



**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL**

Tesis de grado, previa la obtención del  
Título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANT Y  
UNA CANCHA SINTÉTICA DENTRO DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA FINCA”  
EN EL CANTÓN EL EMPALME, PROVINCIA DEL GUAYAS”.

**AUTORA:**

EGDA. LADY JASMIN SANI CUENCA

**DIRECTORA:**

ING ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOME.      MSG.

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2013**

## **DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, **LADY JASMIN SANI CUENCA**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**EGDA. LADY JASMIN SANI CUENCA**

## **CERTIFICACIÓN**

La suscrita, **ING. ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOMÉ** , Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **LADY JASMIN SANI CUENCA** , realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANT Y UNA CANCHA SINTÉTICA DENTRO DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA FINCA” EN EL CANTÓN EL EMPALME, PROVINCIA DEL GUAYAS ”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

**ING ELIZABETH NUÑEZ BARTOLOME. MSG**  
**DIRECTORA DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL**

**TEMA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANT Y UNA CANCHA SINTÉTICA DENTRO DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA FINCA” EN EL CANTÓN EL EMPALME, PROVINCIA DEL GUAYAS”.**

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial

Aprobado:

---

Lcdo. Bautista Rafael Pinto Cotto Msc.  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

---

Ing. Washington V. Carreño Rodríguez Msc.  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

---

Ing. Gina del Pilar Rendón Guerra Msc.  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

**QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR**

**2013**

## **AGRADECIMIENTO**

De manera muy cordial agradezco a las personas e instituciones que de una u otra forma hicieron su aporte para la culminación de mi proyecto.

- A la universidad Técnica Estatal de Quevedo, por haberme brindado la oportunidad de culminar mis estudios superiores.
- A la Facultad de Gestión Empresarial que me hizo parte de ella, así mismo a sus docentes cada día impartieron sus sabios conocimientos.
- La Ing. Elizabeth Núñez, quien fue mi directora de tesis, por haberme ayudado al desarrollo de la misma.
- Al Ing Washington Carreño Director de la Escuela de Gestión Empresarial por su colaboración prestada durante el desarrollo.
- A aquellos amigos y seres queridos que me incentivaron al logro de este propósito en mi vida.

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres **Elis Enny Cuenca y Eluterio Sani** quienes han velado por mí y con su ejemplo me han motivado a seguir adelante y me han brindado su apoyo incondicional.

A mis hijos **Jim Jimenez y Jirlay Jimenez** que con su apoyo, paciencia y amor me motivaron a alcanzar esta meta.

**LADY J. SANI CUENCA**

## INDICE

	<b>Pág.</b>
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	ii
CERTIFICACIÓN .....	iii
APROBACION .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
INDICE.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
INDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
SUMMARY.....	xvi
DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACION) .....	xvii

### **CAPÍTULO I**

#### **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

1.1.	Introducción.....	1
1.2.	Planteamiento del problema.....	3
1.2.1.	Diagnóstico del problema.....	3
1.2.2.	Formulación del problema.....	3
1.2.3.	Sistematización del problema .....	4
1.3.	Justificación.....	5
1.4.	Objetivos .....	6
1.4.1.	Objetivo general .....	6
1.4.2.	Objetivos específicos .....	6
1.5.	Hipótesis .....	7
1.5.1.	Hipótesis general .....	7
1.5.2.	Variables .....	7

1.5.3.	Operacionalización de las variables.....	8
--------	--	---

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

2.1.	Fundamentación teórica.....	11
2.2.1.	Investigación de mercado.....	11
2.1.1.2.	Definición del producto.....	11
2.1.1.3.	Demanda.....	12
2.1.1.4.	Oferta.....	12
2.1.1.5.	Precio.....	13
2.1.1.6.	Canales de comercialización.....	14
2.1.2.	Estudio técnico.....	14
2.1.2.1.	Localización.....	15
2.1.2.2.	Tamaño óptimo del proyecto.....	16
2.1.2.3.	Ingeniería del proyecto.....	17
2.1.2.4.	Análisis ambiental.....	17
2.1.3.	Estudio económico y financiero.....	19
2.1.3.1.	Inversión.....	19
2.1.3.1.1.	Inversión fija.....	19
2.1.3.1.2.	Inversión diferida.....	20
2.1.3.2.	Costos variables.....	21
2.1.3.3.	Costos fijos.....	21
2.1.3.4.	Estado de resultado.....	21
2.1.3.5.	Balance general.....	22
2.1.4.	Evaluación financiera.....	22
2.1.4.1.	Valor actual neto (VAN).....	23
2.1.4.2.	Tasa interna de retorno (TIR).....	23
2.1.4.3.	Relación costo beneficio.....	24
2.1.4.4.	Tiempo de recuperación del capital.....	24
2.2.	Fundamentación conceptual.....	25
2.2.1	Gastronomía en el Ecuador.....	25

2.2.2.	Gastronomía costeña .....	25
2.2.3.	Investigación de Mercado .....	25
2.2.4.	Definición del Producto.....	26
2.2.5.	Demanda.....	26
2.2.6.	Oferta .....	27
2.2.7.	Precio .....	28
2.2.8.	Canales de Comercialización .....	28
2.2.9.	Estudio Técnico.....	29
2.2.10.	Localización.....	30
2.2.10.1.	Tamaño Óptimo del proyecto .....	30
2.2.10.2.	Ingeniería del Proyecto.....	31
2.2.11.	Estudio Económico y Financiero .....	31
2.2.11.1.	Inversión.....	32
2.2.11.1.1.	Inversión Fija .....	32
2.2.11.1.2.	Inversión Diferida .....	32
2.2.11.2.	Costos Variables .....	33
2.2.11.3.	Costos Fijos.....	33
2.2.11.4.	Ingresos.....	34
2.2.11.5.	Estado de Resultado .....	34
2.2.11.6.	Balance General.....	35
2.2.11.7.	Punto de Equilibrio .....	35
2.2.12.	Evaluación Financiera .....	36
2.2.12.1.	Valor actual neto (VAN).....	37
2.2.12.2.	Tasa interna de retorno (TIR) .....	37
2.2.12.3.	Relación Costo Beneficio .....	37
2.2.12.4.	Tiempo de Recuperación del Capital .....	38
2.3.	Fundamentación legal .....	39
2.3.1.	Disposiciones generales.....	39
2.3.2.	Marco institucional de las políticas de promoción y formalización .....	39
2.3.3.	De los instrumentos de promoción de las pymes .....	40

2.3.3.1.	Trámites legales para abrir una empresa .....	40
----------	---	----

### **CAPÍTULO III**

#### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1.	Métodos de la Investigación .....	43
3.2.	Tipos de Investigación .....	43
3.3.	Técnicas e Instrumentos de la Investigación.....	44
3.4.	Fuentes de Información.....	44
3.5.	Población y muestra.....	45
3.6.	Tamaño de la muestra.....	45

### **CAPÍTULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

4.1.	Estudio de Mercado .....	48
4.1.1.	Análisis del mercado .....	49
4.1.1.1.	Características del mercado objetivo .....	49
4.1.1.2.	Necesidades que se van a satisfacer .....	49
4.1.1.3.	Productos o servicios para satisfacer las necesidades .....	50
4.1.1.4.	Estrategia de marketing.....	50
4.1.1.5.	Factores clave de éxito.....	50
4.1.1.6.	Logotipo del proyecto cancha sintética.....	51
4.1.1.7.	Slogan de cancha sintética.....	51
4.1.1.8.	Logotipo del proyecto restaurant de comida típica .....	51
4.1.1.9.	Slogan de restaurant de comida típica. ....	51
4.2.	Investigación de mercado.....	52
4.2.1.	Tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón El Empalme sobre la apertura de un restaurante. ....	52
4.2.2.	Tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón El Empalme sobre la apertura de un restaurante.....	57

4.2.1.1.	Análisis de la demanda.....	62
4.2.1.1.1.	Demanda Actual .....	62
4.2.1.1.2.	Demanda futura proyectada.....	63
4.2.1.2.	Oferta actual.....	64
4.2.1.2.1.	Oferta futura proyectada.....	65
4.2.1.3.	Demanda potencial insatisfecha.....	65
4.3.	Estudio técnico del proyecto.....	67
4.3.1.	Obra física de la Cancha.....	67
4.3.1.1.	Campo de juego .....	67
4.3.1.2.	Área de meta .....	68
4.3.1.3.	Área penal .....	68
4.3.1.4.	Área de esquina .....	68
4.3.1.5.	Los marcos .....	68
4.3.1.6.	Redes .....	69
4.3.2.	Requerimientos de equipos y herramientas .....	69
4.3.2.1.	Descripción del ambiente físico.....	70
4.4.	Estudio económico .....	72
4.5	Comprobación de la hipótesis .....	88

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1.	Conclusiones.....	90
5.2.	Recomendaciones .....	91

## **CAPÍTULO VI**

### **BIBLIOGRAFÍA**

6.1.	Bibliografía .....	93
6.2.	Linkografía.....	94

**CAPÍTULO VII**

Anexos.....96

## INDICE DE CUADROS

Cuadro	Pág.
1. ¿Qué edad tiene usted? .....	52
2. ¿Cuál es su ocupación? .....	52
3. Sexo .....	53
4. ¿Cuál es su nivel socio económico? .....	53
5. ¿Con qué frecuencia le gusta jugar futbol? .....	54
6. ¿En qué horarios prefiere jugar? .....	54
7. ¿Las canchas en las que usted práctica el futbol están elaboradas de?: .....	55
8. ¿Estaría de acuerdo usted con la implementación de una nueva cancha de futbol sintética en el centro recreacional La Finca del cantón El Empalme? .....	55
9. ¿Cuál es el costo que usted estaría dispuesto a cancelar? .....	56
10. ¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para practicar este deporte? .....	56
11. ¿Qué ocupación tiene usted? .....	57
12. Marque con una x su sexo .....	57
13. ¿Le gustaría a usted, que existiera un restaurant de comidas típicas dentro del centro turístico "La Finca"? .....	58
14. ¿Qué preferiría usted que le ofrezca el restaurante de comida típica del centro turístico "La Finca"? .....	58
15. ¿Cuál es su nivel socio económico?: .....	59
16. ¿Con qué frecuencia usted consume comida típica? .....	59
17. ¿Qué plato típico Ud. consume con mayor frecuencia? .....	60
18. ¿Con qué bebida acompaña por lo general un plato típico del Ecuador?: .....	60
19. ¿Cuál es el precio que usted ha pagado por un plato típico? .....	61
20. ¿Con quién suele ir acompañado a los restaurant? .....	61

21.	Demanda actual del servicio .....	63
22.	Demanda proyectada del servicio .....	63
23.	Oferta actual del servicio.....	64
24.	Oferta proyecto del servicio.....	65
25.	Demanda insatisfecha de Restaurant de comida típica y cancha sintética.....	66
26.	Detalle de activos .....	72
27.	Inversión del proyecto .....	73
28.	Depreciación .....	73
29.	Financiamiento del proyecto .....	73
30.	Tabla de amortización.....	74
31.	Proyecciones de años y punto de equilibrio .....	75
32.	Detalles de Gastos.....	77
33.	Gastos Generales .....	78
34.	Gastos de Ventas.....	78
35.	Detalle de Costos de Ventas.....	79
36.	Presupuestos de Ventas .....	79
37.	Flujo de Caja Proyectado.....	80
38.	Estado de Resultado.....	81
39.	Índice Financiero.....	82
40.	Tasa de rendimiento promedio .....	82
41.	Tasa interna de retorno .....	83
42.	Ratios Financieros .....	83
43.	Punto de Equilibrio .....	84
44.	Capital de Trabajo.....	84
45.	Datos de Activos .....	84
46.	Rendimiento de Liquidez.....	85
47.	Rendimiento Corriente .....	85
48.	Razones financieras .....	85
49.	Detalle de Balance General .....	87

## INDICE DE ANEXOS

Anexo	Pág.
1 Encuesta dirigidas a la población de El Empalme para la de implementación de un restaurante de comida típica en el Centro de Recreación La Finca. ....	96
2 Encuesta dirigida a la población del empalme para la implementación de una cancha sintética en el Centro de Recreación La Finca. ....	99
3 Tabla de amortización.....	102

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En la investigación se analizó la factibilidad para implementar un restaurant y una cancha sintética en el centro recreacional “La Finca” perteneciente al cantón El Empalme, para lo que se realizó estudios de mercado, técnico, económico y la evaluación financiera.

En la primera parte se efectuó un estudio de mercado del servicio, definiendo el estudio de la demanda, el de la oferta, de los precios y los canales de comercialización, que permitieron tener una clara visión de las condiciones actuales Centro Recreacional “La finca”.

Seguidamente se determinó a través del estudio técnico, el análisis de la planta, que implicó la determinación de la localización optima, el tamaño adecuado, cantidad de equipos y maquinarias, insumos, materias primas, y todo lo concerniente a su instalación.

La tercera parte consistió en un estudio económico de todas las condiciones de operación de los servicios a ofrecer, que previamente se determinaron en el estudio técnico, desde la inversión inicial, los costos totales de operación, hasta su instalación.

La cuarta parte de este proyecto trató sobre la evaluación económica de la inversión, determinándose la rentabilidad de la misma a través de criterios claramente definidos con un VAN positivo y una TIR aceptable.

