, tarjetas de presentación, afiches, para dar a conocer nuestras promociones y servicios, esperando tener una

efectividad del 5% por cada volante distribuida, es decir que por cada 100 volantes entregadas tendremos 5 clientes que nos visitaran. Es decir que si esperamos tener 1.000,00 clientes mensuales tendríamos que distribuir 20.000,00 volantes o tarjetas de presentación para acoger dicha expectativa.

- La Estrategia boca a boca incrementara en un 10% nuestro mercado.

3.11. Presupuesto del plan de marketing.

El presupuesto de las estrategias de promoción, indudablemente tendrá un impacto económico en nuestras ganancias, si bien es cierto nos hará captar mayoritariamente a clientes pero perderemos dinero en horas en que se apliquen las promociones, es decir nos mermará ganancias.

Estas estrategias tienen un objetivo e intención que es lograr que nos posicionemos en el mercado y hagamos que el cliente nos perciba como la mejor cancha en brindar estos servicios en la ciudad.

Durante el primer mes está estimado implementar la estrategia de 2x1 es decir que el cliente paga una hora del servicio y recibe una gratis adicionalmente, en ese mes prácticamente utilizaremos solo el 50% de nuestra capacidad de alquilar por hora.

Se estima que en el primer mes debido a las promociones de 2x1, la empresa deje de ganar cerca de \$2.570,00 por dejar de trabajar en un 50% su capacidad de servicio por hora, teniendo en cuenta este alto rubro de no ganancia en el presupuesto.

Durante los siguientes meses después del primero se seguirá implementado estrategias de 2x1 de lunes a miércoles donde la demanda es baja con el objetivo de mantener siempre ese mercado que consume poco el servicio en esos días. Se prevé que esta estrategia le consiga ganar a la empresa ingresos cerca a \$1.000,00 durante estos días en el mes.

Se piensa implementar escuelas de futbol y de fútbol tenis, y vóley en las mañana donde la demanda es baja para de esta manera aprovechar el tiempo en que no es demandado el servicio, aproximadamente se prevé ganar mensualmente con este servicio cerca de \$600,00 durante el primer mes con proyecciones a crecer y llegar a contar con no menos de 50 alumnos por categorías en nuestra escuela de deportes.

TABLA: 3.6

PRESUPUESTO						
ESTRATEGIAS PROMOCION						
DESCRIPCION	CANTIDAD	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL A DICIEMBRE	COSTO ANUAL
VOLANTES 2X1, AFICHES.	20000	\$380.00	\$380.00	\$380.00		\$ 1,140.00
ANUNCIO "EL DIARIO MANABITA"	30 DIAS	\$1500.00				\$ 1500.00
ANUNCIO RADIO SUCRE	90 DIAS	\$130.00	\$130.00	\$130.00		\$ 390.00
TORNEOS O CAMPEONATOS	12	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00
VOLANTES TORNEOS	1000	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$ 240.00
TERJETAS DE PRESENTACION	20000	\$280.00	\$280.00	\$280.00	\$280.00	\$ 3,360.00
ANUNCIOS EN LINEA	1	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
TOTAL						\$ 11,430.00

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

3.12. Control del plan de marketing y las estrategias.

El plan de mercadeo se va a controlar mediante etapas, es decir con la medición de cumplimientos de metas y objetivos que se implementaran, con resultados e innovaciones cada periodo.

CLIENTES QUE SE ESPERA QUE INGRESEN EN EL PRIMER MES

TABLA: 3.7: CLIENTES ESPERADOS PRIMER MES

# CLIENTES POR HORA	HORAS MENSUALES	TOTAL CLIENTES
14	198	2772

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

HORAS QUE SE ESPERA ALQUILAR EN EL PRIMER MES.

TABLA: 3.8: HORAS DE ALQUILER ESPERADAS

CONSUMO POR HORA DE 14 CLIENTES	HORAS MENSUALES	TOTAL
\$42	198	\$8,316

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Finalmente la eficiencia del plan de mercadeo y sus estrategias se medirán mediante la siguiente formula de:

HORAS ALQUILADAS REALES / # NUMERO HORAS ESTIMADA

Para de esta manera saber y cuantificar que tan efectiva han sido las estrategias para captar clientes.

Para un mejor control se desarrollo un cuadro donde se plantean los propósitos, actividades y resultados esperados mediante el control del plan de mercadeo.

TABLA: 3.9 CONTROL ACTIVIDADES.

	OBJETIVOS	METAS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
ACTIVIDADES	Conseguir inversionistas	Implementar un negocio rentable	Flujo de caja positivo	Porcentaje de rentabilidad del proyecto	Conseguir un inversionista o el capital de una institución financiera a los 6 meses a partir de haber finalizado el proyecto
	Concretar convenios con empresas e instituciones para el uso de la cancha.	Área adecuada en un lugar con bastante influencia de personas	Estudios de mercados.	Estadísticas de influencia de personas	Tomar en cuenta que alrededor no existan canchas sintéticas

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

CAPÍTULO 4: PLAN OPERATIVO DEL PROYECTO

4.- Plan Operativo.

4.1 Procesos de operatividad.

Nuestra empresa estará enfocada a la prestación de servicios deportivos como son las canchas de césped sintéticos multiuso.

El proceso operativo del servicio empieza una vez que se haga conocer a la empresa en todos los sectores de la ciudad, con un agresivo plan de mercadeo y publicidad.

El cliente tendrá la oportunidad de llegar al establecimiento, poder estacionar su vehículo, en las zonas de parqueo donde estarán completamente seguros, seguidamente el o los clientes, ingresan al local donde serán atendidos cordialmente por el recepcionista quien estará en el bar donde podrán consumir o requerir productos que se expendan en el mismo, como bebidas, snacks, implementos deportivos, entre otras; el cliente tendrá la obligación antes de ingresar al campo deportivo o a las instalaciones de cancelar el uso de las horas que requiera en las canchas, de esa manera no existan complicaciones al final o durante el desarrollo del deporte con la recaudación del dinero.

Una vez que el cliente ingrese podrá disfrutar de todas y cada una de las comodidades de la planta como son graderíos, canchas, camerinos, mesas, chalecos distintivos para quienes jueguen fútbol, balones para el desarrollo del deporte, entre otras.

Con estas opciones el cliente podrá tener la oportunidad de escoger lo que le convenga o requiera teniendo el beneficio de sentirse bien y satisfecho al momento de elegir nuestra opción de realizar deportes.

4.2 Ubicación Geográfica y zonal de la planta o proyecto.

GRÁFICO 4.1: UBICACIÓN DE LA PLANTA



ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

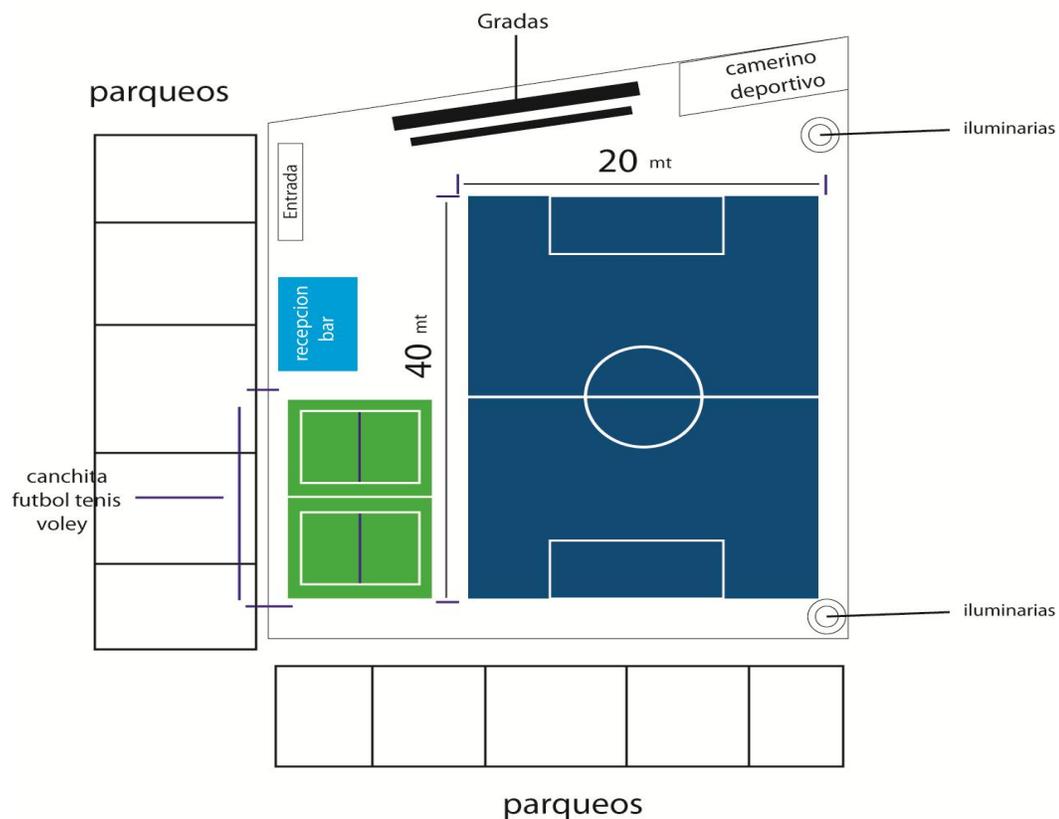
FUENTE: Google Maps.

Nuestro proyecto como muestra el mapa, de la zonificación estará ubicado en la calle sin nombre y paso lateral Manabí Guillén, ubicado en el este de la ciudad zona donde se encuentran edificaciones e instituciones importantes como el Hospital de Solca, Policía Nacional, Colegio de Arquitectos, Parque Forestal de

Portoviejo, Colegios de Médicos de Manabí, Colegios de Ingenieros Eléctricos, urbanizaciones modernas y amplias, colegios y escuelas estudiantiles, entre otras.