## **SUMMARY**

The research analyzed the feasibility to implement a restaurant and a synthetic pitch at the recreation center "La Finca" belonging to Canton El Empalme, for which market research, technical, economic and financial evaluation was performed.

In the first part of a study was made of the service market, defining the analysis of demand, supply analysis, price analysis and marketing channels, that gave a clear view of current Recreation Center "The farm.

Then determined through the technical study, analysis of the plant, which involved the determination of the Optimum location, optimal size, quantity of equipment and machinery, supplies, raw materials, and everything related to your installation.

The third part consisted of an economic analysis of all operating conditions to provide services, previously identified in the technical study, from the initial investment, total operating costs until installation.

The fourth part of this project focused on the economic evaluation of investment profitability determined by the same criteria clearly defined with a positive NPV and an acceptable TIR

## DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACION)

1	Titulo/Title	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANT Y UNA CANCHA SINTÉTICA DENTRO DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA FINCA” EN EL CANTÓN EL EMPALME, PROVINCIA DEL GUAYAS”.
2	Creador/Creator	M	LADY JASMIN SANI CUENCA  Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Gestión Empresarial
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en el cantón Quevedo, y se tomó como referencia a los hogares 34.715 habitantes para el periodo 2013.  Para el logro del objetivo principal se realizó un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio económico financiero a fin de obtener toda la información requerida y se realizó análisis que

			verificó la viabilidad del proyecto.
5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales Carrera de Gestión empresarial
6	Colaborador/Contributor	O	Ing .Elizabeth Nuñez Bartolomé
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type	M	
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

# CAPÍTULO I

## MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

## 1.1. Introducción

El estudio sobre la factibilidad para implementar un cancha sintética y un restaurant en el complejo turístico “La Finca” en el Cantón El Empalme, se analiza a través de un estudio de mercado, técnico, económico y financiero; la viabilidad del proyecto, y la implementación de estos servicios se realiza con el fin de incrementar la demanda en el complejo turístico, brindando a ejecutivos del sector, un servicio de comidas típicas de la zona, una alimentación sana, nutritiva y de calidad para la satisfacción de clientes y colaboradores.

La ejecución del proyecto se centra en la construcción de una cancha sintética y un restaurant dentro del complejo turístico “La Finca”.

En la primera parte de la investigación se evaluará desde la identificación del producto o servicio que brindará, la cancha sintética y el restaurant; analizará la oferta de restaurant de comida típica de la zona, la demanda del servicio y sus proyecciones, se analizará los precios y los planes de promoción, además de un estudio de mercado donde se determinará las características socioeconómicas de los turistas y visitantes.

En la segunda parte de la investigación se pretende realizar un estudio técnico, para determinar la localización óptima proyecto, restaurant y la cancha sintética dentro del área complejo turístico; diseñar capacidad; además analizará el aspecto organizativo y legal concerniente a su instalación.

La tercera parte consistirá en un análisis económico de todas las condiciones de operación del proyecto, determinar la inversión inicial, los costos totales de operación, capital de trabajo, financiamiento, estado de resultado proyectado a cinco años, el punto de equilibrio y la tasa de ganancia que los inversionistas esperan obtener.

La cuarta parte tratará sobre la evaluación económica de la inversión, una vez que se obtengan las determinaciones del mercado, la tecnología y todos los costos involucrados para establecer el restaurant y la cancha sintética, se determinará la rentabilidad económica de la inversión bajo criterios claramente definidos; tales como VPN (valor presente neto) y TIR (tasa interna de retorno) incluyendo un análisis del riesgo de la inversión.

## **1.2. Planteamiento del problema**

### **1.2.1. Diagnóstico del problema**

La falta de lugares de alojamiento y recreación que brinde servicio de calidad, que aproveche la naturaleza del sector, han incidido a que se emprenda en la realización de este proyecto sobre la implementación de un restaurant y una cancha sintética en el Complejo turístico “La Finca”.

El Cantón El Empalme, carece de un restaurant que brinde la tranquilidad y comidas típicas, además posee un gran potencial turístico aun no aprovechado; el problema es que no existe un buen servicio en la mayoría de los restaurant del sector, los establecimientos que ofrecen alimentos preparados no tienen cuidado en cuanto la manipulación de los alimentos, ni implementan normas de higiene y sanidad correctamente, muchos de los negocios han terminado cerrando en menos de un año.

La construcción de canchas sintéticas y del establecimiento del restaurant tiene la finalidad de crear un ambiente en la cual los visitantes pueden degustar y distraerse con excelente comida y recreación, ofreciendo un servicio de calidad, el mismo que satisfaga y cumpla con las expectativas de los clientes.

### **1.2.2. Formulación del problema**

¿Qué viabilidad puede tener la creación de un restaurant y una cancha sintética en el Complejo turístico “La Finca” en el Cantón El Empalme?

### **1.2.3. Sistematización del problema**

- ¿Cuál será el impacto socioeconómico que el restaurant y la cancha sintética aportarán, al turismo del cantón El Empalme?
- ¿Cuáles serán los resultados esperados en el estudio de factibilidad para la creación de la cancha sintética?
- ¿Qué características específicas deberá tener el restaurant y la cancha sintética ubicada en el centro recreacional “La Finca”?

### **1.3. Justificación**

El estudio de factibilidad para la implementación de un restaurant de comidas típicas y una cancha sintética en el Cantón el Empalme es un proyecto innovador, y la zona obtendrá beneficios directos e indirectos en el aspecto socioeconómico; en lo económico, se fomentará un servicio de calidad para satisfacción al cliente al brindar un servicio gastronómico se satisface las necesidades que demanda el mercado.

En lo social, se utilizará productos del sector ya que se brinda comidas típicas del lugar, el estudio para la apertura del restaurant y la cancha sintética dentro del complejo turístico “La Finca”; hará que este sector no solamente sea apropiado para el turismo que ofrece, sino también por la calidad y diversidad de platos típicos al servicio del cliente.

Al implementarse este tipo de servicio, se incrementará la demanda en el centro recreacional “La Finca” y además se brindará un asistencia para la distracción, comodidad, entretenimiento para los huéspedes y público en general quienes tendrán la oportunidad de disfrutar de una tarde deportiva y a la vez degustar de la comida típica de la zona en el restaurant a establecerse dentro del complejo.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la apertura de un restaurant y una cancha sintética dentro del complejo turístico “La Finca” en el Cantón El Empalme, Provincia del Guayas.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Cuantificar el potencial de mercado para un restaurante y una cancha sintética, mediante una investigación de mercado
- Identificar a través del estudio técnico, los equipos e instalaciones, muebles y enseres entre otros, que deberán utilizarse en la implementación del restaurante.
- Determinar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto.

## **1.5. Hipótesis**

### **1.5.1. Hipótesis general**

El Estudio de factibilidad para un restaurant y una cancha sintética en el centro recreacional “La Finca” permitirá incrementar la demanda y fomentará el turismo en el cantón El Empalme.

### **1.5.2. Variables**

#### **Variable independiente**

Estudio de factibilidad

#### **Variable dependiente**

Demanda y turismo en el cantón El Empalme



<p><b>Variable dependiente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Implementación cancha sintética y restaurant.</b></li> </ul>	<p>Lugar de esparcimiento y recreación en actividades deportivas para las poblaciones en general. Los restaurantes son establecimientos donde se elaboran comidas y se expanden mediante y proceso de intercambio económico, para ser consumidos en el mismo lugar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades deportivas</li> <li>• Servicio de comidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidades</li> <li>• Servicios</li> <li>• Restaurant</li> <li>• Recreación</li> <li>• Esparcimiento</li> </ul>
--	---	---	---

## CAPÍTULO II

# MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

## 2.1. Fundamentación teórica

### 2.1.1. Investigación de mercado

Se entiende por mercado; el área en la cual convergen las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único. La esencia del estudio de mercado es saber que vamos a producir, como lo vamos a producir y cuanto vamos a producir, es decir de que diferentes formas vamos a satisfacer la demanda del proyecto.<sup>1</sup>

La investigación de mercado es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing, para generar perfecciones y evaluar las acciones de marketing para monitorear el desempeño y mejorar su comprensión como un proceso.<sup>2</sup>

#### 2.1.1.2. Definición del producto.

En esta parte sobre la definición del producto debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Este debe ir acompañado por la normas de calidad que editora los ministerios correspondientes.<sup>3</sup>

Lo define como algo más que un objeto, es el placer que le proporciona al comprador: cuando una persona adquiere un frigorífico está comprando algo más que un motor y un congelador, está comprando el producto que le merece mayor confianza, la línea que más le gusta, la garantía más duraderas.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> PRIETO H. Jorge 2008 *Los proyectos, la razón de ser del presente* Bogotá Ecos. Ediciones pág. 50

<sup>2</sup> MALHOTRA N. K. 2008 *Investigación de mercados México*. Pearson Educación Pág. 7

<sup>3</sup> BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill Pág. 13

<sup>4</sup> SAPAG.Nassir y SAPAG. Reinaldo 2008 *Evaluación de Proyectos México*. Mc Graw Hill

### **2.1.1.3. Demanda**

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o un servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta la información proveniente de fuentes primarias y secundarias de indicadores económicos.<sup>5</sup>

Los consumidores logran una utilidad o satisfacción por medio del consumo de bienes o servicios. Algunos bienes otorgan más satisfacción que otros o un mínimo consumidor, reflejando su demanda y las preferencias que tenga sobre las alternativas que ofrece el mercado, todo esto en el marco de las restricciones presupuestarias que le impone un consumo limitado.

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.<sup>6</sup>

### **2.1.1.4. Oferta**

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill.

<sup>6</sup>SAPAG. Nassir y SAPAG. Reinaldo 2008 *Evaluación de Proyectos México*. Mc Graw Hill

<sup>7</sup> SAPAG. Reinaldo 2008 *Evaluación de Proyectos México*. Mc Graw Hill

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio a la oferta, igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción etc. Para analizar la oferta también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta, entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productores
- Planos de expansión
- Inversión fija y números de trabajadores.<sup>8</sup>

#### **2.1.1.5. Precio**

El precio es el valor de los productos expresado en términos monetarios. El comprador normalmente quiere que los precios de los productos sean bajos, aunque en algunos casos prefiere que sean muy similares, debido a que si son más bajos que los otros productos similares se puede poner en duda la calidad del producto, o tener la percepción de que las materias de que lo conforman son de menos calidad, o que no cumplen con los mínimos requisitos legales.<sup>9</sup>

Precio es el regulador entre la oferta y la demanda, a excepción de cuando existe protección (aranceles, impuesto). Al precio lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien.

---

<sup>8</sup> BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill

<sup>9</sup> MORALES C. Arturo 2009 *Proyecto de Inversión México* Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.

El precio de venta depende de:

- Elasticidad precio de la demanda
- Concepto de mercadotecnia de la empresa
- Estructura de mercado en cuanto oferta y número de consumidores
- Fijación de precios oficiales
- Tipo y naturaleza del mercado
- Estructura de costos de operación
- Margen de rentabilidad esperado<sup>10</sup>

#### **2.1.1.6. Canales de comercialización**

La comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicios, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica de a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad.<sup>11</sup>

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. La comercialización no es la transformación de productos hasta las manos del consumidor esta actividad, debe conferirlo al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir una buena comercialización de la que coloca el producto de un sitio y momento adecuado, para dar el consumidor la satisfacción que la espera con la compra.<sup>12</sup>

#### **2.1.2. Estudio técnico**

Los objetivos del análisis técnico – operativo de un proyecto son los siguientes: verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.

---

<sup>10</sup> CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición*

<sup>11</sup> MORALES C. Arturo 2009 *Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.*

<sup>12</sup> BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill*

Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la operación óptima requerida para realizar la producción, en resumen se pretende realizar las propuestas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.<sup>13</sup>

En esta etapa se realizan aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (equipos, maquinarias, instalaciones, terrenos, edificios, etc.) que sean necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ello se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha el funcionamiento de la planta.<sup>14</sup>

El estudio de la utilidad técnica evalúa si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero; es decir, calcula los costos, las inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto.<sup>15</sup>

#### **2.1.2.1. Localización**

La localización adecuada de una empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o el fracaso de un negocio. Por ello la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales, con todos ellos sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximiza la rentabilidad el proyecto. La decisión de la localización

---

<sup>13</sup> BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill

<sup>14</sup> MORALES C. Arturo 2009 *Proyecto de Inversión México* Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.

<sup>15</sup> Sapag. Nassir 2008 *Proyecto de Inversión* Pearson Educación México

de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible.<sup>16</sup>

Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes de hecho, algunas expresar solo la toman una vez en su historia.<sup>17</sup>

### **2.1.2.2. Tamaño óptimo del proyecto**

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculan y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación, de igual forma, la decisión que se tome el respecto del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por ventas.

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el proyecto de funcionamiento.<sup>18</sup>

El tamaño del proyecto con su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup>SAPAG. Nassir y SAPAG. Reinaldo 2008 *Evaluación de Proyectos México*. Mc Graw Hill

<sup>17</sup> CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

<sup>18</sup> CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

<sup>19</sup> BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill

### **2.1.2.3. Ingeniería del proyecto**

Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleve a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.

También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, trabajo de laboratorio, empaques de productos, de obras de infraestructuras y de sistemas de distribución.<sup>20</sup>

### **2.1.2.4. Análisis ambiental**

#### **Fuerzas sociales:**

Dentro del macro entorno de la empresa, las fuerzas sociales tienen una vital influencia e impacto sobre las actividades que realiza la organización, dentro de las fuerzas sociales se incluyen los valores, costumbres y tradiciones de la sociedad. Debido a que la empresa se dedica a la venta de un alimento (carne de pato), fue necesario analizar los hábitos alimenticios de nuestro entorno, lo cual refleja una falta de conocimiento sobre el consumo de este tipo de carne (pato), donde pueden adquirirlo e incluso, el desconocimiento de todas las propiedades nutricionales que éste tiene.

---

<sup>20</sup> CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición*

### **Fuerzas demográficas:**

Dentro de las fuerzas demográficas que influyen a la empresa se encuentra la edad y la distribución de los individuos, así también como la ubicación de la empresa. A lo que refiere a las características demográficas de la sociedad no se considera un factor vital ya que todo tipo de personas puede consumir este producto, a lo que la ubicación de la empresa se refiere, ésta tiene una buena ubicación que le permite desplazarse fácilmente del centro del estado hacia el exterior poco a poco según lo planeado.

### **Fuerzas económicas:**

Las fuerzas económicas son importantes ya que se tiene que determinar a qué sector de la sociedad se dirige el producto y si éste sector tiene la capacidad de adquirirlo, ya que se tiene un canal de distribución dual se vende a chef y a un mayorista, ambos tienen la capacidad económica para consumir el producto que la empresa ofrece, se analizó que el consumidor final del producto es de clase media alta y alta ya que la carne de pato ya preparada en un restaurante no es muy económico.

### **Fuerzas tecnológicas:**

Esta empresa no es afectada importantemente por las fuerzas tecnológicas ya que no depende de las maquinarias, sin embargo un factor que influye y del cual podría sacar provecho es del uso de redes electrónicas como medio de difusión del producto y como medio de investigación.

### **2.1.3. Estudio económico y financiero**

El estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyecto, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico.

Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidades de materia prima necesarias y cantidades de desechos del proceso, cantidades de mano de obra directa e indirecta , cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, etc. La esencia del estudio económico es el análisis de cientos de cifras monetarias que a su vez son la base para el cálculo de la rentabilidad de la inversión.<sup>21</sup>

#### **2.1.3.1. Inversión**

La inversión comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.<sup>22</sup>

Inversión total comprende los activos fijos, tangibles o diferidos, necesarios para iniciar las acciones de la empresa por excepción del capital de trabajo.<sup>23</sup>

##### **2.1.3.1.1. Inversión fija**

De acuerdo con las especificaciones obtenidas en el estudio técnico se deben los montos de inversión y los cronograma de realización de compra de maquinaria y equipos, las instalaciones donde va a funcionar el proyecto, los muebles y

---

<sup>21</sup> BACA U.2010 *Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill*

<sup>22</sup> BACA G.; 2010; *Evaluación de Proyecto; México; editorial McGraw-Hill; 5<sup>ta</sup> edición; pág. 173*

<sup>23</sup> ORTEGA A.; 2008 *Proyecto de Inversión; México; Continental; 1<sup>ra</sup> edición*

enseres, los vehículos, las licencias, franquicias, derechos de explotación del subsuelo, adecuación de los locales, registros de marcas y patentes, la constitución de la sociedad etc.<sup>24</sup>

Los activos tangibles están referidos al terreno, maquinarias, equipos, mobiliarios, vehículos herramientas etc.<sup>25</sup>

#### **2.1.3.1.2. Inversión diferida**

Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedades de la empresa, necesario para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencias técnicas, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa etc. <sup>26</sup>

Hace referencia al desembolso que realiza una empresa para la puesta en marcha del plan de negocio, tales como: estudio técnico, económico y jurídico, gastos de creación, montaje, ensayos y puesta en marcha, pago por uso de marcas y patentes y gastos para la capacitación y entrenamiento del local.

Las principales inversiones diferidas son:

- Estudio técnicos: estudio de suelos e ingeniería, selección de procesos asesorías y tributarias.
  
- Estudios jurídicos
  
- Estudios económicos y financieros: pre factibilidad y factibilidad.

---

<sup>24</sup> FLOREZ A 2012 *Plan de Negocio para pequeñas empresas ; Bogotá; Ediciones de la U.*

<sup>25</sup> CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición*

<sup>26</sup> CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición*

- Gastos de organizaciones: ocasionados por la implementación de una estructura administrativa tanto para el período de instalación como para el de operación.<sup>27</sup>

### **2.1.3.2. Costos variables**

Costos variables los que tienen variación directa y proporcional al volumen de la producción. A mayor producción mayor gasto, si la producción es cero, el gasto variable también es cero, con el inicio de la producción, los gastos variables también aparecen y se incrementa en forma correlativa con la producción.<sup>28</sup>

### **2.1.3.3. Costos fijos**

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes en un periodo, independientemente de que se presenten cambios en el nivel de producción.<sup>29</sup>

Costos variables los que tienen variación directa y proporcional al volumen de la producción. A mayor producción mayor gasto, si la producción es cero, el gasto variable también es cero, con el inicio de la producción, los gastos variables también aparecen y se incrementa en forma correlativa con la producción.<sup>30</sup>

### **2.1.3.4. Estado de resultado**

Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos, en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.<sup>31</sup>

---

<sup>27</sup> FLOREZ A.; 2012 *Plan de Negocio para pequeñas empresas*; Bogotá; Ediciones de la U.

<sup>28</sup> VÁSCONEZ J.; 2008 *Contabilidad Práctica de Costo Industriales*

<sup>29</sup> SINISTERRA G.; 2008 *Contabilidad de Costos*; Bogotá – Colombia; Ecoe Ediciones; 1<sup>ra</sup> edición; pág. 19

<sup>30</sup> BACA G.; 2010; *Evaluación de Proyecto*; México; editorial McGraw-Hill; 5<sup>ta</sup> edición; pág. 173

<sup>31</sup> ORTEGA A.; 2008 *Proyecto de Inversión*; México; Continental; 1<sup>ra</sup> edición

El estado de resultado en el informe financiero básico producto de todo sistema contable, se presenta conjuntamente en el estado de situación financiera, consiste en la presentación ordenada y de acuerdo con la cuenta, de los ingresos percibidos o ganados.<sup>32</sup>

#### **2.1.3.5. Balance general**

El Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros. Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedades de los accionistas o propietarios directos de la empresa. Como se observa, un balance general en la práctica es un aspecto contable muy dinámico y, por ende, muy difícil de realizar adecuadamente.<sup>33</sup>

Balance general utilizado en las proyecciones de la información en el plan de negocios, es la convencional. En el modelo propuesto incluyen las cuentas de activos, sub divididas en activos corrientes y otros activos. Las del pasivo a su vez compuesta por el pasivo corriente y pasivo de largo plazo, y las del patrimonio.

Los rubros propuesto en el balance corresponden aquellas partidas que se pueden encontrar cuando están en presencia de un proyecto nuevo. <sup>34</sup>

#### **2.1.4. Evaluación financiera**

La parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se

---

<sup>32</sup> BACA G.2010 *Evaluación de Proyecto; México; editorial McGraw-Hill; 5<sup>ta</sup> edición*

<sup>33</sup> BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 155*

<sup>34</sup> FLOREZ A.; 2012 *Plan de Negocio para pequeñas empresas; Bogotá; Ediciones de la U.*

conocerá y denominará el proceso de producción, así como todo los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.<sup>35</sup>

#### **2.1.4.1. Valor actual neto (VAN)**

Que el valor actual neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontado a la inversión inicial.<sup>36</sup>

Definiéndose como la diferencia entre los ingreso y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.<sup>37</sup>

#### **2.1.4.2. Tasa interna de retorno (TIR)**

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.<sup>38</sup>

La tasa interna de retorno conocida como La TIR refleja la tasa de interés o la rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil.<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup>BACA U. Gabriel 2010 *Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill Pág. 181

<sup>36</sup> BACA G. 2010 *Evaluación de Proyecto; México*; editorial McGraw-Hill; 6<sup>ta</sup> edición; pág. 221

<sup>37</sup> CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

<sup>38</sup>BACA U. 2008 *Gabriel Evaluación de proyectos México*, Mc Graw Hill Pág. 184

<sup>39</sup> CORDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

#### **2.1.4.3. Relación costo beneficio**

Se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés social. Tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, sino que se toman en cuentas criterios sociales.<sup>40</sup>

La razón costo beneficio, también llamada índice de productividad es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendentes de productividad. Si la relación costo beneficio es mayor que 1 acepte el proyecto.<sup>41</sup>

#### **2.1.4.4. Tiempo de recuperación del capital**

Llamado también periodo de desembolso, se define como el número esperado de periodos que se requiere para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto.

La cantidad de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al periodo de recuperación.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> BACA G. 2010 *Evaluación de Proyecto*; México; editorial McGraw-Hill; 6ª edición; pág. 237

<sup>41</sup> CÓRDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

<sup>42</sup> CÓRDOVA 2008 *Formación y Evaluación del Proyecto* Bogotá. Ecos Edición

## **2.2. Fundamentación conceptual**

### **2.2.1. Gastronomía en el Ecuador**

La gastronomía del Ecuador es una variada forma de preparar platos, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas regiones que componen el país. Esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales costa, sierra, oriente y región insular con costumbres y tradiciones diferentes. Los distintos platos típicos y los ingredientes principales varían en función de estas condiciones naturales, gran variedad de técnicas culinarias e ingredientes.

### **2.2.2. Gastronomía costeña**

La gastronomía costeña es muy variada, se basa principalmente en pescados (tanto de río como de mar) especialmente la corvina y la trucha. Los plátanos también hacen parte importante de la culinaria típica (verdes, maduros o guineos). Los platos costeños más importantes son: encebollado de pescado, muchines de yuca, patacón, sopa marinera, arroz guayaco, ceviche, ceviche, bandera, encocado, sancocho de bagre etc.

### **2.2.3. Investigación de Mercado**

**Según Prieto H. Jorge (2008)** se entiende por mercado; el área en la cual convergen las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único. La esencia del estudio de mercado es saber que vamos a producir, como lo vamos a producir y cuanto vamos a producir, es decir de que diferentes formas vamos a satisfacer la demanda del proyecto.

Indica que el mercado de un proyecto está constituido por el mercado proveedor y el mercado competidor, el mercado distribuidor y el mercado consumidor.

**Según Malhotra N. K. (2008)** la investigación de mercado es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing, para generar perfecciones y evaluar las acciones de marketing para monitorear el desempeño y mejorar su comprensión como un proceso.

#### **2.2.4. Definición del Producto.**

**Según Baca U. Gabriel (2010)** en esta parte sobre la definición del producto debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Este debe ir acompañado por la normas de calidad que editora los ministerios correspondientes.

Lo define como algo más que un objeto, es el placer que le proporciona al comprador: cuando una persona adquiere un frigorífico está comprando algo más que un motor y un congelador, está comprando el producto que le merece mayor confianza, la línea que más le gusta, la garantía más duraderas.

#### **2.2.5. Demanda**

**Según Sapag. N. (2008)** el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o un servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta la información proveniente de fuentes primarias y secundaras de indicadores económicos.

**Según Sapag.N. (2010)** Los consumidores logran una utilidad o satisfacción por medio del consumo de bienes o servicios. Algunos bienes otorgan más satisfacción que otros o un mínimo consumidor, reflejando su demanda y las preferencias que tenga sobre las alternativas que ofrece el mercado, todo esto en el marco de las restricciones presupuestarias que le impone un consumo limitado.

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.

### **2.2.6. Oferta**

**Según Sapag. N. (2008)** el término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

**Según BACA U. Gabriel (2010)** el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio a la oferta, igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción etc. Para analizar la oferta también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta, entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productores
- Planos de expansión
- Inversión fija y números de trabajadores.

### 2.2.7. Precio

**Morales C. Arturo (2009)** el precio es el valor de los productos expresado en términos monetarios. El comprador normalmente quiere que los precios de los productos sean bajos, aunque en algunos casos prefiere que sean muy similares, debido a que si son más bajos que los otros productos similares se puede poner en duda la calidad del producto, o tener la percepción de que las materias de que lo conforman son de menos calidad, o que no cumplen con los mínimos requisitos legales.

**Según Córdova (2008)** precio es el regulador entre la oferta y la demanda, a excepción de cuando existe protección (aranceles, impuesto). Al precio lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien.

El precio de venta depende de:

- Elasticidad precio de la demanda
- Concepto de mercadotecnia de la empresa
- Estructura de mercado en cuanto oferta y número de consumidores
- Fijación de precios oficiales
- Tipo y naturaleza del mercado
- Estructura de costos de operación
- Margen de rentabilidad esperado

### 2.2.8. Canales de Comercialización

**Según Morales C. Arturo (2009)** la comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación

del producto o servicios, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica de a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad.

**Según Baca U. Gabriel (2010)** es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. La comercialización no es la transformación de productos hasta las manos del consumidor esta actividad, debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir una buena comercialización de la que coloca el producto de un sitio y momento adecuado, para dar el consumidor la satisfacción que la espera con la compra.

### **2.2.9. Estudio Técnico**

**Según MORALES C. Arturo (2009)** los objetivos del análisis técnico – operativo de un proyecto son los siguientes: verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende. Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la operación optima requerida para realizar la producción, en resumen se pretende realizar las propuestas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.