4.3 Diseño de la planta

GRÁFICO: 4.2



ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Como se puede observar en el diseño de la planta, contaremos con amplias instalaciones, un terreno cuya área es de aproximadamente 1.200mt², midiendo 33mt de frente y 44.90 mt de largo por el lado derecho y por el lado izquierdo 37.50mt.

Nuestro complejo deportivo contará con una amplia cancha fútbol 7 con medidas FIFA de 20mt de ancho x 40mt de largo de un césped sintético color azul con rayado blanco, dos torres de iluminación de 3 reflectores de 1000w cada una, dos canchas multiuso de futbol tenis y vóley de 4 que miden 4mt de largo x 3mt de ancho de césped de color verde, tendrá a disposición de los clientes una recepción bar donde se expenderán bebidas y productos, de la misma manera con amplias gradas con capacidad para 25 personas, un camerino deportivo equipado con duchas, baterías sanitarias, fregaderos, cuartos de vestuarios, correctamente iluminados.

Además contara con un cerramiento de mayado alrededor de todo el terreno, tendrá a disposición de los clientes amplios parqueos para aproximadamente 20 vehículos.

De esta manera la planta o complejo deportivo podrá contar con las adecuadas instalaciones para beneficio del cliente y realización de los deportes.

Fotos de diseño perspectivas de la planta.

Día.

GRÁFICO: 4.3 FOTO DIA DEL COMPLEJO



ELABORADO POR: Arq. Paúl Cedeño Sierra.

Noche.

GRÁFICO: 4.4 FOTO NOCHE DEL COMPLEJO



ELABORADO POR: Arq. Paúl Cedeño Sierra.

GRÁFICO: 4.5 FOTO ENTRADA AL COMPLEJO



GRÁFICO: 4.6 BAR DEL COMPLEJO.



ELABORADO POR: Arq. Paúl Cedeño Sierra.

4.4 Determinación de la capacidad instalada.

La planta o complejo deportivo podrá contar con una capacidad de albergar a cerca de 70 personas cómodamente instalados, ya que la capacidad de la planta esta dividida de la siguiente manera:

- Cancha de futbol 7 para albergar a 14 jugadores en cancha.
- Amplios y cómodos graderíos de 8m cada uno para aproximadamente 25 personas.
- Bar recepción equipada con 4 cómodas mesas para capacidad de 20 personas.
- Dos canchas de fútbol tenis o vóley con capacidad para 8 personas entre ambas.

Dando una capacidad total de 67 personas más el personal administrativo.

CAPACIDAD MÁXIMA DE ALQUILER DEL SERVICIO AL MES.

TABLA 4.1: CAPACIDAD ALQUILER.

SEMANA 1								
	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	total horas
Consumo/hora	1	2	3	3	5	6	3	23
Promoción/hora	1	2	3	3	5	6	3	23
SEMANA 2								
Consumo/hora	1	2	3	4	5	6	3	24
Promoción/hora	1	2	3	4	5	6	3	24
SEMANA 3								
Consumo/hora	1	2	4	4	5	6	3	25
Promoción/hora	1	2	4	4	5	6	3	25
SEMANA 4								
Consumo/hora	2	2	4	4	5	6	4	27
Promoción/hora	2	2	4	4	5	6	4	27
ELABORADO POR: Leo Sabando.								198

Se estima que la capacidad de la planta para atender a los clientes por mes es de 198 horas

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ECONÓMICA DE LAS MESAS DEL BAR POR HORA.

TABLA 4.2: PRODUCCIÓN ECONÓMICA.

CAPACIDAD DE SERVICIO DE LAS MESAS DEL BAR		
# DE MESAS	# DE SILLAS POR MESA	TOTAL
4	5	20

CONSUMO PROMEDIO/ CLIENTE	# CLIENTES POR HORA	TOTAL
\$3	14	\$42

CONSUMO POR HORA DE CLIENTES	HORAS MENSUALES	TOTAL
\$42	198	\$8,316

# CLIENTES POR HORA	HORAS MENSUALES	TOTAL CLIENTES
14	198	2772

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Se estima que la capacidad de producción de las mesas de bar es de \$8.316,00 con un grado de efectividad del 100% albergando a cerca de 2.772 clientes por mes, la capacidad máxima del local es de 13.860 personas atendiendo 198 horas mensuales con una máxima de 70 clientes por hora

4.5 Costo del Terreno y obras civiles

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

OBRA: CONSTRUCCION DE CANCHA DEPORTIVA SINTETICO FIBRILADO
CON CERRAMIENTO PERIMETRAL

ELABORADO: ARQ. FREDDY

SABANDO

FECHA: AGOSTO/2009

TABLA 4.3: PRESUPUESTO

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	REPLANTEO Y NIVELACIÓN	M2	1.485,00	\$0,60	\$891,00
2	EXCAVACION Y DESALOJO	M3	833,58	\$5,50	\$4.584,69
3	RELLENO PIEDRA BOLA	M3	182,52	\$18,33	\$3.346,20
4	RELLENO SUELO MEJOR. LASTRE	M3	352,40	\$5,00	\$1.762,00
5	RELLENO DE ARENA	M3	92,40	\$11,60	\$1.071,84
6	CONTRAPISO DE HORMIGÓN SIMPLE	M3	112,88	\$35,41	\$3.997,08
7	MURO DE HORMIGÓN CICLOPEO	M3	15,06	\$150,00	\$2.259,00
8	CADENA DE HORMIGÓN ARMADO	M3	7,53	\$195,00	\$1.468,35
9	MALLA DE CERRAMIENTO	M2	1.304,35	\$4,00	\$5.217,40
10	MALLA DE NYLON EN CERRAMIENTO	M2	941,50	\$0,50	\$470,75
11	CESPED SINTÉTICO FIBRILADO	M2	816,00	\$25,00	\$20.400,00
12	BATERIA SANITARIA	GLB	1,00	\$3.000,00	\$3.000,00
13	CAMERINO	GLB	1,00	\$3.000,00	\$3.000,00
14	BAR	GLB	1,00	\$2.000,00	\$2.000,00
15	ILUMINACION	GLB	1,00	\$14.000,00	\$14.000,00
16	TERRENO	M2	1.485,00	\$30,30	\$45.000,00
17	GRADERIOS METÁLICOS	M2	1,00	\$1.500,00	\$1.500,00

TOTAL

\$113.968,31

SON: CIENTO Y TRECE MIL NUEVECIENTOS SESENTA Y OCHO 31/100 DOLARES AMERICANOS

Todos estos valores son valores aproximados y consultados a profesionales de la rama de la construcción como Arquitectos e Ingenieros Civiles, de la realidad de SABANDO, Leonardo

los precios de materiales de construcción principales como son el hierro, cemento, cerámicas, material de relleno, como ripio, piedra bola, lastre, arena, entre otros que serán necesarios para la construcción.

4.6 Especificaciones de permisos.

Entre los principales permisos para la autorización de esta clase de negocios están los siguientes:

- Permiso de la Comisaría o cámara de Construcciones. \$ 150,00
- Permiso de uso de suelo otorgado por la Dirección de Planeación Urbana de la ciudad. \$ 5,00
- La Dirección de Tránsito y Transporte Terrestre otorga un permiso de señalización y capacidad de parqueos en la zona. \$ 20,00
- Permiso de la patente municipal, requisito para estar registrado en el municipio como negocio activo. \$ 250,00
- Los certificados o permisos de bomberos y de Policía nacional, documentos entregados por la Dirección de Urbanismo del municipio así mismo como la factibilidad de uso de suelo. \$ 120,00
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo. \$ 270,00
- Certificado del Registro de la Cámara de Comercio de Portoviejo.
- Autorización del Municipio de Portoviejo para operar una vez presentados y aprobados todos estos permisos.

Constitución Legal de la empresa.

TABLA 4.4: CONSTITUCIÓN LEGAL

PROCESO DE CONSTITUCIÓN LEGAL
EI CAMPIN SOCIEDAD ANÓNIMA.
DETALLE DEL TRÁMITE
Solicitud del nombre de la empresa y razón social
Apertura de cuenta de integración de capital en un banco por el monto del capital pagado mínimo de USD\$ 800
Otorgamiento de la Escritura de Constitución de compañía ante un notario de la ciudad.
Solicitud de aprobación de la escritura pública ante la superintendencia de compañía y se ordene la ubicación del extracto de la escritura en un diario local.
Inscripción de la escritura de constitución en el registro mercantil.
Descripción de los administradores de la Compañía.
Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil.
Obtención del RUC
Devolución de fondos de la cuenta de apertura de integración de capital.

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

TABLA 4.4: PRESUPUESTO CONSTITUCIÓN LEGAL.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN LEGAL	
DESCRIPCIÓN	GASTO (USD \$)
Honorarios del Abogado	\$100,00
Apertura cuenta de integración de capital	\$800,00
Elevar como Escritura Pública ante un notario	\$200,00
Publicación del extracto en diario Manabita.	\$50,00
Inscripción de escritura en registro Mercantil.	\$41,33
Inscripción de nombramientos en registro mercantil	\$10,00
Total	\$1201,33
Devolución de depósito de integración de capital	\$800,00
Gastos de constitución Neto	\$401,33

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

4.7 Insumos.

TABLA: 4.5 INSUMOS

INSUMOS		
DESCRIPCION	C/U	P/U
Balones	\$ 13,35	\$ 20,00
Juego de 6 Chalecos	\$ 4,50	\$ 7,00
Pupillos	\$ 15,00	\$ 22,00
Medias	\$ 0,90	\$ 2,50
Tobilleras	\$ 2,50	\$ 5,00
Juego de Vendas	\$ 2,00	\$ 4,00
Rodilleras	\$ 5,00	\$ 8,00
Guantes de arco	\$ 12,00	\$ 18,00
Galón agua	\$ 0,63	\$ 1,00
Agua botella	\$ 0,19	\$ 0,30
Gatorade	\$ 0,85	\$ 1,25
Tesalia Sport	\$ 0,80	\$ 1,00
Gaseosas personal	\$ 0,30	\$ 0,50
Cerveza litro	\$ 0,57	\$ 1,00
Profit	\$ 0,85	\$ 1,20
Snacks	\$ 0,55	\$ 0,75
PROMEDIOS	\$ 3,75	\$ 5,84

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

La lista de insumos y sus precios esta actualizadas a los valores actuales del mercado cabe recalcar que al momento de adquirir estos productos en mayor cantidad pueden obtenerse descuentos tanto en insumos deportivos y de bebidas.