En esta etapa se realizan aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (equipos, maquinarias, instalaciones, terrenos, edificios, etc.) que sean necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ello se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha el funcionamiento de la planta.

**Según Sapag. N. (2008)** el estudio de la utilidad técnica evalúa si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la

viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero; es decir, calcula los costos, las inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto.

### **2.2.10. Localización**

La localización adecuada de una empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o el fracaso de un negocio. Por ello la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales, con todos ellos sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximiza la rentabilidad el proyecto. La decisión de la localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible.

**Según Baca U. Gabriel (2010)** es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes de hecho, algunas expresar solo la toman una vez en su historia.

#### **2.2.10.1. Tamaño Óptimo del proyecto**

**Según Córdova (2008)** la importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculan y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación, de igual forma, la decisión que se tome el respecto del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por ventas. El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el proyecto de funcionamiento.

**Según Baca U. Gabriel (2010)** el tamaño del proyecto con su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

#### **2.2.10.2. Ingeniería del Proyecto**

**Según Córdova (2008)** es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleve a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.

También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, trabajo de laboratorio, empaques de productos, de obras de infraestructuras y de sistemas de distribución.

#### **2.2.11. Estudio Económico y Financiero**

**Según Baca U. Gabriel (2008)** el estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyecto, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidades de materia prima necesarias y cantidades de desechos del proceso, cantidades de mano de obra directa e indirecta , cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, etc. La esencia del estudio económico es el análisis de cientos de cifras monetarias que a su vez son la base para el cálculo de la rentabilidad de la inversión.

### **2.2.11.1. Inversión**

**Según Baca U. Gabriel (2008)** la inversión comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

**Según Ortega A.; (2008)** inversión total comprende los activos fijos, tangibles o diferidos, necesarios para iniciar las acciones de la empresa por excepción del capital de trabajo.

#### **2.2.11.1.1. Inversión Fija**

**Según Flórez A. (2012)** de acuerdo con las especificaciones obtenidas en el estudio técnico se deben los montos de inversión y los cronograma de realización de compra de maquinaria y equipos, las instalaciones donde va a funcionar el proyecto, los muebles y enseres, los vehículos, las licencias, franquicias, derechos de explotación del subsuelo, adecuación de los locales, registros de marcas y patentes, la constitución de la sociedad etc.

**Según Córdova (2008)** los activos tangibles están referidos al terreno, maquinarias, equipos, mobiliarios, vehículos herramientas etc.

#### **2.2.11.1.2. Inversión Diferida**

**Según Córdova (2008)** los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedades de la empresa, necesario para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencias técnicas, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa etc.

**Según Flórez A. (2012)** hace referencia al desembolso que realiza una empresa para la puesta en marcha del plan de negocio, tales como: estudio técnico, económico y jurídico, gastos de creación, montaje, ensayos y puesta en marcha, pago por uso de marcas y patentes y gastos para la capacitación y entrenamiento del local.

Las principales inversiones diferidas son:

- Estudio técnicos: estudio de suelos e ingeniería, selección de procesos asesorías y tributarias.
- Estudios jurídicos
- Estudios económicos y financieros: pre factibilidad y factibilidad.
- Gastos de organizaciones: ocasionados por la implementación de una estructura administrativa tanto para el período de instalación como para el de operación.

#### **2.2.11.2. Costos Variables**

**Según Sapag, N. (2011)** costos variables los que tienen variación directa y proporcional al volumen de la producción. A mayor producción mayor gasto, si la producción es cero, el gasto variable también es cero, con el inicio de la producción, los gastos variables también aparecen y se incrementa en forma correlativa con la producción.

#### **2.2.11.3. Costos Fijos**

**Según Sinisterra G. (2008)** los costos fijos son aquellos que permanecen constantes en un periodo, independientemente de que se presenten cambios en el nivel de producción.

**Según Baca U. Gabriel (2010)** costos variables los que tienen variación directa y proporcional al volumen de la producción. A mayor producción mayor gasto, si la producción es cero, el gasto variable también es cero, con el inicio de la producción, los gastos variables también aparecen y se incrementa en forma correlativa con la producción.

#### **2.2.11.4. Ingresos**

En sentido económico, los ingresos son los caudales que entran en poder de una persona o de una organización. Un sujeto puede recibir ingresos (dinero) por su actividad laboral, comercial o productiva: “Trabajo diez horas por día pero los ingresos no me alcanzan”, “La fuerte demanda nos permitió incrementar los ingresos de la compañía y aumentar los salarios”, “Me gustaría ahorrar para comprar un coche pero, con estos ingresos, es casi imposible”.

En el ámbito de la economía, el concepto de ingresos es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Entendemos por ingresos a todas las ganancias que *ingresan* al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencias un círculo de consumo-ganancia.

#### **2.2.11.5. Estado de Resultado**

**Según Ortega A.; (2008)** es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos, en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.

**Según Baca U. Gabriel (2010)** el estado de resultado en el informe financiero básico producto de todo sistema contable, se presenta conjuntamente en el estado de situación financiera, consiste en la presentación ordenada y de acuerdo con la cuenta, de los ingresos percibidos o ganados.

#### **2.2.11.6. Balance General**

**Según Baca U. Gabriel (2010)** el Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros. Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedades de los accionistas o propietarios directos de la empresa. Como se observa, un balance general en la práctica es un aspecto contable muy dinámico y, por ende, muy difícil de realizar adecuadamente.

**Según Flórez A. (2012)** balance general utilizado en las proyecciones de la información en el plan de negocios, es la convencional. En el modelo propuesto incluyen las cuentas de activos, sub divididas en activos corrientes y otros activos. Las del pasivo a su vez compuesta por el pasivo corriente y pasivo de largo plazo, y las del patrimonio.

Los rubros propuesto en el balance corresponden aquellas partidas que se pueden encontrar cuando están en presencia de un proyecto nuevo.

#### **2.2.11.7. Punto de Equilibrio**

**Según Baca U. Gabriel (2010)** el análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

**Según Morales, C. A. (2009)** es la cantidad de ingreso que igualan a la cantidad de costos y gastos en la que incurre normalmente una empresa. En el caso de los proyectos de inversión es la cantidad de ingresos provenientes de la venta de los productos y/o servicios. Además, es necesario calcular el punto de equilibrio de cada año con el fin de conocer si las ventas proyectadas alcanzar a cubrir los costos y gastos del proyecto de inversión.

**Según Córdova (2008)** en el análisis del punto de equilibrio se quiere resaltar su importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de los egresos de operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones, en relación con el manejo financiero.

El punto de equilibrio es un elemento más para el análisis y la planeación empresarial y sirve para respaldar la toma de decisiones en situaciones poco complejas y además permite captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos de los negocios.

#### **2.2.12. Evaluación Financiera**

**Según Baca U. Gabriel (2010)** la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y denominara el proceso de producción, así como todo los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años d operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

### **2.2.12.1. Valor actual neto (VAN)**

**Según Baca U. Gabriel (2010)** que el valor actual neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontado a la inversión inicial.

**Según Córdova (2008)** definiéndose como la diferencia entre los ingreso y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.

### **2.2.12.2. Tasa interna de retorno (TIR)**

**Según Baca U. Gabriel (2010)** es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

### **2.2.12.3. Relación Costo Beneficio**

**Según Baca U. Gabriel (2010)** se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés social. Tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, sino que se toman en cuentas criterios sociales.

**Según Córdova (2008)** la razón costo beneficio, también llamada índice de productividad es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendentes de productividad. Si la relación costo beneficio es mayor que 1 acepte el proyecto.

#### **2.2.12.4. Tiempo de Recuperación del Capital**

**Según Córdova (2008)** llamado también periodo de desembolso, se define como el número esperado de periodos que se requiere para que se recupere una inversión original.

El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto. La cantidad de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al periodo de recuperación.

## **2.3 Fundamentación legal**

### **2.3.1. Disposiciones generales**

**Art. 1° Objeto de la Ley .-** la presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria.

**Art 2° Definición de micro y pequeña empresa.-** La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

### **2.3.2. Marco institucional de las políticas de promoción y formalización**

**Art. 4° Política Estatal.-** El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacionales, Regionales y Locales y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las PYMES, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenido.

### 2.3.3. De los instrumentos de promoción de las pymes

**Art. 14° Rol del Estado.-** El Estado fomenta el desarrollo integral y facilita el acceso a los servicios empresariales y a los nuevos emprendimientos, con el fin de crear un entorno favorable a su competitividad, promoviendo la conformación de mercados de servicios financieros y no financieros, de calidad, descentralizado y pertinente a las necesidades y potencialidades de las MYPE.

#### 2.3.3.1. Trámites legales para abrir una empresa

Los emprendimientos siempre van a ser un reto, desde crearlos hasta mantenerlos a flote. Para llevarlos por buen camino hay que avanzar paso a paso, así que si te has propuesto fundar tu propia empresa ten en cuenta que hay una serie de trámites que debes realizar para que esté constituida legalmente. Los pasos para que cualquier empresa nueva pueda funcionar bajo las reglas que impone la Superintendencia de Compañías son:

- **Darle un nombre a la empresa.** Cuando ya lo hayas pensado dirígete a la Súper Intendencia de Compañía para reservarlo, o enterarte de que ya está ocupado. En caso de que no esté registrado por otra persona tienes un plazo de 30 días de reserva, si lo necesitas puedes ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo. Después tienes que acercarte a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio.
  
- **Escritura de la Constitución de la Compañía.** Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría;

➤ **Registro mercantil.** Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa, al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente;

➤ **Súper de compañías.** Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Súper Intendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro

Para la constitución de este tipo de empresa se debe cumplir con los requisitos de las siguientes entidades:

- Servicio de Rentas Internas.
- Crear el RUC de tu empresa como último paso.
- Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Cámara Provincial de Turismo (CAPTUR)
- Corporación Metropolitana de Turismo.
- Dirección de Higiene y Salud Municipal.
- Cuerpo de Bomberos.
- Dirección Metropolitana del Ambiente.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Asamblea Constituyente/Constitución de la República del Ecuador/Ecuador/2008/pag.151, 157, 158

## CAPÍTULO III

# METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1. Métodos de la Investigación

- **Deductivo.-** Actuó indirectamente en la recopilación de la información, es decir que si otros métodos no funcionan este procede como intermediario. El método deductivo va de lo general a lo particular.
- **Inductivo.-** Ayudó a razonar cada una de las decisiones que fuesen tomadas en la investigación de la empresa para luego ser estudiadas por separado y al final unificarlas para dar resultados obtenidos, es decir va de lo particular a lo general.
- **Analítico.-** Se analizó el objeto estudio, partiendo de sus partes para poder constituir el todo.

### 3.2. Tipos de Investigación

- **Investigación analítica.-** Es un procedimiento más complejo que la investigación descriptiva, y consiste fundamentalmente en establecer la comparación de variables entre grupos de estudio y de control. Además, se refiere a la proposición de hipótesis que el investigador trata de probar o invalidar.
- **Investigación de campo.-** Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales.

- **Investigación descriptiva.-** Esta clase de investigación nos ayudó a analizar el impacto socio-económico que generará el servicios de restaurante y cancha sintética en el cantón El Empalme.
- **Investigación bibliográfica.-** Es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema. ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo?

### **3.3. Técnicas e Instrumentos de la Investigación**

Se aplicó una encuesta a la población de El Empalme, sobre los servicios de restaurant y cancha sintética a ofrecer en el complejo turístico “La Finca” aplicando un cuestionario de preguntas de acuerdo a los objetivos del proyecto.

### **3.4. Fuentes de Información**

Se acudirá a fuentes primarias de información a través de trabajo de campo y fuentes secundarias a toda información documentada sobre el objetivo de esta investigación, entre otros, ministerios, instituciones, libros, revistas, internet entre otras.

#### **➤ Primarias**

Para la recolección de datos primarios se efectuó formularios de encuestas aplicados a la población que acuden a estos sitios de recreación, en el cantón El Empalme.

➤ **Secundarias**

Esta fuente facilitó la consulta y aprendizaje, mediante la recopilación de datos utilizando textos, tesis, folletos, revistas, libros, internet, que sustentan el trabajo de investigación.

### **3.5. Población y muestra**

En la investigación para la implementación del restaurante se consideró como universo objetivo al total de la población del cantón El Empalme, que es 74451 habitantes, según el último censo del INEC año, 2010.

### **3.6. Tamaño de la muestra**

Se aplicó la fórmula que a continuación se detalla.

n= tamaño de la muestra

Uo= Universo Objetivo (74.451 habitantes)

P= Probabilidad de que el evento ocurra (0.50)

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra (0.50)

Z= Nivel de confianza (1.96)

e= error de diseño (0.05)

$$n = \frac{U_0 P Q Z^2}{(U_0 - 1)(e)^2 + P Q Z^2}$$

$$n = \frac{74.451(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(74.451 - 1)(0,05)^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{74.451(0,50)(0,50)(3,8416)}{74.450(0,0025) + (0,50)(0,50)(3,8416)}$$

$$n = \frac{71.50274}{186.0854 + 0,9604}$$

$$n = \frac{71.50274}{187.0854} = \mathbf{382} \rightarrow \mathbf{Encuestas}$$

CAPÍTULO IV  
RESULTADOS Y DISCUSIÓN  
DE LA INVESTIGACIÓN

## 4.1. Estudio de Mercado

El propósito de la investigación fue conocer el nivel de aceptación del restaurant, identificar los gustos y preferencias, necesidades y requerimiento de los potenciales clientes, indicándoles la lista de los platos típicos que tendrá el negocio.

En el cantón el Empalme, el Centro Recreacional “La Finca” es donde va estar ubicado el establecimiento, donde se pondrá en práctica la actividad de servicios que ofrecerá el restaurant.

El Mercadeo Deportivo es un modo de dar forma a las metas y los objetivos de largo plazo de las organizaciones, determinando los principales programas de negocios necesarios para alcanzar dicho objetivo.

El mercadeo es la herramienta para lograr los resultados de una manera satisfactoria ya que nos da las bases para una correcta planeación y ejecución. Es importante entonces que las organizaciones y sus dirigentes analicen estos dos factores, tomen una nueva concepción gerencial donde la premisa sea la de comprender el cambiante entorno externo con el fin de adaptar la organización a esos nuevos retos y poder tomar decisiones acertadas que lo lleven al éxito.

Con este trabajo se realizó un estudio de mercadeo para la cancha sintética de fútbol sala ubicada en el centro recreacional “La Finca” del cantón El Empalme para lograr posicionarla en el mercado y poder obtener una buena rentabilidad.

El estudio se hizo mediante un análisis del sector externo e interno en las instalaciones del Centro recreacional “La Finca, por medio de observación directa, búsqueda bibliográfica y encuestas a usuarios de canchas sintéticas, con el objetivo de identificar los principales mercados, las perspectivas

del consumidor del servicio de alquiler de canchas sintéticas, establecer los competidores, los mecanismos de promoción y divulgación del servicio de alquiler de canchas sintéticas y tener un referente más preciso de la situación actual y así poder crear unas estrategias de mercadeo.

#### **4.1.1. Análisis del mercado**

##### **4.1.1.1. Características del mercado objetivo**

Nuestro mercado objetivo es toda la población del cantón El Empalme que tenga preferencias para degustar los diferentes platos típicos de la zona, que les guste practicar el fútbol y que habiten o visiten el cantón El Empalme; También tenemos como mercado secundario a las mujeres con edades comprendidas entre los 15 y 35 años, que les gusta practicar el fútbol y que habitan en el cantón.

##### **4.1.1.2. Necesidades que se van a satisfacer**

Debido a que en el cantón el Empalme no existe un lugar donde se elabore comida típica de la zona, teniendo una gran población insatisfecha por la falta de este servicio, se implementará un restaurante del producto antes mencionado en el centro recreacional “La Finca”.

En la actualidad debido a la falta de canchas de fútbol de césped sintético en el Cantón El Empalme, gran cantidad de personas de nuestro mercado objetivo se ven en la necesidad de utilizar canchas de tierra para jugar fútbol y de esta manera divertirse y entretenerse junto a familiares y amigos; lo mismo ocurre con niños y jóvenes que no cuentan con escuelas de fútbol cercanas a sus domicilios.

#### **4.1.1.3. Productos o servicios para satisfacer las necesidades**

Se brindará el servicio de alquiler de la cancha de fútbol de césped sintético para la práctica de este deporte, y el servicio de restaurant con una gran variedad de comida típica, también nuestras instalaciones estarán disponibles para: escuelas y colegios públicos y privados del sector que requiera organizar sus olimpiadas, ceremonias o campeonatos internos; empresas u organizaciones que realicen jornadas de integración o campeonatos internos entre sus trabajadores; y público en general que no cuentan con amplios lugares donde organizar eventos, tales como festejos de cumpleaños, aniversarios.

#### **4.1.1.4. Estrategia de marketing**

Como estrategia de penetración del mercado y para dar a conocer el escenario deportivo y el servicio del restaurant, se realizará publicidad a través de radios, afiches, hojas volantes y otros dando a conocer nuestros servicios, la dirección de la y los teléfonos y correo electrónico para contactos.

Después de los dos meses de anuncios publicitarios, la estrategia de comunicación se basará en el marketing denominado “boca a boca”, mediante el cual los clientes atendidos con un servicio de calidad recomienden nuestras instalaciones ya sea para la práctica del fútbol y servicios de restaurant de eventos a sus amigos, conocidos y familiares.

#### **4.1.1.5. Factores clave de éxito**

La calidad en la atención, hacer sentir a los clientes que son parte de la empresa, que nuestro principal objetivo es satisfacer sus necesidades, y que en el local puedan encontrar un lugar de esparcimiento y distracción de forma segura.

**4.1.1.6. Logotipo del proyecto cancha sintética**



Elaborado por: Lady Jasmín Sani Cuenca

**4.1.1.7. Slogan de cancha sintética**

*La alfombra mágica de tu deporte preferido.*

**4.1.1.8. Logotipo del proyecto restaurant de comida típica**



Elaborado por: Lady Jazmín Sani Cuenca

**4.1.1.9. Slogan de restaurant de comida típica.**

*Mil sabores en un solo lugar.*

## 4.2. Investigación de mercado

### 4.2.1. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del Cantón El Empalme sobre la apertura de una cancha sintética, en el centro recreacional La Finca.

**Cuadro No. 1** ¿Qué edad tiene usted?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
8 a 15 años	123	32%
15 a 20 años	97	25%
21 a 30 años	56	15%
31 a 40 años	45	12%
41 a 55 años	23	6%
Mayor a 56 años	38	10%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: La Autora

#### Interpretación

En el cuadro 1 establece que según la encuesta aplicada en el cantón El Empalme para conocer la edad de la población consumidora del servicio, el 32% de los encuestados oscilan entre 8-15 años de edad, el 25% entre 15-20 años de edad, el 15% de 21-30 años, el 12% de 31-40 años, 10% de 56 años mientras el 6% 41-55 años.

**Cuadro N.-2** ¿Cuál es su ocupación?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Estudiante	114	30%
Trabajador	155	41%
Estudia y trabaja	93	24%
Ninguna	20	5%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

Elaborado por: La Autora

#### Interpretación

En el cuadro 2, demuestra que el 41% de los encuestados son trabajadores, el 30% son estudiantes, el 24% estudia y trabaja a la vez, mientras que el 5% no realiza ninguna actividad.

### Cuadro N.- 3 Sexo

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Masculino	198	52%
Femenino	184	48%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
Elaborado por: La Autora

### Interpretación

El cuadro 3 indica que el 52% de los encuestados son del sexo masculino, mientras que el 48% son del sexo femenino.

### Cuadro N.- 4 ¿Cuál es su nivel socio económico?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Baja	164	43%
Media	187	49%
Media alta	24	6%
Alta	7	2%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
Elaborado por: La Autora

### Interpretación

En el cuadro 4 se consideró muy relevante consultar a la población el nivel socio económico del cantón El Empalme con el 49% clase media, 43% clase baja, el 6% clase media alta mientras que el 2% clase alta.

### Cuadro N.- 5 ¿Con qué frecuencia práctica el futbol?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
1 a 2 veces a la semana	67	18%
3 a 4 veces a la semana	177	46%
2 veces al mes	35	9%
1 vez al mes	69	18%
Casi nunca	34	9%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
Elaborado por: La Autora

### Interpretación

En el cuadro 5 se las encuestas realizadas a la población se consideró muy relevante conocer si la frecuencia con la que juegan futbol con el 46% de 3 a 4 veces a la semana, el 18% 1 a 2 veces a la semana, el 18% una vez al mes, el 9% 2 veces al mes mientras que el 9% casi nunca practican futbol.

### Cuadro N.- 6 ¿En qué horarios prefiere jugar?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Matutino	48	13%
Vespertino	156	41%
Nocturno	178	47%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
Elaborado por: La Autora

### Interpretación

En el cuadro 6 de las encuestas realizadas en el cantón El Empalme se consideró muy importante conocer el horario en que la población prefiere jugar futbol con el 47% prefieren un horario nocturno por distraerse de su jornada de trabajo cotidiano, el 41% vespertino mientras que 13% matutino.

**Cuadro N.- 7** ¿Las canchas en las que usted práctica el futbol están elaboradas de?

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Cemento	98	26%
Asfalto	28	7%
Arcilla	35	9%
Césped	221	58%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
**Elaborado por:** La Autora

### **Interpretación**

En el cuadro 7 de las encuestas realizadas en el cantón El Empalme se consideró muy importante conocer cuál es el material del que está elaborado las canchas con el 58% canchas de césped, 26% canchas de cementos, el 9% de arcilla mientras que el 7% elaboradas de asfalto.

**Cuadro N.- 8** ¿Estaría de acuerdo usted con la implementación de una nueva cancha de futbol sintética en el centro recreacional “La Finca” del cantón El Empalme?

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	276	72%
No	106	28%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
**Elaborado por:** La Autora

### **Interpretación**

En el grafico 8 de las encuestas realizas se consideró muy relevante si a la población del cantón le gustaría que hubiera una cancha sintética en el centro recreacional “La Finca” con el 72% que sí mientras que el 28% que no.

**Cuadro N.- 9** ¿Cuál es el costo que usted estaría dispuesto a cancelar?

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
\$ 15 a 20	105	27%
\$ 25 a 30	228	60%
\$ 30 en adelante	49	13%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

**Elaborado por:** La Autora

**Interpretación**

En el cuadro 9 de las encuestas realizada en el cantón El Empalme se consideró relevante saber el costo que estaría dispuesto a cancelar por el servicio de cancha sintética con el el 60% un gasto de \$ 25,00 a \$ 30,00, 27% consideran un gasto de \$ 15,00 a 20,00 , mientras que el 13% de \$ 30,00 en adelante.

**Cuadro N.- 10** ¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para practicar este deporte?

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Precios económicos	123	32%
Buenas instalaciones	37	10%
Seguridad	67	18%
Excelente Ubicación	56	15%
Servicios Adicionales	44	12%
Buena Atención	55	14%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

**Elaborado por:** La Autora

**Interpretación**

En el cuadro 10 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer cuáles son los factores muy importante al momento de escoger un lugar para hacer deporte con el 32% precios cómodos, el 18% buenas instalaciones, el 18% seguridad, el 15% excelente ubicación, el 12% servicios adicionales mientras que el 14% buena atención.

**4.2.2. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón El Empalme sobre la apertura de un restaurante.**

**Cuadro N.- 11 ¿Qué ocupación tiene usted?**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Estudiante	133	35%
Empleado	113	30%
Independiente	112	29%
Otro	24	6%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
**Elaborado por:** La Autora

**Interpretación**

En el grafico 11 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer la ocupación de la población que asistiría al centro recreacional “La Finca” comodidad, el 35% estudiantes, el 30% empleado, el 29% independiente mientras que el 6% realizan otras actividad.

**Cuadro N.- 12 Marque con una x su sexo**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>porcentaje</b>
Femenino	185	48%
Masculino	197	52%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
**Elaborado por:** La Autora

**Interpretación**

En el cuadro 12 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer el género que asistirá al centro recreacional “La Finca” para acceder del servicio con el 52% sexo masculino mientras que el 48% sexo femenino.

**Cuadro N.- 13** ¿Le gustaría a usted, que existiera un restaurantes de comidas típicas dentro del centro turístico “La Finca”?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
si	256	67%
No	126	33%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
**Elaborado por:** La Autora

**Interpretación**

En el cuadro 13 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer si les gustaría que se implemente un restaurante de comida típica en el centro recreacional la Finca con el 67% indican que sí mientras que el 33% no.

**Cuadro N.- 14** ¿Qué preferiría usted que le ofrezca el restaurant de comida típica del centro turístico “La Finca”?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Precio	63	16%
Servicio	72	19%
Ubicación	45	12%
Presentación	53	14%
Gastronomía	23	6%
No opinaron	126	33%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme  
**Elaborado por:** La Autora

**Interpretación**

En el cuadro 14 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer que le gustaría que ofreciera el restaurante de comida típica con el 16% buen precio, el 19% excelente servicio, el 12% ubicación, el 14% presentación, el 6% buena gastronomía mientras un 33% no opinaron.

### **Cuadro N.- 15 ¿Cuál es su nivel socio económico?**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
baja	65	17%
media	71	19%
media alta	56	15%
alta	64	17%
No opinaron	126	33%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

**Elaborado por:** La Autora

### **Interpretación**

En el cuadro 15 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer el nivel socio económico con el 19% clase media, el 17% clase baja y el 15% clase media alta mientras que el 17% clase alta y con un 33% no opinaron.

### **Cuadro N.- 16 ¿Con qué frecuencia usted consume comidas típicas?**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
diario	32	8%
semanal	61	16%
quincenal	76	20%
mensual	42	11%
paseos	18	5%
ocasional	27	7%
No opinaron	126	33%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

**Elaborado por:** La Autora

### **Interpretación**

En el cuadro 16 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer la frecuencia de consumo del producto con el 16% semanal, el 20% quincenal, el 11% mensual, 5% paseos, 8% diario, el 7% ocasional y mientras el 33% no opinó.