CAPÍTULO 5: ESCOGENCIA DE LA TECNOLOGÍA O COMPONENTES A IMPLEMENTAR.

5.- Escogencia de la tecnología o de los componentes a implementar.

5.1 ¿Por qué eligió esta clase de césped y todos y cada uno de sus componentes?

GRÁFICO: 5.1 CÉSPED MODELO.



ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

FUENTE: LA GAMBETA.COM

CARACTERÍSTICAS:

Altura: 57mm

Fibra: monofilamento

Peso: 1491g/m²

Tipo de relleno: arena y hule

Color estándar: verde con doble tonalidad

Colores disponibles: blanco, amarillo, rojo, negro, azul, morado, naranja

Precio por metro cuadrado incluido instalación: \$ 25

Es un césped corto muy suave de tonalidad vistosa, que hace que el balón que rueda sobre lo haga adhiriéndose y compactándose de esa manera logra un excelente rendimiento del mismo.

Ofrece a las personas máxima tracción con los pies usando los zapatos indicados, brindándole seguridad, confort, bienestar y estabilidad a los pies, talones, tobillos, y ligamentos del pie.

Este es un césped de origen Holandés moderno y único en el medio, de buen precio y fácil instalación ya que se puede rellenar de arena y hule o simplemente arena según los deportes que se quieran practicar.

5.2 Vida útil del proyecto

Nuestro proyecto en si tiene una vida útil máxima de 10 años como complejo deportivo donde no solo se podrá implementar el futbol.

Pero la vida útil de la materia prima o principal para la ejecución de los deportes como son las canchas y su césped tiene una vida útil de 10 años con una garantía de 8 años por daños o desperfectos.

De igual manera las demás adecuaciones e instalaciones tienen una vida útil estimada de 10 años también, puesto que serán construidas y adecuadas para ese tiempo de servicio estimado.

5.3 Costo de mantenimiento

El mantenimiento del césped sintético es aproximadamente cada 18 meses, dependiendo el uso que se le dé y bajo las condiciones climáticas que se realicen los deportes como son lluvias extremas, sol, viento, polvo, entre otras.

Dependiendo de esos factores el mantenimiento puede llegar a realizarse incluso anualmente es decir cada 12 meses, con un costo de \$1200 anuales.

Pero las condiciones para el desarrollo de este proyecto serán buenas y se tomaran medidas para cuidar su condición, por lo tanto será de cada 18 meses.

El mantenimiento consiste en remover o cambiar partes del césped desgastadas, quemadas, rotas o desprendidas, y colocar nuevos fragmentos.

Seguidamente se colocara un nuevo relleno de hule y arena sílice, para una correcta adecuación y finalmente una pequeña compactación con máquinas ideales para esta tipo de mantenimientos.

El costo aproximado de esta clase de mantenimientos es de \$1200 a \$1500 promedio dependiendo de las condiciones que se encuentren los 824 mts² de césped sintético del complejo deportivo.

Se tiene previsto que se generen otros rubros de gastos de mantenimientos no tan grandes como son luminarias, focos, que tienen un tiempo de duración de aproximadamente 1000 horas de uso, así como también mesas, sillas, implementos deportivos en desperfectos que bordean cerca de los \$300,00 cada 18 meses.

5.4 Insumos del servicio

TABLA: 5.1 INSUMOS.

GASTOS BÁSICOS	UNIDADES	MENSUAL	TOTA ANUAL
LUZ	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00
AGUA	1	\$ 12.00	\$ 144.00
CELULAR	1	\$ 10.00	\$ 120.00
GERENTE ADMINISTRATIVO	1	\$ 860.20	\$ 10,322.40
JEFE MANTENIMIENTO	1	\$ 509.44	\$ 6,113.30
RECEPCIONISTA	1	\$ 439.28	\$ 5,271.40
CONSERJE	1	\$ 404.20	\$ 4,850.45
GUARDIA DE SEGURIDAD	1	\$ 369.13	\$ 4,429.50
MATERIAL DE OFICINA	VARIOS	\$ 15.00	\$ 180.00
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 178.80	\$ 178.80
MATERIALES LIMPIEZA BAR	VARIOS	\$ 25.00	\$ 300.00
MATERIALES DE LIMPIEZA	VARIOS	\$ 60.00	\$ 720.00
TOTAL		\$ 3,383.05	\$ 38,629.85

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

El rol de pago que se utilizará en la producción del servicio, será:

TABLA 5.2: Rol de Pago.

ROL DE PAGO						
CARGO	GERENTE ADMINISTRATIVO	JEFE MANTENIMIENTO	RECEPCIONISTA	CONSERJE	GUARDIA	
SALARIO	\$ 600.0	\$ 350.0	\$ 300.0	\$ 275.0	\$ 250.0	
XIII	\$ 50.0	\$ 29.2	\$ 25.0	\$ 22.9	\$ 20.8	
XIV	\$ 18.3	\$ 18.3	\$ 18.3	\$ 18.3	\$ 18.3	
VACACIONES	\$ 25.0	\$ 14.6	\$ 12.5	\$ 11.5	\$ 10.4	
IESS	\$ 66.9	\$ 39.0	\$ 33.5	\$ 30.7	\$ 27.9	
R FUND	\$ 50.0	\$ 29.2	\$ 25.0	\$ 22.9	\$ 20.8	
IECE	\$ 25.0	\$ 14.6	\$ 12.5	\$ 11.5	\$ 10.4	
CNFC	\$ 25.0	\$ 14.6	\$ 12.5	\$ 11.5	\$ 10.4	
TOTAL MENSUAL	\$ 860.2	\$ 509.4	\$ 439.3	\$ 404.2	\$ 369.1	\$ 2,582.3
TOTAL ANUAL	\$ 10,322.8	\$ 6,113.3	\$ 5,271.4	\$ 4,850.5	\$ 4,429.5	\$ 30,987.5

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

- El recepcionista quien será el encargado de realizar el cobro del servicio, y quien además estará en el bar atendiendo al público.
- El conserje quien es el encargado de entregar chalecos deportivos, balones, o uno que otro implemento deportivo que los clientes requieran.

De esta manera estos dos miembros de la empresa forman parte de la mano de obra directa al momento de producir y brindar el servicio.

5.5 Abastecimiento de la materia prima.

En lo que respecta a la materia prima la empresa necesitara abastecerse de materiales de fácil acceso y adquisición, como son en lo referente a lo deportivo como balones, chalecos, pupillos, entre otros y en lo concerniente a bebidas como aguas, gaseosas, jugos, cervezas, entre otras.

El abastecimiento de estos insumos en teoría no es de complicada adquisición, ya que en su mayoría son productos de gran demanda en el mercado.

Los productos se obtendrán dentro de la ciudad en los centros de proveeduría o distribución donde expendan estos.

En lo referente a los insumos deportivos⁷ se realizarán convenios con casas deportivas de la ciudad para obtener los implementos deportivos más económicos ya que se compraran por más de 1 docena cada 4 o 6 semanas.

Los productos serán de buena calidad preferentemente nacionales, para motivar el consumo y producción nacional, en lo que refiere a balones e implementos deportivos, así mismo con los jugos, aguas, cervezas, siendo muy pocos los productos importados que se expendan en la planta.

La frecuencia del abastecimiento será controlada mediante inventario, es decir que cuando exista solo un 25% de productos disponibles para la venta inmediatamente se proveerá de lo necesario para cubrir la demanda del momento.

Así mismo se tendrán en cuenta los productos sustitutos de cada insumo en caso de presentarse escases o complicaciones en su abastecimiento, de esa manera se preverá cualquier inconveniente en la venta, es decir que trataremos siempre de contar con dos marcas de productos para ofrecerle a los clientes, siempre y cuando con la posibilidad de implementar junto a proveedores contratos de exclusividad de marca donde nos aseguren que no padeceremos de escases o falta de insumos cuando lo requiramos.

⁷."Insumos deportivos". mundodeportes.com. Google.
<http://www.mundodeportes.com/insumos-deportivos>. Materiales deportivos que se utilizan en la ejecución de deportes como fútbol, basket, entre otros (septiembre 6/09)

CAPÍTULO 6: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.

6.- Evaluación Financiera del proyecto.

6.1 Estructuración Financiera del proyecto.

Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento.

TABLA 6.1: INVERSION INICIAL.

Inversión inicial	PRIMER AÑO 2010
AÑO 0	\$ 113.968,31

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

TABLA 6.2: COSTOS*DETALLE CAPITAL TRABAJO

PRIMER AÑO 2010			
MESES	Enero	Febrero	Marzo
PRODUCCIÓN	\$150.00	\$150.00	\$150.00
MARKETING	\$2,710.00	\$2,710.00	\$210.00
ADMINISTRACIÓN	\$3,383.05	\$3,383.05	\$383.05
TOTALES	\$6,243.05	\$6,243.05	\$4,743.05
Cantidad y costo del primer mes			
Mes	Enero		
Costo Unitario	\$ 2.11		
Cantidad	1772		
	\$		
Costo Total	3,736.46		
Capital de Trabajo	\$20,965.61		

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

La inversión total de la implementación de la cancha de césped sintético uso múltiple tiene un costo de \$113,968.31 en lo que respecta a la inversión inicial, esta inversión incluye:

1. Terreno.
2. Infraestructura.
3. Adecuamientos y acabados.

Contamos también con un contingente o capital de trabajo de 3 meses que incluyen gastos de administración, producción, mercadeo; mas la cantidad esperada a vender en el primer mes de funcionamiento multiplicado por el

costo unitario promedio; como precaución de alguna falta de recursos durante los primeros 3 meses de funcionamiento. Este monto asciende a \$20.965,61.