### Cuadro N.- 17 ¿Qué plato típico consume con mayor frecuencia?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
fritada	77	20%
hornado	18	5%
locro	9	2%
seco chivo	12	3%
seco de gallina	21	5%
cebiche	33	9%
encocados	13	3%
encebollado	55	14%
guatita	18	5%
No opinaron	126	33%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

**Elaborado por:** La Autora

### Interpretación

En el cuadro 17 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer cuál es el plato típico con mayor frecuencia de consumo con el 20% fritada, el 14% encebollado, el 9% ceviche, el 5% seco de gallina, el 3% en cocados, el 5% con un porcentaje horneado, locro y guatita con un 5%, el 3% seco de chivo, mientras que el 33% no opinó,

### Cuadro N.- 18 ¿Con qué bebida acompaña por lo general un plato típico del Ecuador?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
jugo	67	18%
chicha	16	4%
cola	45	12%
cerveza	91	24%
agua	37	10%
No opinaron	126	33%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

**Elaborado por:** La Autora

## Interpretación

En el cuadro 18 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer el tipo de bebida que suele consumir con el 18% jugos, el 24% cervezas, el 12% colas, el 4% chicha, el 10% agua mientras un 33% no opinaron.

### Cuadro N.- 19 ¿Cuál es el precio que usted ha pagado por un plato típico?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
\$2 a \$4	92	24%
\$4 a \$8	69	18%
\$8 a \$10	43	11%
\$10 en adelante	52	14%
No opinaron	126	33%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

**Elaborado por:** La Autora

## Interpretación

En el cuadro 19 de acuerdo al resultado no dijeron que el 24% \$2 a \$4, el 18% \$4 a \$8, el 11% de \$8 a \$10, el 14% de \$10 en adelante mientras un 33% no opinó.

### Cuadro N.- 20 ¿Con quién suele ir acompañado a los centros turísticos?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
entre amigos	76	20%
familiares	87	23%
otros	93	24%
No opinaron	126	33%
Total	382	100%

**Fuente:** Encuestas dirigida en el Cantón El Empalme

**Elaborado por:** La Autora

## Interpretación

En el cuadro 20 de las encuestas realizadas a la población del cantón El Empalme, se consideró muy relevante conocer si suelen ir acompañado a los

sitios turísticos con el 24% con familiares, 20% entre amigos, el 24% asisten con otras personas mientras el 33% no opinó.

#### **4.2.2.1. Análisis de la demanda**

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

A la demanda podemos definirla como la actitud que asume el comprador en el mercado, para la adquisición de bienes o servicio de acuerdo con sus gustos y necesidades, limitado por los ingresos que posee o espera tener en determinada época. La cantidad demandada y el precio varían inversamente, o sea a mayor precio menor demanda y a menor precio mayor demanda, ley de la demanda.

##### **4.2.2.1.1. Demanda Actual**

Debido a la influencia de ciertos factores, tolera desplazamientos positivos y negativos, es expresar cambios en su comportamiento.

También se ha tomado los datos de la encuesta, como es el de las personas que si consumen o gustarían comida típica del Ecuador y representan el 52% de las personas que respondieron que si comen este tipo de comida, y el 48% en el hábito de realizar deporte en canchas sintéticas.

**Cuadro N.- 21** Demanda actual del servicio

<b>Cantón</b> <b>El Empalme</b>	<b>Mercado</b> <b>Meta</b>	<b>Población</b> <b>Consumidores</b>	<b>Frecuencia</b> <b>de Consumo</b> <b>semanal</b>	<b>Demanda por</b> <b>número de servicio</b>
Restaurante	74.451	38.715	3	116144
<b>Cancha S.</b>		35.861	3	107584
<b>TOTAL</b>	<b>74.451</b>			<b>223727</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado** por: La Autora

### **Análisis**

Según datos obtenidos de la encuesta se determinó que la frecuencia de consumo de los servicios a brindar es en un promedio de tres veces por semana.

#### **4.2.2.1.2. Demanda futura proyectada**

La demanda futura se determina mediante cálculos de proyecciones basados en los datos de la demanda actual. Para realizar los cálculos de las proyecciones, se tomaron en cuenta las mismas consideraciones tomadas en la demanda actual.

**Cuadro N.- 22** Demanda proyectada del servicio

<b>Años</b>	<b>Producto</b>		<b>Total</b>
	<b>Restaurant de</b> <b>Comida Típica</b>	<b>Cancha</b> <b>Sintética</b>	
2014	39582	36665	76246
2015	40468	37486	77954
2016	41375	38325	79700
2017	42302	39184	81486

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado** por: La Autora

## Análisis

La proyección de la demanda fue realizada en base a la tasa de crecimiento poblacional, que según datos del INEC es del 2,24% anual para el cantón El Empalme provincia del Guayas, lo que significaría que en ese porcentaje se va a incrementar la demanda en el mercado.

### 4.2.2.2. Oferta actual

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado

**Cuadro N.- 23** Oferta actual del servicio

<b>Producto</b>	<b>Número de Productos ofertados Anuales</b>
Restaurant de Comida Típica	23000
Cancha Sintética	18000
<b>Total</b>	<b>41000</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado** por: La Autora

## Análisis

Realizada la encuesta se determina la oferta de diferentes restaurantes y servicios de canchas sintéticas para saber el número de servicios ofertados anuales.

#### 4.2.2.2.1. Oferta futura proyectada

Se determina al igual que la demanda futura con las proyecciones de los 4 años y el incremento se estima de igual manera del 2,24% de incremento anual de la población.

**Cuadro N.- 24** Oferta proyecto del servicio

Años	Producto		Total
	Restaurant de comida Típica	Cancha Sintética	
2014	23515	18403	41918
2015	24042	18815	42857
2016	24580	19237	43817
2017	25131	19668	44799

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Lady Jasmín Sani Cuenca

#### Análisis

Para el cálculo de la Oferta Proyectada se ha tomado la tasa de crecimiento poblacional que según datos del INEC es del 2,24% anual, es decir que la oferta reacciona en la misma proporción que la demanda.

#### 4.2.2.3. Demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha representa los clientes que desean comidas típicas y el servicio de cancha sintética en el centro recreacional “La Finca” en la y que actualmente la competencia no le ha captado y que el presente proyecto busca satisfacer.

La demanda potencial insatisfecha se obtiene de la resta de la demanda menos la oferta.

**Cuadro N.- 25** Demanda insatisfecha de Restaurant de comida típica y cancha sintética.

<b>Años</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Oferta Proyectada</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2014	76246	41918	34328
2015	77954	42857	35097
2016	79700	43817	35883
2017	81486	44799	36687

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado** por: Lady Jasmin Sani Cuenca

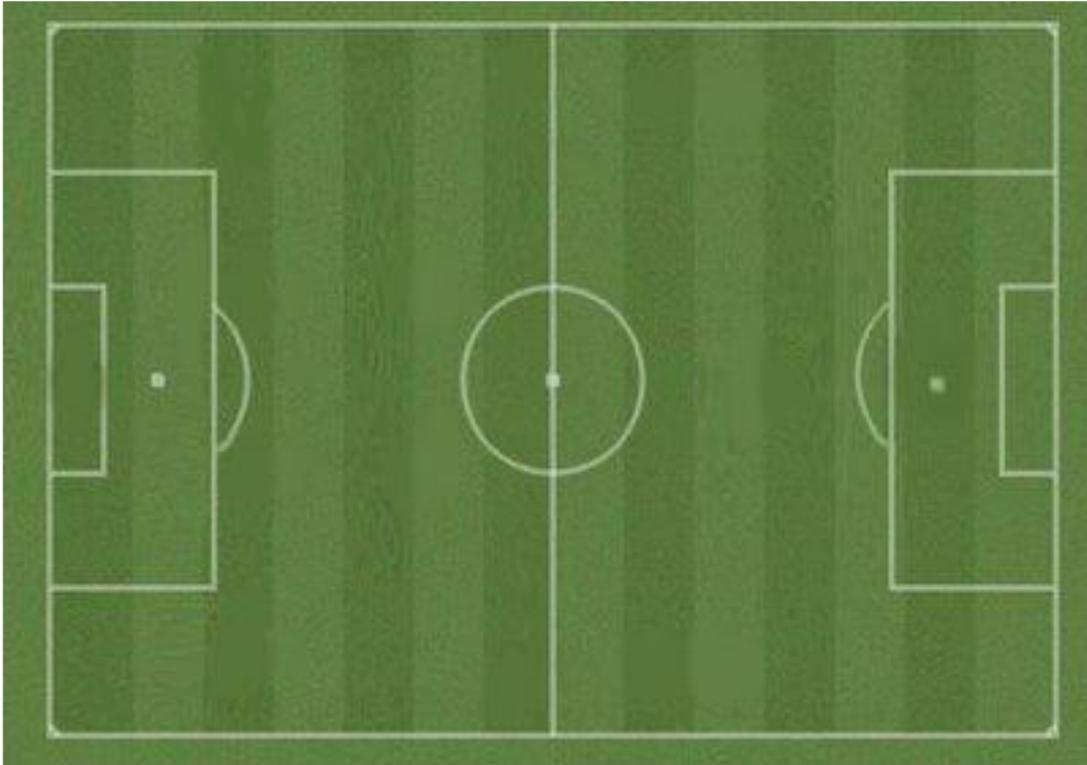
### **Análisis**

Dado que la demanda será mayor que la oferta se puede concluir que el proyecto ve a ser conveniente en los siguientes años analizados desde el punto de vista del mercado

### 4.3. Estudio técnico del proyecto

#### 4.3.1. Obra física de la Cancha

##### Cancha de césped sintético



**Elaborado** por: Lady Jasmín Sani Cuenca

Para llevar a cabo el proyecto se cuenta con el complejo turístico la finca el mismo que está en pleno funcionamiento, y cuenta con piscinas, toboganes y otras áreas recreativas.

##### 4.3.1.1. Campo de juego

La orientación del campo es muy importante y este se marcará con líneas visibles, la línea más larga se llama líneas de bandas y las más cortas se llaman líneas de meta. Deberá marcarse también una línea media a lo ancho del terreno que se llamará línea central. El centro del campo estará visiblemente marcado con un

punto, alrededor del cual se trazará una circunferencia de radio y en cada esquina del campo se colocará una banderola.

#### **4.3.1.2. Área de meta**

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

#### **4.3.1.3. Área penal**

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

#### **4.3.1.4. Área de esquina**

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

#### **4.3.1.5. Los marcos**

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

#### **4.3.1.6. Redes**

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

#### **4.3.2. Requerimientos de equipos y herramientas**

Dentro del proceso productivo del restaurante de comidas típicas, denominado “La Finca Restaurant”, en la ciudad de El Empalme, se requieren los siguientes equipos y herramientas para su funcionamiento:

- 2 Cocina Industrial de 4 quemadores
- 1 Lavadora de plato de 3 servicios
- 1 Lavado de plato de 1 servicios
- 1 Horno Industrial
- 1 Freidora
- 1 Congelador
- 1 Refrigerador
- 2 Mesa de acero inoxidable
- 2 Estantería
- 1 Porta Platos
- 1 Parrilla
- 1 Plancha
- 2 Ollas grandes
- 2 Ollas Medianas
- Ollas Pequeñas
- 2 Ollas de Presión
- Cucharones
- Cucharetas
- Espátulas

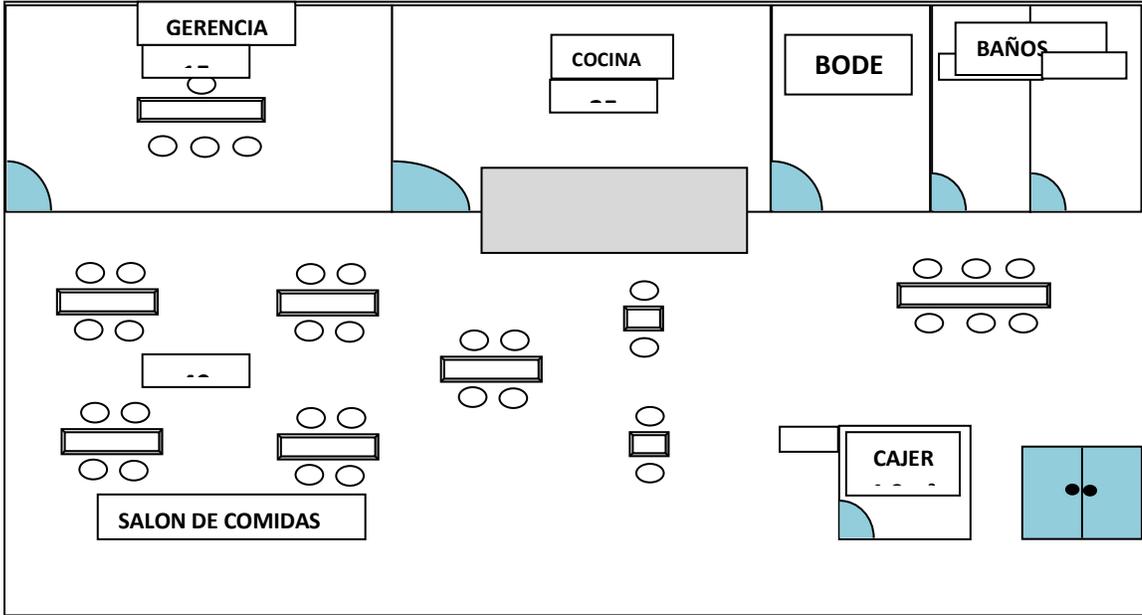
- 70 Platos bases
- 70 Plato sopero
- 70 Vasos
- 70 Juegos de Cubiertos
- 70 Tasas
- 10 Mesas con 4 sillas
- 8 Mesas con 2 sillas
- 3 Escobas
- 3 Trapeador
- 3 Baldes
- 3 Desinfectantes
- 3 Lava Vajilla Axion
- 3 Tips para la Cocina
- 3 Basureros Grandes
- Mesas con 6 sillas

#### **4.3.2.1. Descripción del ambiente físico**

El restaurante distribuirá adecuadamente su espacio físico disponible para facilitar las condiciones de trabajo que permitan minimizar económicamente sus operaciones así como también mantener un adecuado sistema de seguridad y bienestar de sus trabajadores.

El área del local tendrá un espacio de 101m<sup>2</sup> los mismos que será distribuidos de las siguiente forma: Se dispondrá de 15 m<sup>2</sup> para gerencia; 25 m<sup>2</sup> para cocina; 8 m<sup>2</sup> donde funcionará bodega; baños 5 m<sup>2</sup>; cajera 8 m<sup>2</sup>; y para el salón de comidas se utilizará un espacio de 40 m<sup>2</sup>.

**Distribución de la planta**



**Diseño de la cocina**



#### 4.4. Estudio económico

**Cuadro N.- 26 Detalle de activos**

<b>DETALLE DE ACTIVOS</b>			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES DEL RESTAURANT</b>			
2	escritorios	\$ 165,00	\$ 330,00
2	sofá	\$ 145,00	\$ 290,00
1	silla ejecutiva	\$ 135,00	\$ 135,00
1	sillas tripersonales	\$ 140,00	\$ 140,00
<b>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 895,00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
1	Sumadora	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Teléfono	\$ 75,00	\$ 75,00
1	Telefax	\$ 145,00	\$ 145,00
2	Televisor	\$ 850,00	\$ 1.700,00
1	Copiadora	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 3.100,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>			
1	Computadora de Escritorio	\$ 720,00	\$ 720,00
1	Impresora Laser	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO</b>			<b>\$ 900,00</b>
<b>MAQUINAS Y EQUIPOS</b>			
2	Cocina Industrial de 4 quemadores	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
1	Lavadora de plato de 3 servicios	\$ 380,00	\$ 380,00
1	Lavado de plato de 1 servicios	\$ 160,00	\$ 160,00
1	Horno Industrial	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
1	Freidora	\$ 340,00	\$ 340,00
1	Congelador	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
1	Refrigerador	\$ 650,00	\$ 650,00
2	Mesa de acero inoxidable	\$ 800,00	\$ 1.600,00
2	Estantería	\$ 120,00	\$ 240,00
1	Porta Platos	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Parrilla	\$ 70,00	\$ 70,00
1	Plancha	\$ 80,00	\$ 80,00
2	Ollas grandes	\$ 40,00	\$ 80,00
2	Ollas Medianas	\$ 30,00	\$ 60,00
4	Ollas Pequeñas	\$ 25,00	\$ 100,00
2	Ollas de Presión	\$ 105,00	\$ 210,00
4	Cucharones	\$ 25,00	\$ 100,00
5	Cucharetas	\$ 25,00	\$ 125,00
4	Espátulas	\$ 9,00	\$ 36,00
70	Platos bases	\$ 18,00	\$ 1.260,00
70	Plato sopero	\$ 22,00	\$ 1.540,00
70	Vasos	\$ 3,00	\$ 210,00
70	Juegos de Cubiertos	\$ 17,00	\$ 1.190,00
70	Tasas	\$ 7,00	\$ 490,00
10	Mesas con 4 sillas	\$ 27,00	\$ 270,00
8	Mesas con 2 sillas	\$ 35,00	\$ 280,00
3	Escobas	\$ 2,00	\$ 6,00
3	Trapeador	\$ 2,50	\$ 7,50
3	Baldes	\$ 2,00	\$ 6,00
3	Desinfectantes	\$ 5,50	\$ 16,50
3	Lava Vajilla Axion	\$ 5,00	\$ 15,00
3	Tips para la Cocina	\$ 0,60	\$ 1,80
3	Basureros Grandes	\$ 10,00	\$ 30,00
4	Mesas con 6 sillas	\$ 100,00	\$ 400,00
<b>TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS</b>			<b>\$ 15.583,80</b>
<b>CANCHA SINTETICA</b>			
1	CESPED SINTETICO	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
1	CERRAMIENTO DE LA CANCHA	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
1	IMPLEMENTOS DE LA CANCHA	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	PISO DE CEMENTO	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
<b>TOTAL DE CANCHA SINTETICA</b>			<b>\$ 29.100,00</b>
<b>GASTOS DIFERIDOS</b>			
1	Gastos de constitución legal	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00
1	Patente Municipal	\$ 114,00	\$ 114,00
1	Permiso del Cuerpo de Bombero	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Diseño y elaboración de proyecto	\$ 975,00	\$ 975,00
<b>TOTAL DE GASTOS DIFERIDOS</b>			<b>\$ 2.219,00</b>
<b>Adecuación del local</b>			
1	PINTURA DE PAREDES	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Mano de obra	\$ 300,00	\$ 300,00
1	CONEXIONES ELECTRICAS	\$ 400,00	\$ 400,00
<b>TOTAL DE ADECUACION DEL LOCAL</b>			<b>\$ 1.150,00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>			<b>\$ 52.947,80</b>

**Cuadro N.- 27** Inversión del proyecto

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	\$ 900,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	\$ 895,00
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>	\$ 15.583,80
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	\$ 3.100,00
<b>CANCHA SINTETICA</b>	\$ 29.100,00
<b>GASTOS DIFERIDOS</b>	\$ 2.219,00
<b>ADECUACION DEL LOCAL</b>	\$ 1.150,00
<b>CAJA BANCO</b>	\$ 5.000,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	\$ 57.947,80

**Cuadro N.- 28** Depreciación

<b>DEPRECIACIÓN</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR DE ACTIVO</b>	<b>PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>\$ 895,00</b>	10%	\$ 7,46	\$ 89,50
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>\$ 3.100,00</b>	10%	\$ 25,83	\$ 10,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	<b>\$ 900,00</b>	33,33%	\$ 25,00	\$ 299,97
<b>MAQUINAS Y EQUIPOS</b>	<b>\$ 15.583,80</b>	10%	\$ 129,87	\$ 1.558,38
<b>CANCHA SINTÉTICA</b>	<b>\$ 29.100,00</b>	10%	\$ 242,50	\$ 2.910,00
<b>TOTAL DE DEPRECIACIÓN</b>			<b>\$ 188,15</b>	<b>\$ 2.257,85</b>

**Cuadro N.- 29** Financiamiento del proyecto

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>	100%	\$ 57.947,80
<b>FINANCIADO</b>	30%	\$ 17.384,34
<b>APORTES PROPIOS</b>	70%	\$ 40.563,46

### Tasa del Banco Nacional de Fomento

TASA	
TASA ANUAL DE INTERES PRESTAMO	11,00%

Importe	VP=	17.039,34
Cantidad de Cuotas	n =	60
tasa de interés anual	i =	11,00%
periodos en el año	m =	12
Interés Mensual		0,0100
Cuota de Pago o Anualidad	C/P =	\$283,99

### Cuadro N.- 30 Tabla de amortización

#### Tabla de Amortización del Banco Nacional de Fomento

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
0				\$ 17.384,34
1	\$ 3.476,87	\$ 1.736,99	\$ 5.213,85	\$ 13.907,47
2	\$ 3.476,87	\$ 1.354,53	\$ 4.831,40	\$ 10.430,60
3	\$ 3.476,87	\$ 972,07	\$ 4.448,94	\$ 6.953,74
4	\$ 3.476,87	\$ 589,62	\$ 4.066,49	\$ 3.476,87
5	\$ 3.476,87	\$ 207,16	\$ 3.684,03	\$ -

<b>VENTAS RESTAURANTE</b>	<b>\$ 174.394,36</b>
<b>VENTAS CANCHA SINTÉTICA</b>	<b>\$ 45.000,00</b>
<b>AÑO 1</b>	
<b>DATOS</b>	
<b>VENTAS</b>	<b>\$ 219.394,36</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 63.111,85</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 118.588,17</b>

**Cuadro N.- 31** Proyecciones de años y punto de equilibrio

$$\begin{aligned}
 \text{PE} &= \frac{\text{CF}}{1 - \text{CV}} = \frac{63111,85}{0,45947} \\
 \text{PE} &= 137356,48
 \end{aligned}$$

<b>VENTAS RESTAURANTE</b>	<b>\$ 183.114,08</b>
<b>VENTAS CANCHA SINTÉTICA</b>	<b>\$ 47.250,00</b>
<b>AÑO 2</b>	
<b>DATOS</b>	
<b>VENTAS</b>	<b>\$ 230.364,08</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 66.154,55</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 124.517,57</b>

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{66154,55}{0,45947}$$

$$PE = 143.978,60$$

Ventas Cancha Sintética \$ 47.250,00

### AÑO 3

#### DATOS

VENTAS \$ 241.882,28

COSTOS FIJOS \$ 69.349,39

COSTOS VARIABLES \$ 130.743,45

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{69349,39}{0,45947}$$

$$PE = 150.931,83$$

VENTAS RESTAURANTE \$ 192.269,78

VENTAS CANCHA SINTÉTICA \$ 49.612,50

### AÑO 4

#### DATOS

VENTAS \$ 253.976,40

COSTOS FIJOS \$ 72.403,99

COSTOS VARIABLES \$ 137.280,62

$$\begin{array}{rcl}
 \text{PE=} & \text{CF} & = \quad 72.403,99 \\
 & 1- \text{CV} & \quad \quad 0,46 \\
 \hline
 \text{PE=} & & = \quad 157.579,87
 \end{array}$$

<b>VENTAS RESTAURANTE</b>	\$ 201.883,27
<b>VENTAS CANCHA SINTÉTICA</b>	\$ 52.093,13

**AÑO 5**

**DATOS**

<b>VENTAS</b>	\$ 266.675,22
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 75.926,30
<b>COSTOS VARIABLES</b>	\$ 144.144,66

$$\begin{array}{rcl}
 \text{PE=} & \text{CF} & = \quad 75926,30 \\
 & 1- \text{CV} & \quad \quad 0,45947 \\
 \hline
 \text{PE=} & & = \quad 165.245,81
 \end{array}$$

**Cuadro N.- 32 Detalles de Gastos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1	GERENTE	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04
1	SECRETARIA /CONTADOR	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
1	JEFE DE COCINA	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43
1	AYUDANTE DE COCINA	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
1	MESERO	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
1	CHOFER DE MOTO	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
1	GUARDIA	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13

1	CONSERJE	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
	APORTE PATRONAL	\$ 4.014,00	\$ 4.214,70	\$ 4.425,44	\$ 4.646,71	\$ 4.879,04
	DÉCIMO CUARTO	\$ 2.720,00	\$ 2.856,00	\$ 2.998,80	\$ 3.148,74	\$ 3.306,18
	DÉCIMO TERCERO	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		45.734,00	\$ 45.734,00	\$ 48.020,70	\$ 50.421,74	\$ 52.942,82

### Cuadro N.- 33 Gastos Generales

<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
AGUA	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
ENERGIA ELECTRICA	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
TELEFONO	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
UTILES DE OFICINA	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
MATERIALES DE LIMPIEZA	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
RENTA DE ESPACIO FISICO	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	89,50	89,50	89,50	89,50	89,50
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	299,97	299,97	299,97	-	-
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1.558,38	1.558,38	1.558,38	1.558,38	1.558,38
<b>TOTAL DE GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 14.977,85</b>	<b>\$ 15.613,85</b>	<b>\$ 16.281,65</b>	<b>\$ 16.682,87</b>	<b>\$ 17.419,12</b>

### Cuadro N.- 34 Gastos de Ventas

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
TRANSPORTE	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
PUBLICIDAD	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 2.520,00</b>	<b>\$ 2.646,00</b>	<b>\$ 2.778,30</b>	<b>\$ 2.917,22</b>
<b>TOTAL GASTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 3.111,85</b>	<b>\$ 6.154,55</b>	<b>\$ 9.349,39</b>	<b>\$ 72.403,99</b>	<b>\$ 5.926,30</b>
<b>GASTOS DE FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ 0.854,00</b>	<b>\$ 3.896,70</b>	<b>\$ 7.091,54</b>	<b>\$ 70.446,11</b>	<b>\$ 3.968,42</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 2.720,00</b>	<b>\$ 3.356,00</b>	<b>\$ 4.023,80</b>	<b>\$ 14.724,99</b>	<b>\$ 5.461,24</b>

<b>DEPRECIACIONES</b>	\$ 2.257,85	\$ 2.257,85	\$ 2.257,85	\$ 1.957,88	\$ 1.957,88
<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	\$ 2.257,85	\$ 4.515,70	\$ 6.773,55	\$ 8.731,43	\$ 0.689,31

<b>DETALLE DE COSTO DE VENTA</b>									
DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MED.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Comidas Típicas	5813	platos	1,70	9.882,35	118.588,17	124.517,57	130.743,45	137.280,62	144.144,66
Alquiler Cancha	150	Horas Cancha	3,00	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
					<b>\$118.588,17</b>	<b>\$124.517,57</b>	<b>\$130.743,45</b>	<b>\$137.280,62</b>	<b>\$144.144,66</b>