La estructura del financiamiento esta detallada de la siguiente manera:

TABLA 6.3: ESTRUCTURA FINANCIAMIENTO.

FINANCIAMIENTO		PESO
PRÉSTAMO	\$ 40,000.00	30.5%
TERRENO PROPIO	\$ 45,000.00	34.3%
CAPITAL PROPIO	\$ 46,197.47	35.2%
TOTAL	\$ 131,197.47	100.0%

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

6.2 Programa y calendario de inversiones.

TABLA 6.4: CRONOGRAMA

ITEM	DESCRIPCIÓN	CRONOGRAMA	VALOR TOTAL
1	REPLANTEO Y NIVELACION	SEMANA 1	\$891,00
2	EXCAVACIÓN Y DESALOJO	SEMANA 1	\$4.584,69
3	RELLENO PIEDRA BOLA	SEMANA 1	\$3.346,20
4	RELLENO SUELO MEJOR. LASTRE	SEMANA 2	\$1.762,00
5	RELLENO DE ARENA	SEMANA 2	\$1.071,84
6	CONTRAPISO DE HORMIGÓN SIMPLE	SEMANA 2	\$3.997,08
7	MURO DE HORMIGÓN CICLOPEO	SEMANA 3	\$2.259,00
8	CADENA DE HORMIGÓN ARMADO	SEMANA 3	\$1.468,35
9	MALLA DE CERRAMIENTO	SEMANA 3	\$5.217,40
10	MALLA DE NYLON EN CERRAMIENTO	SEMANA 3	\$470,75
11	CESPED SINTÉTICO FIBRILADO	SEMANA 3 – 4	\$20.400,00
12	BATERIA SANITARIA	SEMANA 4	\$3.000,00
13	CAMERINO	SEMANA 4	\$3.000,00
14	BAR	SEMANA 4	\$2.000,00
15	ILUMINACIÓN	SEMANA 5	\$14.000,00
16	GRADERIOS METÁLICOS	SEMANA 5	\$1.500,00

TOTAL

\$68.968,31

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

El tiempo aproximado de instalación de la obra es de aproximadamente 5 semanas donde se demanda un gasto de \$68.968,31 y un gasto de permisos pre operacional de cerca de \$ 850,00.

6.3 Política de cobros, pagos y existencias

Nuestra política de cobro de la empresa serán todas en efectivo, ya que los montos a cancelar no son tan cuantiosos, por lo tanto el pago será pagado inmediatamente en caja del 100% en efectivos.

- Los cobros realizados en el bar serán en efectivo ya que los valores por unidades no ascienden a más de \$2,00 en bebidas y \$20,00 en artículos deportivos.
- De la misma manera el pago de la hora por alquiler de la cancha será en efectivo y por adelantado al momento de jugar.
- Nuestra política de pago a proveedores dependerá de la facilidad con que ellos nos den, pero siempre cumpliendo con todas y cada una de ellas.

Control de inventario.

En lo que refiere a control de inventario, la empresa contará con un stock⁸ mínimo del 25% en todos y cada uno de sus insumos disponibles a los clientes, antes de proveerse nuevamente, en caso de no contar con proveeduría en esos artículos o insumos, tendremos proveedores secundarios que nos sustituyan o compensen los productos expendidos.

⁸."stock". wikipedia.org. Google.

http://www.wikipedia.org/significado_stock. Termino inglés introducido al español “anglosajismo” para controles de inventarios dentro de una empresa, que refiere a la disponibilidad de material en una bodega. (Septiembre 6/09)

6.4 Amortizaciones de deuda.

TABLA 6.5: AMORTIZACIÓN.

PRÉSTAMO DE DEUDA	\$40.000
TASA	2.30%
PERIODO	16 trimestres
PAGO	\$3.016,47

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

PAGO TRIMESTRAL.

TABLA: 6.6 PAGOS DEUDA TRIMESTRAL

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA BANCARIA \$ 40000					
PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO	AMORT CAPITAL	INTERÉS	SALDO CAPITAL
0	\$ 40,000.00				
1	\$ 40,000.00	\$3,016.47	\$2,096.47	\$ 920.00	\$37,903.53
2	\$ 37,903.53	\$3,016.47	\$2,144.69	\$ 871.78	\$35,758.83
3	\$ 35,758.83	\$3,016.47	\$2,194.02	\$ 822.45	\$33,564.81
4	\$ 33,564.81	\$3,016.47	\$2,244.48	\$ 771.99	\$31,320.33
5	\$ 31,320.33	\$3,016.47	\$2,296.11	\$ 720.37	\$29,024.23
6	\$ 29,024.23	\$3,016.47	\$2,348.92	\$ 667.56	\$26,675.31
7	\$ 26,675.31	\$3,016.47	\$2,402.94	\$ 613.53	\$24,272.37
8	\$ 24,272.37	\$3,016.47	\$2,458.21	\$ 558.26	\$21,814.16
9	\$ 21,814.16	\$3,016.47	\$2,514.75	\$ 501.73	\$19,299.41
10	\$ 19,299.41	\$3,016.47	\$2,572.59	\$ 443.89	\$16,726.82
11	\$ 16,726.82	\$3,016.47	\$2,631.76	\$ 384.72	\$14,095.07
12	\$ 14,095.07	\$3,016.47	\$2,692.29	\$ 324.19	\$11,402.78
13	\$ 11,402.78	\$3,016.47	\$2,754.21	\$ 262.26	\$8,648.57
14	\$ 8,648.57	\$3,016.47	\$2,817.56	\$ 198.92	\$5,831.01
15	\$ 5,831.01	\$3,016.47	\$2,882.36	\$ 134.11	\$2,948.65
16	\$ 2,948.65	\$3,016.47	\$2,948.65	\$ 67.82	(\$0.00)

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

PAGO ANUAL.

TABLA 6.7: PAGO ANUAL

AÑO	2010	2011	2012	2013
INTERÉS	\$ 3,386.23	\$ 2,559.72	\$ 1,654.52	\$ 663.11
AMORTIZACIÓN CAP.	\$ 8,679.67	\$ 9,506.17	\$ 0,411.38	\$ 11,402.78

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

6.5 Programa de producción y ventas y punto de equilibrio.

TABLA 6.8: PUNTO EQUILIBRIO

PUNTO EQUILIBRIO – PRODUCCION ESTIMADA PRIMER AÑO					
COSTOS	Costo unitario	Cantidad	Peso ponderado	Punto Equilibrio	
alquiler	0.86	7%	0.06	2149	horas de alquiler
consumo	1.92	92%	1.77	30092	unidades de consumo
torneos	50	0.33%	0.17	109	jugadores de torneos
cursos	11.67	1%	0.12	326	alumnos de cursos
TOTAL		1	2.11		

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Punto equilibrio = 32676 unidades

Para poder hallar el punto de equilibrio ideal en la empresa se debería vender 2.149 horas de alquiler en el año, 30.092 unidades de consumo, contar con 109 inscritos en los torneos en el año y con 326 alumnos en la escuela de deportes, todos estos estimados se proyectan a reflejarse en julio del primer año donde se consigue optimizar el punto de equilibrio.

6.6 Costos de materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta.

Costo Insumos.

TABLA: 6.9 INSUMOS

DESCRIPCIÓN	C/U
Balones	\$ 13.35
Juego de 6 Chalecos	\$ 4.50
Pupillos	\$ 15.00
Medias	\$ 0.90
Tobilleras	\$ 2.50
Juego de Vendas	\$ 2.00

Rodilleras	\$ 5.00
Guantes de arco	\$ 12.00
Galón agua	\$ 0.63
Agua botella	\$ 0.19
Gatorade	\$ 0.85
Tesalia Sport	\$ 0.80
Gaseosas personal	\$ 0.30
Cerveza litro	\$ 0.57
Profit	\$ 0.85
Snacks	\$ 0.55
PROMEDIOS	\$ 3.75

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Costos servicio y mano de obra.

TABLA 6.10 GASTOS BÁSICOS.

GASTOS BÁSICOS	UNIDADES	MENSUAL	TOTA ANUAL
LÚZ	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00
AGUA	1	\$ 12.00	\$ 144.00
CELULAR	1	\$ 10.00	\$ 120.00
GERENTE ADMINISTRATIVO	1	\$ 860.20	\$ 10,322.40
JEFE MANTENIMIENTO	1	\$ 509.44	\$ 6,113.30
RECEPCIONISTA	1	\$ 439.28	\$ 5,271.40
CONSERJE	1	\$ 404.20	\$ 4,850.45
GUARDIA DE SEGURIDAD	1	\$ 369.13	\$ 4,429.50
MATERIAL DE OFICINA	VARIOS	\$ 15.00	\$ 180.00
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 178.80	\$ 178.80
MATERIALES LIMPIEZA BAR	VARIOS	\$ 25.00	\$ 300.00
MATERIALES DE LIMPIEZA	VARIOS	\$ 60.00	\$ 720.00
TOTAL		\$ 3,383.05	\$ 38,629.85

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Gastos de administración, ventas y financieros.

TABLA 6.11: GASTOS ANUALES PROYECTADOS

GASTOS PROYECTADOS					
AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014
GASTOS ADMINISTRACIÓN	\$40,596.65	\$42,220.52	\$44,331.54	\$46,769.78	\$49,575.96
GASTOS FINANCIERO	\$ 3,386.23	\$ 2,559.72	\$ 1,654.52	\$ 663.11	\$ -
GASTOS VENTAS	\$12,930.00	\$13,447.20	\$14,119.56	\$14,896.14	\$15,789.90
TOTAL	\$56,912.88	\$58,227.44	\$60,105.62	\$62,329.03	\$65,365.87

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

6.7 Resumen de costos y gastos

TABLA 6.12: COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS.

COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS					
	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS	\$146,309.41	\$162,578.28	\$177,535.48	\$192,936.69	\$207,619.17
Costo de Production	\$ 58,565.52	\$ 65,171.71	\$ 71,851.81	\$ 78,456.78	\$ 84,827.47
Utilidad bruta	\$ 87,743.89	\$ 97,406.57	\$105,683.68	\$114,479.90	\$122,791.69
GASTOS ADM	\$(40,596.65)	\$(42,220.52)	\$(44,331.54)	\$(46,769.78)	\$(49,575.96)
GASTOS FINANCIERO	\$ (3,386.23)	\$ (2,559.72)	\$ (1,654.52)	\$ (663.11)	\$ -
GASTOS VENTAS	\$(12,930.00)	\$(13,447.20)	\$(14,119.56)	\$(14,896.14)	\$(15,789.90)
DEPRECIACIÓN	\$(22,793.66)	\$(22,793.66)	\$(22,793.66)	\$(22,793.66)	\$(22,793.66)
UAIT	\$ 30,831.01	\$ 39,179.14	\$ 45,578.06	\$ 52,150.88	\$ 57,425.83
15%	\$ 4,624.65	\$ 5,876.87	\$ 6,836.71	\$ 7,822.63	\$ 8,613.87
BASE IMPONIBLE	\$ 26,206.36	\$ 33,302.27	\$ 38,741.35	\$ 44,328.24	\$ 48,811.95
25%	\$ 6,551.59	\$ 8,325.57	\$ 9,685.34	\$ 11,082.06	\$ 12,202.99
UTILIDAD NETA	\$ 19,654.77	\$ 24,976.70	\$ 29,056.01	\$ 33,246.18	\$ 36,608.96

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

6.8 Capital de trabajo.

TABLA 6.13: CAPITAL DE TRABAJO.

PRIMER AÑO 2010			
	Enero	Febrero	Marzo
PRODUCCIÓN	\$150.00	\$150.00	\$150.00
MARKETING	\$2,710.00	\$2,710.00	\$210.00
ADMINISTRACIÓN	\$3,383.05	\$3,383.05	\$383.05
TOTALES	\$6,243.05	\$6,243.05	\$4,743.05
Cantidad y costo del primer mes			
Mes	Enero		
Costo Unitario	\$ 2.11		
Cantidad	1772		
Costo Total	\$ 3,736.46		
Capital de Trabajo	\$20,965.61		

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

El capital de trabajo es de 3 meses que incluyen gastos de administración, producción, mercadeo; mas la cantidad esperada a vender en el primer mes (1772) de funcionamiento multiplicado por el costo unitario promedio (\$ 2,11);

SABANDO, Leonardo

como precaución de alguna falta de recursos durante los primeros 3 meses de funcionamiento. Este monto asciende a \$20,965.61.

6.9 Flujo de caja.

TMAR = 20%

TABLA 6.14: FLUJO DE EFECTIVO.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INVERSIÓN	-113,968.31					
UTILIDAD		\$ 19,654.77	\$ 24,976.70	\$ 29,056.01	\$ 33,246.18	\$36,608.96
AMORTIZACIÓN DEUDA		(\$8,679.67)	(\$9,506.17)	(\$10,411.38)	(\$11,402.78)	
DEPRECIACIÓN		\$ 22,793.66	\$ 22,793.66	\$ 22,793.66	\$ 22,793.66	\$22,793.66
FLUJO EFECTIVO	-113,968.31	\$ 33,768.77	\$ 38,264.19	\$ 41,438.30	\$ 44,637.06	\$59,402.63
VA=	124092.4	28140.6	26572.4	23980.5	21526.4	23872.6
VAN= VA – INV INC	10124.12					
TIR	24%					

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

El flujo de efectivo es positivo, por lo tanto es una buena proyección, que nos permite tener una tasa interna de retorno del 24% muy por encima del pago de interés.

6.10 Detalle de las proyecciones de ingresos.

TABLA 6.15: DETALLE INGRESOS.

AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014
Precio	5.27	5.47	5.69	5.97	6.30
Cantidad	27774	29719	31205	32297	32943
Ingresos	\$146,309.41	\$162,578.28	\$177,535.48	\$192,936.69	\$207,619.17

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Inflación.

TABLA 6.16: INFLACIÓN.

2010	2011	2012	2013	2014
3.85%	4%	5%	5.50%	6%

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

6.11 Estado de pérdidas y ganancias.

TABLA 6.17: ESTADO DE PÉRDIDAS.

PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS.					
	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS	\$146,309.41	\$162,578.28	\$177,535.48	\$192,936.69	\$207,619.17
Costos de Producción	\$ 58,565.52	\$ 65,171.71	\$ 71,851.81	\$ 78,456.78	\$ 84,827.47
Utilidad bruta	\$ 87,743.89	\$ 97,406.57	\$105,683.68	\$114,479.90	\$122,791.69
GASTOS ADM	\$(40,596.65)	\$(42,220.52)	\$(44,331.54)	\$(46,769.78)	\$(49,575.96)
GASTOS FINANCIERO	\$ (3,386.23)	\$ (2,559.72)	\$ (1,654.52)	\$ (663.11)	\$ -
GASTOS VENTAS	\$(12,930.00)	\$(13,447.20)	\$(14,119.56)	\$(14,896.14)	\$(15,789.90)
DEPRECIACIÓN	\$(22,793.66)	\$(22,793.66)	\$(22,793.66)	\$(22,793.66)	\$(22,793.66)
UAIT	\$ 30,831.01	\$ 39,179.14	\$ 45,578.06	\$ 52,150.88	\$ 57,425.83
15%	\$ 4,624.65	\$ 5,876.87	\$ 6,836.71	\$ 7,822.63	\$ 8,613.87
BASE IMPONIBLE	\$ 26,206.36	\$ 33,302.27	\$ 38,741.35	\$ 44,328.24	\$ 48,811.95
25%	\$ 6,551.59	\$ 8,325.57	\$ 9,685.34	\$ 11,082.06	\$ 12,202.99
UTILIDAD NETA	\$ 19,654.77	\$ 24,976.70	\$ 29,056.01	\$ 33,246.18	\$ 36,608.96

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Detalle de los estados de pérdidas y ganancias detallados con proyección a 5 años comparativos, donde se muestra un relativo incremento año a año.

6.12 Balance General.

TABLA 6.18: BALANCE GENERAL PROYECTADO.

BALANCE GENERAL													
AÑO	INICIAL	2010	2011	2012	2013	2014		INICIAL	2010	2011	2012	2013	2014
ACTIVOS							PASIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES							PASIVOS C/P						
CAJA O BANCOS	\$ 17,229	\$ 17,229	\$ 17,229	\$ 17,229	\$ 17,229	\$ 17,229							
INVENTARIO	\$ 3,736	\$ 3,736	\$ 3,736	\$ 3,736	\$ 3,736	\$ 3,736							
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 20,966	TOTAL PASIVOS C/P	\$ 0										
ACTIVOS FIJOS							PASIVOS L/P						
ACTIVOS GENERALES	\$ 113,968	\$ 91,175	\$ 68,381	\$ 22,794	\$ 68,381	\$ 113,968							
DEPRECIACIONES		\$ 22,794	\$ 45,587	\$ 91,175	\$ 45,587	\$ 0	PRESTAMO BANCARIO	\$ 40,000	\$ 31,320	\$ 21,814	\$ 11,403	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 113,968	TOTAL PASIVOS L/P	\$ 40,000	\$ 31,320	\$ 21,814	\$ 11,403	\$ 0	\$ 0					
ACTIVOS DIFERIDOS							PATRIMONIO						
							CAPITAL SOCIAL	\$ 95,934	\$ 126,254	\$ 116,748	\$ 106,337	\$ 94,934	\$ 134,934
PUBLICIDAD	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	UTILIDAD RETENIDA	\$ 0	\$ 8,680	\$ 18,186	\$ 28,597	\$ 40,000	\$ 40,000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1,000	TOTAL PATRIMONIO	\$ 95,934	\$ 126,254	\$ 116,748	\$ 106,337	\$ 134,934	\$ 134,934					
TOTAL ACTIVOS	\$ 135,934	\$ 134,934	TOTAL P + PATRIMONIO	\$ 135,934	\$ 134,934								

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

CAPÍTULO 7: EVALUACIÓN DEL PROYECTO.

7.- Evaluación del proyecto.

7.1 Análisis Ratial.

TABLA 7.1: EVALUACIÓN.

ANÁLISIS RATIAL					
AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014
PAYBACK	2 AÑO				
VAN	\$ 10,124.12				
TMAR	20%				
TIR	24%				
ROA	65.03%	72.19%	78.32%	84.84%	91.00%
ROE	15.57%	19.91%	23.33%	24.64%	27.13%
ROTACIÓN DE INVENTARIOS	16	17	19	21	23
ROTACIÓN INVENTARIO # DÍAS	23	21	19	17	16
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	6.43%	7.05%	7.72%	8.45%	0.00%
RAZÓN DE GASTOS FINANCIEROS	0.06	0.06	0.06	0.06	0.00
MARGEN DE UTILIDAD	13.43%	15.36%	16.37%	17.23%	17.63%

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

PAYBACK.- Recuperamos la inversión en el segundo año de ejercicio.

VAN.- El valor actual del dinero en los 5 años menos la inversión inicial da como valor actual neto \$10.124,12 lo cual es bueno, ya que representa un valor positivo alto.

TMAR.- Tasa mínima atractiva de retorno, es del 20% que representa a la tasa promedio en esta industria.

TIR.- Del 24% superior e ideal a las tasas de inflación, interés y TMAR.

ROA.- Positivo y en alza con 7 puntos de incremento promedio cada año, demostrado que por cada dólar en utilidad bruta recuperamos un 65.03% en activos en el primer año y así para los siguientes años.

ROE.- Por cada dólar en utilidad neta el 15.57% es para el patrimonio de la empresa.

Rotación de Inventarios.- Cada 23 días la empresa debemos proveernos para contar con un stock mínimo de 16.

Razón de endeudamiento.- La razón de endeudamiento no es alta ya que la empresa no cuenta con pasivos a corto plazo sino más bien con la amortización de deuda a 4 años.

Los Gastos financieros representan un 6% de los ingresos ya que el pago anual de la deuda es en promedio \$9.500,00; es decir que por cada dólar de ingreso el 6% es para pago de deuda.

La empresa finalmente cuenta con un **margen de utilidad** promedio del 16% lo cual refleja que por cada dólar de ingreso el 16% es de utilidad neta.

7.2 Análisis de sensibilidad.

En este caso nuestra compañía reducirá o aumentará ciertos valores y porcentajes para establecer los posibles riesgos económicos

Escenario optimista.

TABLA 7.2: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD-ESCENARIO 1.

TABLA RESUMEN ESCENARIO OPTIMISTA		
PERSONAS PROMEDIO	2315	MENSUALES
PERSONAS PROMEDIO	27774	ANUALES
PRECIO POR ALQUILER DE LA CANCHA	\$ 30.00	POR HORA
CONSUMO PROMEDIO BAR	\$ 3.00	POR PERSONA
PRECIO DEL TORNEO	\$ 100.00	POR EQUIPOS
NUMERO DE PERSONAS	70	POR TORNEO
PRECIO CURSOS	\$ 20.00	POR PERSONA
UTILIDAD BRUTA	\$ 87,743.89	ANNUAL
TOTAL ACTIVOS	\$ 134,933.93	ANNUAL
UTILIDAD NETA	\$ 19,654.77	ANNUAL
TOTAL PATRIMONIO	\$ 126,254.27	ANNUAL
COSTO PRODUCCIÓN	\$ 58,565.52	ANNUAL
INVENTARIO	\$ 3,736.46	ANNUAL
PASIVO CORTO PLAZO	\$ -	ANUAL
AMORTIZACIÓN CAPITAL ANNUAL	\$ 8,679.67	APERTURA
AMORTIZACIÓN CAPITAL 4 AÑOS	\$ 105.00	TOTAL
INGRESOS	\$ 146,309.41	ANUAL

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

ESCENARIO OPTIMISTA	
AÑOS	1
PAYBACK	2 AÑO
VAN	\$ 10,124.12
TMAR	20%
TIR	24%
ROA	65.03%
ROE	15.57%
ROTACIÓN DE INVENTARIOS	16
ROTACIÓN INVENTARIO # DIAS	23
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	6.43%
MARGEN DE UTILIDAD	13.43%

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

Análisis de sensibilidad realizado con datos y proyecciones del estudio financiero y con supuestos ajustados a nuestras expectativas donde arrojan resultados esperados y positivos para la empresa.

Escenario Pesimista.

TABLA 7.3: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD-ESCENARIO 2.

TABLA RESUMEN ESCENARIO PESIMISTA.		
PERSONAS PROMEDIO	800	MENSUALES
PERSONAS PROMEDIO	9600	ANUALES
PRECIO POR ALQUILER DE LA CANCHA	\$ 30.00	POR HORA
CONSUMO PROMEDIO BAR	\$ 2.00	POR PERSONA
PRECIO DEL TORNEO	\$ 70.00	POR EQUIPOS
NUMERO DE PERSONAS	70	POR TORNEO
PRECIO CURSOS	\$ 20.00	POR PERSONA
UTILIDAD BRUTA	\$ 50,000.00	ANNUAL
TOTAL ACTIVOS	\$ 120,000.00	ANNUAL
UTILIDAD NETA	\$ 12,500.00	ANNUAL
TOTAL PATRIMONIO	\$ 90,000.00	ANNUAL
COSTO PRODUCCIÓN	\$ 80,000.00	ANNUAL
INVENTARIO	\$ 8,000.00	ANNUAL
PASIVO CORTO PLAZO	\$ -	ANUAL
AMORTIZACIÓN CAPITAL ANNUAL	\$ 20,000.00	APERTURA
AMORTIZACIÓN CAPITAL 4 AÑOS	\$ 80,000.00	TOTAL
INGRESOS	\$ 55,000.00	ANUAL

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

ESCENARIO PESIMISTA	
AÑOS	1
VAN	\$ 3,456.00
TMAR	20%
TIR	13%
ROA	41.67%
ROE	13.89%
ROTACIÓN DE INVENTARIOS	10
ROTACIÓN INVENTARIO # DIAS	37
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	16.67%
MARGEN DE UTILIDAD	22.73%

ELABORADO POR: Leonardo Sabando.

CONCLUSIONES.

En la simulación de escenario pesimista, se puede observar y analizar, que con un alto porcentaje de endeudamiento y sin percibir buenos ingresos y demanda la empresa puede perder mucho dinero y estoquearse con el inventario.

Al realizar un análisis de sensibilidad y cambiamos la cantidad de personas que asistirán a nuestro salón de 2.315 a 800 unidades, la tasa de crecimiento y la tasa de inflación con respecto al mercado establecida por nuestra empresa, notamos claramente que los ratios decrecieron en un gran porcentaje, dejando márgenes de ganancia muy bajos, de esta manera será más difícil cubrir los gastos operacionales y financieros. Cada año los socios de la empresa son los que se verán perjudicados al establecer los montos de repartición de las utilidades y por lo tanto la empresa empezará a verse perjudicada en una recesión que podría poner en riesgo nuestra participación en el mercado.

Por lo tanto nuestra empresa es sensible a variantes que puedan afectar los ingresos como ventas, demanda, inflación, tasa de crecimiento, deudas, variables que son importantes para el desarrollo empresarial de la compañía.

CAPÍTULO 8: IMPACTO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN.

8.- IMPACTO DEL PROYECTO

8.1 Valor agregado.

Nuestro servicio tendrá un valor agregado en especial que es el uso múltiple de las canchas al momento de ejecutar un deporte, y brindarle al cliente la opción de entretenerse al estar en nuestro complejo aún sin poder jugar en la cancha principal a la hora de su alquiler ya que el valor agregado de las canchas multiuso de vóley y fútbol tenis son como complementos a su visita y elección de nuestro servicio. De esta manera fomentamos el deporte de otras ramas.

Naturaleza: La naturaleza de nuestro servicio consiste en un servicio deportivo, ofrecer a la ciudadanía la opción de masificar el deporte y permitir desarrollarlo para el uso mental y físico de las personas que deseen.

Composición: Nuestro servicio está compuesto de la implementación de canchas de césped sintético de uso múltiple, es decir canchas en donde se podrán ejecutar deportes como fútbol 7, fútbol tenis y vóley.

Beneficios: Nuestro servicio tendrá algunos beneficios como: promover el deporte, ayudar al desarrollo físico y mental en los ciudadanos, disfrutar de

momentos agradables con esparcimiento amenos, donde el cliente pueda a parte de realizar deportes disfrutar del momento entre amigos, familiares, en nuestras cómodas instalaciones, como el bar, mesas, graderíos.

Nuestro proyecto tiene la intención de generar cerca de 10 fuentes de empleo directas en el mercado de Portoviejo, tomando en cuenta la cadena de valor que generará al momento de ejecutar el negocio, y durante la instalación de la planta, en la que se necesitaran desde carpinteros, albañiles, gasfiteros, electricistas, entre otros.

8.2. Generación de divisas y empleo

Con la variedad de productos y servicios consideramos que nuestra Cancha Sintética Multiuso ubicada en la ciudad de Portoviejo generará excelentes ingresos considerando que no tenemos competidores que ofrezcan un servicio con nuestras características. A través de nuestros análisis financieros pensamos obtener utilidades anuales de \$ 19.654,77.

Empleados: La apertura de la Cancha Sintética generará empleo a cinco personas para el inicio de las operaciones y diferente tipo de personal para lo que es la infraestructura y acabados del local.

- ❖ **Gerencia General** (1)
- ❖ **Área de Mantenimiento:** (1)
- ❖ **Área de Recepción:** (1)
- ❖ **Departamento de Servicios:** Conserje (1)– Guardia (1)

Todo el equipo de trabajo estará afiliado al Seguro Social y recibirá todos los beneficios estipulados en la ley Ecuatoriana del trabajo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En el desarrollo de este proyecto, se realizaron todos los estudios necesarios para obtener, determinar la factibilidad del proyecto, obteniéndose los siguientes resultados.

CONCLUSIONES

- El conocimiento del servicio por parte de los consumidores es importante, pero solo por su característica tradicional, más no por un servicio diferenciado completo e innovador como lo es nuestra empresa, con una alta variedad de productos y servicios a ofrecer. Sin embargo al ser considerado una cancha de césped sintética con un servicio innovador, demostraron un alto grado de intención por consumir y usar el servicio, por tanto se puede decir que existe un gran mercado para “El Campin”.
- Los resultados obtenidos en el análisis financiero y económico del proyecto, demostró que es un proyecto económicamente factible para su desarrollo, debido a que la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es mayor que la tasa mínima exigida por el inversionista de Mercado, obteniéndose adicionalmente un VAN positivo, e ingresos favorables e importantes para la empresa.
- En el análisis de sensibilidad, se obtuvo como resultado que la cantidad de personas que asistan al complejo deportivo, y el crecimiento del mercado tiene un peso significativo con respecto al VAN y a la TIR, es decir es la variable más sensible del proyecto, a la cual el proyecto

reacciona negativamente en la obtención de recursos e ingresos, por lo tanto es importante siempre realizar un buen mercadeo y posicionamiento para que aquello no nos suceda.

- Analizando el peso de la deuda y aportaciones de los accionistas, determinamos que la amortización de esta es factible y se puede pagar en los años previstos, generando recursos e ingresos favorables para todas las partes.

RECOMENDACIONES

- Debido a que el servicio, está posicionándose poco a poco en la mente de los consumidores, solamente de manera tradicional, se recomienda implementar un plan de marketing constantemente que dé a conocer, nuestro servicio diferenciado e innovador a los consumidores potenciales, con el objetivo de cumplir las metas planteadas de venta y consumo de nuestro servicio, tal que se cumplan con los objetivos de garantizar la factibilidad del proyecto, y garantizar la satisfacción de los clientes.
- Analizar el por qué algunos clientes no se sienten motivados al asistir o acudir a un complejo deportivo a realizar alguna actividad deportiva y hallar las razones y motivar a aquellos para que asistan y llamar su atención.

- Desarrollar un plan de crecimiento para no solo enfocarse a nivel local como empresa sino a nivel regional, nacional y no descartar internacional, llegando así a más nichos de mercado.

- Se recomienda ejecutar el presente proyecto, debido a que arrojó resultados positivos esperados en todos y cada uno de sus estudios y áreas donde se los realizaron.

Fuentes de información.

Para la elaboración de este proyecto de titulación, se utilizaron Fuentes Primarias y Secundarias.

Entre las fuentes primarias se realizaron, encuestas, entrevistas a profundidad, observación a competidores y Focus Group. Mientras que como fuentes secundarias se utilizaron Internografía y otras como estudios técnicos de profesionales.

Internografía.

- Césped Sintético. http://es.wikipedia.org/wiki/Césped_Sintético. Es una [moqueta](#) industrial que se asemeja a la [hierba natural](#) pero fabricada con plástico y materiales sintéticos. Actualmente es muy frecuente su uso en terrenos deportivos en los que originalmente se utilizaba césped natural. Aunque su uso es mayoritariamente deportivo, también se está utilizando en céspedes residenciales y usos comerciales. (2009, julio 5)
- Banco Central del Ecuador. “El PIB en Ecuador”. Google. <http://www.bce.fin.ec>. (2009, julio 10)

- PORTER. “Matriz Porter”. Matriz que ayuda al análisis de competidores, rivales, productos sustitutos, compradores y proveedores en una industria. http://www.12manage.com/methods_porter_five_forces_es.html. (2009, Julio 12)
- Sabando Leo, Juan Briones, Enrique Zhingre, Jorge Rodríguez, Ricardo Villavicencio, Andrés Villavicencio, Xavier García, Josué Sabando. Focus Group. “Implementación de Cancha de césped Sintética”. Portoviejo (Julio15/09)
- Puntos Críticos. “Elasticidad”. Monografías.com. <http://www.monografias.com/trabajos30/elasticidad-precios/elasticidad-precios.shtml>. (Julio, 5/09)
- Cantidad. 69.689 habitantes hombres mayores de 13 años zona urbana de Portoviejo. <http://www.inec.gov.ec> (Julio, 5/09)
- “Insumos deportivos”. mundodeportes.com. Google <http://www.mundodeportes.com/insumos-deportivos>. Materiales deportivos que se utilizan en la ejecución de deportes como fútbol, básquet, entre otros (septiembre 6/09)
- “stock”. wikipedia.org. Google. http://www.wikipedia.org/significado_stock. Termino inglés introducido al español “anglosajismo” para controles de inventarios dentro de una empresa, que refiere a la disponibilidad de material en una bodega. (Septiembre 6/09)

- http://www.conquito.org.ec/creaempresa/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=126 (2009, septiembre 6)
- <http://www.angelfire.com/vt/sudamericana/portal/funciones.htm> .(2009, julio 3)
- <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/89548-futbol-sintetico/> . (2009, agosto 15)
- <http://www.openepi.com/Menu/OpenEpiMenu.htm> . (2009, agosto 17)
- <http://images.google.com/ec/images?hl=es&source=hp&q=logo+futbol&gbv=2&aq=0&oq=logo+fut>. (2009, julio 20)
- <http://maps.google.es/> (2009, agosto 22)
- <http://www.lagambeta.com.ec/frontEnd/main.php?idSeccion=80> (2009, julio 5)
- <http://www.bce.fin.ec/> (2009, julio 2)
- <http://aprendamarketing.files.wordpress.com/2008/09/modelo-imagen-rivaliad-thumb.png?w=500&h=380> (2009, julio 20)

Otras.

- VI Censo de población – INEC, 2001
- Esquema para la presentación de Estudio de Factibilidad para Proyectos. Corporación Financiera Nacional (CFN)
- Instructivo para la presentación de Proyectos de Investigación. Senplades.
- Boletines de indicadores de materiales de construcción. Revista Domus.

ANEXO 1

MODELOS DEL CONTROL DEL PROYECTO.

PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Ventas	
Costo de Ventas	
Utilidad Bruta	
Gastos	
Gastos Administrativos	
Pago sueldos y salarios	
Pago servicios básicos	
Pago alquiler	
Gastos Financieros	
Pago prestamos banca	
Pago interés	
Gastos Ventas	
Gasto publicidad	
Total gastos	
Utilidad antes imp y tab	
36.25% impuesto y trabajadores	
utilidad neta	

BALANCE GENERAL.

BALANCE GENERAL

Activos Corriente		Pasivos Largo plazo	
Activos Fijos		Pasivo corto plazo	
Activos Diferidos		Patrimonio	
		Capital de Social	
		TOTAL	

FLUJO DE CAJA.

Años	1	2	3	4	5
Operatividad					
Ventas					
Gastos administrativos					
Gastos publicidad					
Depreciación					
Amortización					
Total antes Imp					
Taxes 36,25%					
Total despues Imp					
Depreciación +					
Amortización +					
cash flow					

VA=
VAN=
TIR=

ANEXO 2

MODELO DE ENCUESTA.

1 REALIZA UD DEPORTE?

SI

NO

2 ¿QUÉ TIPO DE DEPORTES UD HACE?

INDOR/FUTBOL

FUTBOL TENIS

VOLEY

OTROS

BASQUET, PING PONG, KARATE

4 ¿CON QUÉ FRECUENCIA UD LOS REALIZA?

UNA VEZ A LA SEMANA

DOS VECES A LA SEMANA

MAS DE DOS VECES A LA SEMANA

UNA CADA MES

MAS DE UNA AL MES

CADA QUINCE DIAS

OTRAS

5 ¿QUÉ DIAS EN ESPECIAL UD MAS ACUDE A REALIZARLOS?

LUNES

MARTES

MIERCOLES

JUEVES

VIERNES

SABADOS
DOMINGOS

**ADQUIRIRIAS ARTICULOS DEPORTIVOS EN EL LOCAL, PARA REALIZAR DEPORTES EN CASO
6 DE NO CONTAR CON ELLOS?**

SI NO

**7 CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR POR USAR ESTE SERVICIO DE JUGAR EN
UNA CANCHA CON ESTANDARES FIFA DE 20 M X 40 M PARA DOS EQUIPOS DE 7 C/U**

\$20 EN EL DIA
\$25 EN EL DIA
\$30 EN LA NOCHE
\$35 EN LA NOCHE

ANEXO 3

**Permiso de Factibilidad de uso de suelo del terreno y plano
catastral.**

Portoviejo, 11 de Agosto del 2009

Ing. Gustavo Granizo Cedeño
Director de Planificación Urbana.
Ciudad.

En respuesta a la solicitud presentada por el Sr. Freddy Leonardo Sabando Moreano, quien solicita la factibilidad sobre un proyecto de cancha de césped sintético multiuso deportivo., ubicado en la calle sin nombre y paso lateral, Manabí Guillén, me permito informar:

De acuerdo al Plan de Ordenamiento físico espacial del área urbana de Portoviejo, dicho sector pertenece al Va203, con las siguientes características:

- Vivienda aislada
- Lote mínimo 200,00m²
- Frente mínimo: 12,00 m.
- Hasta 4 pisos ,según la Dirección de Aviación Civil
- 14,00 m. de altura.
- Cos 40%
- Cus 120%
- Retiros: frontal: 3,00m
 Laterales: 3,00m.
 Posterior: 3,00m.

Es importante indicar que la actividad a realizar pertenece al código EE -2 que incluye recreación – parques- áreas verdes – otros; el cual de acuerdo al Plan de Ordenamiento territorial si es compatible a dicho sector.

Es todo cuanto puede informar para poder otorgársele la factibilidad para dicho funcionamiento..

Atte.

Arq. David Moreira Moreira
Funcionario de Planificación Urbana.



**Permiso expedido por el Muy Ilustre Municipio de Portoviejo,
elaborado por el Director de Planificación Urbana de la Ciudad, donde se
aprueba y es factible la construcción de dicho complejo deportivo.**

ANEXO 4

FOCUS GROUP HOMBRES.

Perfil del consumidor:

SABANDO, Leonardo

- Hombres mayores a 13 años.
- Residentes en la ciudad de Portoviejo.
- Nivel socio económico medio – medio alto.
- Variedad de vestimenta.
- No necesita físico de deportista.

Preguntas:

- ¿Qué conoce de las canchas sintéticas?
- ¿Qué has escuchado de las personas que juegan en ellas?
- ¿Dónde se juega fútbol u otro deporte?
- ¿Quiénes lo juegan?
- ¿Sabes jugar billa?
- ¿Te gustaría jugar sobre césped sintético?
- ¿Qué ingresos promedio ganas al mes?
- ¿Quisieras un profesor que te enseñe a jugar algún deporte sobre césped sintético?
- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por el alquiler de las canchas por hora?
- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un campeonato o curso?
- ¿Dónde te gustaría que esté ubicado la cancha?
- ¿Te gustaría que existan torneos?
- ¿Cuánto pagarías por inscripción para el torneo?
- ¿Te gustaría que exista bebidas alcohólicas, energizantes, hidratantes?
- ¿Te gustaría que existan piqueos o snacks? ¿Qué clases?
- ¿Te gustaría que en el salón exista una pantalla gigante?
- ¿Te gustaría que exista graderíos, vayas, camerinos, marcador electrónico?
- ¿Qué tiempo promedio te quedas en una cancha?
- ¿Cómo te gustaría que sea el servicio al cliente?

ANEXO 5

INVESTIGACION DE MERCADO.

ENTREVISTAS A DUEÑOS DE CANCHAS SINTÉTICAS.

SABANDO, Leonardo

ENTREVISTA A LUIS ANDRADE, PROPIETARIO DE LA CANCHA SINTÉTICA LA CAPIROSA UBICADA EN LA AVENIDA 5 DE JUNIO.

¿Cómo EMPEZO EL NEGOCIO?

BUENO EL NEGOCIO LO EMPECE YA HACE CASI DOS AÑOS TENIA UN TERRENO VACIO ATRÁS DE MI CASA DE GRAN ESPACIO Y DECIDI PONER UNA CANCHA PARA EL USO FAMILIAR Y PARA MIS AMIGOS, POCO DESPUES ME EMPEZARON ALQUILAR LOS CONOCIDOS Y AMIGOS DE MIS AMIGOS Y FUE ASI COMO SE CONVIRTIO EN LA PRIMERA CANCHA SINTÉTICA DE PORTOVIEJO, Y COMENCE A TRATAR DE SIMULAR LO QUE EN GUAYAQUIL SE ESTABA HACIENDO.

¿Qué ESTRATÉGIAS DE PUBLICIDAD EMPLEO PARA DAR A CONOCER EL NEGOCIO?

BUENO, SINCERAMENTE NO TENIA NADA EN MENTE DE HACER ESTO UN NEGOCIO, SIMPLEMENTE LA OPORTUNIDAD ESTABA ALLI LATENTE, Y POCO A POCO SE FUE DANDO, GRACIAS A DIOS MI FAMILIA ES DUEÑA DE UN CANAL LOCAL DE LA PROVINCIA Y DE UNA RADIO QUE FUNCIONA AQUÍ EN LAS INSTALACIONES DONDE ESTA LA CANCHA, PUES MEDIANTE ESO ES QUE HAGO PUBLICIDAD DE LA CANCHA.

¿Cuánto NECESITO DE INVERSION?

EN ESE ENTONCES LAS COSAS NO ESTABAN TAN CARAS COMO AHORA, EL NEGOCIO DE CANCHAS ESTABAN EMPEZANDO Y LAS IMPORTACIONES ERAN MAS SENCILLAS TUVE SUERTE DE CONSEGUIR EL MATERIAL BARATO, CREO QUE NECESITE CERCA DE \$18.000,00 YA QUE CONTABA CON EL TERRENO Y BUENA INFRAESTRUCTURA YA HECHAS, EN TOTAL GASTE \$20.000,00

¿Qué PERMISOS NECESITO PARA PONER EN MARCHA EL NEGOCIO?

AL PRINCIPIO NINGUNO PORQUE ERA PROPIA, SOLO FUI AL MUNICIPIO A QUE ME DIERAN EL PERMISO PARA CONTRUIRLA DETRÁS DE MI CASA Y A LA EMPRESA ELECTRICA A QUE ME AYUDARAN CON LA INSTALACION DE LAS LUCES Y REFLECTORES, PERO CUANDO YA LO QUISE HACER NEGOCIO, FUE MAS COMPLICADO, ENTRE LOS PERMISOS ESTABAN EL DE BOMBEROS, SRI; PORQUE TUVE QUE SACAR RUC, PATENTE MUNICIPAL, EMPAP, ETC.

¿TUVO DIFICULTADES AL INICIAR?

NO NINGUNA YA TENIA MIS CLIENTES ANTES QUE EMPEZARA HACERLO NEGOCIO

¿Cómo LLEVA LA ADMINISTRACION?

ACTUALMENTE YO LO ADMINISTRO, Y MI CONTADOR QUIEN ME AYUDA CON LA CONTABILIDAD Y LAS CUENTAS AL SRI, CLARO QUE TAMBIEN HE PENSADO EN MEJORARLO Y ADECUAR MAS EL NEGOCIO PERO DESPUES LO HARÉ.

¿Qué PROBLEMAS HA TENIDO?

QUIZAS POR EL ESPACIO MUCHA GENTE SE QUEJA PORQUE ES UN POCO PEQUEÑO EL ESPACIO Y NO EXISTE UN BAR Y CAMERINOS PERO ESTAN EN PROYECTOS TODO ESO.

¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUMEN SU SERVICIO?

EN EL MES COCURREN CERCA DE 800 PERSONAS A VECES UN POCO MAS DEPENDE LA TEMPORADA O LAS ACTIVIDADES QUE HAYAN EN LA CIUDAD PERO POR LO GENERAL DE DOMINGO A MIÉRCOLES ES UN POCO BAJO DESDE EL JUEVES A SABADO QUE ES EL DÍA DONDE MAS GENTE VIENE ESTO PASA LLENO QUE TIENEN QUE SEPARAR CON TIEMPO.

INVESTIGACION DE MERCADOS

ENTREVISTAS A DUEÑOS DE CANCHAS SINTÉTICAS.

ENTREVISTA A ROBERTH PIERRE PINARGOTE, PROPIETARIO DE LA CANCHA SINTETICA AUTOGOL UBICADA EN LA CDLA EL LIMON, VÍA PORTOVIEJO – SANTANA.

¿Cómo EMPEZO EL NEGOCIO?

EL NEGOCIO LO EMPEZAMOS JUNTO A DOS SOCIOS MAS YA HACE CASI DOS AÑOS FUIMOS UNAS DE LAS PRIMERAS CANCHAS EN PORTOVIEJO EN OFRECER UN SERVICIO COMPLETO PARA USO DE LA COMUNIDAD, VIMOS LA OPORTUNIDAD Y LA MANERA COMO ESTO ESTABA CRECIENDO EN OTRAS CIUDADES Y DECIDIMOS EMPRENDER ESTE NEGOCIO.

¿Qué ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD EMPLEO PARA DAR A CONOCER EL NEGOCIO?

BUENO, ESO LO MANEJARON UNOS JÓVENES MUY BUENOS QUE NOS DESARROLLARON UN PLAN DE MERCADEO, INVITAMOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EL DIA DE LA INAUGURACION, HICIMOS UN CAMPEONATO GRATIS INVITAMOS A GENTE IMPORTANTE Y UBICAMOS VALLAS EN ALGUNAS PARTES DE LA CIUDAD, ENTRE OTRAS COSAS, PERO COMO EN LA ZONA NO HABÍA ESTAS OPCIONES NOS FUE BIEN DESDE EL PRINCIPIO, EN LOS PRIMEROS MESES SACAMOS PUBLICIDAD EN LA PRENSA Y RADIO.

¿Cuánto NECESITO DE INVERSION?

BUENO LA INVERSION FUE ALGO MUY IMPORTANTE Y BASTANTE ALTA, NOS UNIMOS 3 AMIGOS QUE NOS CONVERTIMOS EN SOCIOS, COMPRAMOS EL TERRENO, HICIMOS EL PROYECTO Y CONSTRUIMOS NECESITAMOS CERCA DE \$100.000,00 PERO HOY EN DIA YA HEMOS RECUPERADO LA INVERSION Y NOS VA BIEN.

¿Qué PERMISOS NECESITO PARA PONER EN MARCHA EL NEGOCIO?

EL DEL MUNICIPIO FUE EL MAS IMPORTANTE, EL PERMISO PARA CONTRUIR, LA EMPRESA ELECTRICA EN LA INSTALACION DE LAS LUCES Y REFLECTORES, DE BOMBEROS, SRI PORQUE TUVE QUE SACAR RUC, PATENTE MUNICIPAL, EMPAP.

¿TUVO DIFICULTADES AL INICIAR?

UN POCO PORQUE LA GENTE MÁS VENIA A VER JUGAR Y NO ERAN LA MISMA QUE JUGABAN, PERO NO FUE MUCHO GRACIAS A UN PROYECTO FUE COMPLETO EL ÉXITO HASTA AHORA.

¿Cómo LLEVA LA ADMINISTRACION?

ACTUALMENTE CONTAMOS CON UN ADMINISTRADOR Y CONTADOR, UN ENCARGADO DE MANTENIMIENTO Y CONSTANTEMENTE PREGUNTAMOS A LOS USUARIOS QUE LES GUSTARIA QUE IMPLEMENTEMOS.

¿Qué PROBLEMAS HA TENIDO?

HASTA AHORA NINGUNO CONTAMOS CON PARQUEOS, BAR, CAMERINOS, ETC LA GENTE SE SIENTE MUY CONTENTA CUANDO VIENE, QUIZAS SI NOS HAGA FALTA UNA CANCHA MAS PORQUE LA DEMANDA ES GRANDE, PERO NO DESCARTAMOS AMPLIARNOS.

¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUMEN SU SERVICIO?

EN EL MES COCURREN CERCA DE 1.000 PERSONAS A VECES UN POCO MAS DEPENDE LAS ACTIVIDADES DE LA ZONA O DE LA CIUDAD, EN INVIERNO ES MÁS COMPLICADO POR LAS LLUVIAS PERO GRACIAS AL BUEN MATERIAL DE LAS CANCHAS LA GENTE IGUAL JUEGA CON LLUVIA, PERO LA MAYOR DEMANDA ES A PARTIR DEL MIERCOLES O JUEVES SOBRE TODO EN LAS NOCHES Y LOS VIERNES Y SABADOS MÁS AUN, ESTO PASA COMPLETAMENTE LLENO, CASI TODOS LLAMAN PARA SEPARAR.

ANEXO 6

CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO DE PORTOVIEJO.

ANEXO 7

***COPIA DE CÉDULA Y ESCRITURA NOTARIZADA DEL TERRENO A
IMPLEMENTAR LA EMPRESA.
“EL CAMPIN”***

ANEXO 8

COTIZACIÓN ECOGARDEN – IMPORTADOR CÉSPED SINTÉTICO.