**PRESUPUESTO DE VENTAS**

**Cuadro N.- 35** Detalle de Costos de Ventas

**Cuadro N.- 36** Presupuestos de Ventas

INGRESO DE VENTAS	CANTIDAD	UNID. MED.	PVP	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Comidas típicas	5813	platos	2,50	14.532,86	174.394,36	183.114,08	192.269,78	201.883,27	211.977,44
Alquiler Cancha	150	Horas Cancha	25,00	3.750,00	45.000,00	47.250,00	49.612,50	52.093,13	54.697,78
TOTAL DE INGRESOS				14.532,86	219.394,36	230.364,08	241.882,28	253.976,40	266.675,22

### Cuadro N.- 37 Flujo de Caja Proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS		219.394,36	\$ 230.364,08	241.882,28	253.976,40	266.675,22
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		219.394,36	\$ 230.364,08	241.882,28	253.976,40	266.675,22
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
INVERSIÓN INICIAL	\$ 57.947,80					
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		\$ 45.734,00	\$ 48.020,70	\$ 50.421,74	\$ 52.942,82	\$ 55.589,96
GASTO DE VENTAS		\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.646,00	\$ 2.778,30	\$ 2.917,22
GASTOS GENERALES		\$ 12.720,00	\$ 13.356,00	\$ 14.023,80	\$ 14.724,99	\$ 15.461,24
COSTOS DE VENTAS		\$ 18.588,17	\$ 124.517,57	\$ 30.743,45	\$ 37.280,62	\$ 44.144,66
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS		\$ 5.393,60	\$ 5.750,61	\$ 6.122,61	\$ 6.555,32	\$ 6.959,56
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA		\$ 7.640,94	\$ 8.146,70	\$ 8.673,69	\$ 9.286,71	\$ 9.859,38
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	\$ 57.947,80	\$ 92.476,71	\$ 202.311,59	\$212.631,28	223.568,77	234.932,02
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	\$ 57.947,80)	\$ 26.917,65	\$ 28.052,49	\$ 29.251,00	\$ 30.407,63	\$ 31.743,19
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 17.384,34					
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	\$ 17.384,34					
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>						

<b>INVERSIONES</b>						
PAGO DE CAPITAL		\$ 3.476,87	\$ 3.476,87	\$ 3.476,87	\$ 3.476,87	\$ 3.476,87
PAGO DE INTERESES		\$ 1.736,99	\$ 1.354,53	\$ 972,07	\$ 589,62	\$ 207,16
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	\$ -	\$ 5.213,85	\$ 4.831,40	\$ 4.448,94	\$ 4.066,49	\$ 3.684,03
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	\$ 17.384,34	\$ 5.213,85)	\$ (4.831,40)	\$ (4.448,94)	\$ 4.066,49)	\$ 3.684,03)
<b>FLUJO NETO</b>	\$(40.563,46)	\$ 21.703,80	\$ 23.221,09	\$ 24.802,06	\$ 26.341,14	\$ 28.059,16
<b>SALDO INICIAL</b>	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 26.703,80	\$ 49.924,89	\$ 74.726,95	\$ 01.068,09
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	\$ 5.000,00	\$ 26.703,80	\$ 49.924,89	\$ 74.726,95	101.068,09	129.127,25

### Cuadro N.- 38 Estado de Resultado

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 219.394,36	\$ 230.364,08	\$ 241.882,28	\$ 253.976,40	\$ 266.675,22
(-)COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 118.588,17	\$ 124.517,57	\$ 130.743,45	\$ 137.280,62	\$ 144.144,66
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 100.806,20	\$ 105.846,51	\$ 111.138,83	\$ 116.695,77	\$ 122.530,56
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 45.734,00	\$ 48.020,70	\$ 50.421,74	\$ 52.942,82	\$ 55.589,96
(-)GASTOS GENERALES	\$ 14.977,85	\$ 15.613,85	\$ 16.281,65	\$ 16.682,87	\$ 17.419,12
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.646,00	\$ 2.778,30	\$ 2.917,22
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ 37.694,35	\$ 39.691,96	\$ 41.789,45	\$ 44.291,78	\$ 46.604,26
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.736,99	\$ 1.354,53	\$ 972,07	\$ 589,62	\$ 207,16
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. DE TRAB.</b>	\$ 35.957,36	\$ 38.337,43	\$ 40.817,37	\$ 43.702,16	\$ 46.397,10
PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS	\$ 5.393,60	\$ 5.750,61	\$ 6.122,61	\$ 6.555,32	\$ 6.959,56
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	\$ 30.563,76	\$ 32.586,81	\$ 34.694,77	\$ 37.146,84	\$ 39.437,53
IMPUESTO	\$ 7.640,94	\$ 8.146,70	\$ 8.673,69	\$ 9.286,71	\$ 9.859,38
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 22.922,82	\$ 24.440,11	\$ 26.021,07	\$ 27.860,13	\$ 29.578,15

### Cuadro N.- 39 Índice Financiero

ÍNDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCIÓN	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
FLUJOS NETOS	\$(57.947,80)	\$ 26.917,65	\$28.052,49	\$ 29.251,00	30.407,63	\$ 31.743,19
FLUJOS DESCONTADOS Y TRAÍDOS A VALOR PRESENTE	\$(57.947,80)	\$ 20.705,89	\$16.599,11	\$ 13.314,06	10.646,56	\$ 8.549,37

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	30,00%

### Cuadro N.- 40 Tasa de rendimiento promedio

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	\$ 146.371,96
AÑOS	5
SUMATORIA DE FLUJOS DESCONTADOS	\$ 69.814,98
INVERSION INICIAL	\$ 57.947,80
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	50,52%
INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN	1,20
RENDIMIENTO REAL	20,48
TASA INTERNA DE RETORNO	40,07%

La sumatoria de Flujos es la acumulación de todas las utilidades que se podrán alcanzar hasta después de 5 años de operaciones.

Es la acumulación de todas las utilidades en valor presente que se podrán lograr por 5 años de operaciones.

La Sumatoria de Flujos Descontados es el desembolso total que se hace por la adquisición de todos los activos necesarios para el inicio de la empresa.

Año por año se recuperará en promedio el 70.437,14 de la inversión inicial o cada año retornará lo correspondiente al 50,52% en promedio de lo que corresponde a la inversión inicial del total de inversión se obtiene 1,20 veces más por flujos futuros traídos a valor presente, por cada dólar de inversión inicial se obtiene \$ 20,48 dólares de recuperación futura de todo lo que se invirtió inicialmente, se obtendrá el 40,07% de rentabilidad.

**Cuadro N.- 41 Tasa interna de retorno**

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		\$ 69.814,98
VAN	<b>POSITIVO</b>	\$ 11.867,18
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	5,88
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	488,30
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>40,07%</b>

**Cuadro N.- 42 Ratios Financieros**

<b>RATIOS FINANCIEROS</b>	
VENTAS	219394,36
COSTO DIRECTO	118.588,17
COSTO INDIRECTO	63111,85
FLUJO NETO	21703,80
PAGO DE DIVIDENDOS POR PRÉSTAMOS	3476,87
GASTOS FINANCIEROS	1736,99
GASTOS PERSONAL	45.734,00
ACTIVOS FIJOS NETOS	77.393,75

#### **Cuadro N. 43 Punto de Equilibrio**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
EN DOLARES	137.356,48
EN PORCENTAJE	62,61%

Se debe alcanzar un nivel de ventas de 137.356,48 dólares como mínimo para no ganar ni perder.

Se deberán alcanzar el 62,61% de las ventas proyectadas para no ganar ni perder.

#### **Cuadro N.- 44 Capital de Trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
FLUJO NETO DE CAJA	<b>POSITIVO</b>	21703,80
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	7,24
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	21,64%
INDICE DE EMPLEO		0,59

Tenemos 7,24 veces el flujo de efectivo correspondiente al pago que se tiene que realizar al banco en el primer año.

Los gastos de personal y de intereses absorberán el 21,64% de los ingresos por ventas.

Por cada dólar empleado en activo fijo menos depreciación, se invertirá 0,59 dólares en mano de obra.

#### **Cuadro N.- 45 Datos de Activos**

<b>DATOS</b>	
ACTIVO CORRIENTE	26.703,80
ACTIVOS TOTALES	77.393,75
UTILIDAD NETA	22.922,82

#### **Cuadro N.- 46 Rendimiento de Liquidez**

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,6550	65%

La porción no corriente de los activos y que son más complicados para que se vuelvan líquidos en caso de quiebra, corresponden al 65% del total activo.

#### **Cuadro N.- 47 Rendimiento Corriente**

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2962	29,62%

Del total activos que se invierte para trabajar en la empresa, se obtiene 29,62% de rendimiento corriente.

#### **Cuadro N.- 48 Razones financieras**

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	37.694,35
GASTOS FINANCIEROS	1.736,99
INVERSION INICIAL	57.947,80
UTILIDAD NETA	22.922,82
VALOR DEL CREDITO	17.384,34
VENTAS	219.394,36
COSTO DE VENTA	118.588,17
TOTAL DEL ACTIVO FIJO	50.689,95

## Estructura de Liquidez

<b>ESTRUCTURA DE LIQUIDEZ:</b>			
<b>CAPITAL DE TRABAJO =</b>	<b>AC - PC</b>		
<b>CAPITAL DE TRABAJO =</b>	26.703,80	-13.907,47	12.796,33
<b>CAPITAL DE TRABAJO =</b>	\$ 12.796,33		

El valor de capital de trabajo significa el monto de efectivo que se podrán disponer para cubrir nuevas operaciones de la empresa después de haber cumplido con los compromisos de deuda de corto plazo. Al ser la diferencia entre lo rubros más corrientes o más líquidos que tiene la empresa, se deberá tomar este valor que sirve de referencia para conocer que después de haber cumplido la deuda de corto plazo con el efectivo, lo que recuperé de cartera y con la venta de inventarios, se tiene \$ 12.796,33 para utilizar en otras actividades, por ejemplo podría compararse con las necesidades de gasto diario y luego saber para cuantos días me alcanzaría este valor.

## Índice de Liquidez

<b>INDICE DE LIQUIDEZ =</b>	<b>AC</b>
	<b>PC</b>
<b>INDICE DE LIQUIDEZ =</b>	<u>26.703,80</u>
	13.907,47
<b>INDICE DE LIQUIDEZ =</b>	1,92

Este indicador me dice que mis activos circulantes podrían cubrir 1,92 veces mis deudas de corto plazo, o también podríamos decir que por cada dólar de deuda de corto plazo tendremos 1.92 dólares de activos corrientes para cubrir esa deuda.

### Cuadro N.- 49 Detalle de Balance General

<b>DETALLE BALANCE GENERAL</b>						
<b>BALANCE GENERAL</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>CUENTAS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	5.000,00	26.703,80	49.924,89	74.726,95	101.068,09	129.127,25
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>5.000,00</b>	<b>26.703,80</b>	<b>49.924,89</b>	<b>74.726,95</b>	<b>101.068,09</b>	<b>129.127,25</b>
ACTIVOS FIJOS	52.947,80	52.947,80	52.947,80	52.947,80	52.947,80	52.947,80
DEPRECIAC. ACUMULADA		2.257,85	4.515,70	6.773,55	8.731,43	10.689,31
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>52.947,80</b>	<b>50.689,95</b>	<b>48.432,10</b>	<b>46.174,25</b>	<b>44.216,37</b>	<b>42.258,49</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>57.947,80</b>	<b>77.393,75</b>	<b>98.356,99</b>	<b>120.901,20</b>	<b>145.284,46</b>	<b>171.385,74</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	17.384,34	13.907,47	10.430,60	6.953,74	3.476,87	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR						
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR						
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>17.384,34</b>	<b>13.907,47</b>	<b>10.430,60</b>	<b>6.953,74</b>	<b>3.476,87</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	40.563,46	40.563,46	40.563,46	40.563,46	40.563,46	40.563,46
UTILIDAD DEL EJERCICIO		22.922,82	24.440,11	26.021,07	27.860,13	29.578,15
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES			22.922,82	47.362,93	73.384,00	101.244,13
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>40.563,46</b>	<b>63.486,28</b>	<b>87.926,39</b>	<b>113.947,46</b>	<b>141.807,59</b>	<b>171.385,74</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>57.947,80</b>	<b>77.393,75</b>	<b>98.356,99</b>	<b>120.901,20</b>	<b>145.284,46</b>	<b>171.385,74</b>

## **4.5 Comprobación de la hipótesis**

Se acepta la hipótesis planteada, considerando que de acuerdo a la investigación, la implementación del restaurant y la cancha sintética incrementará la demanda en el centro recreacional “La Finca” y contribuirá a fomentar el turismo en el cantón El Empalme.

# CAPITULO V

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### **5.1. Conclusiones**

- Se determinó la existencia de una necesidad insatisfecha en el centro recreacional “La Finca” sobre restaurant y cancha sintética y la posibilidad de ofrecer un mejor servicio que el que ofrecen la competencia en el cantón El Empalme. Se puede dar una idea al inversionista de que el servicio a ofrecer corre el riesgo de ser o no aceptado en el mercado.
  
- Se verificó la posibilidad técnica de construcción del restaurant y cancha sintética dentro del complejo recreacional “La Finca” ,se resolvió las preguntas referentes a: dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué construir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo del proyecto comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad de la empresa.
  
- Es muy conveniente invertir en el centro recreacional “La Finca” para implementar el restaurant y la cancha sintética, la inversión presenta una rentabilidad económica admisible, ya que el VAN es mayor a cero y la TIR es aceptable.
  
- En la investigación se demostró la veracidad de la hipótesis; el estudio de factibilidad demuestra el incremento de la demanda en el centro recreacional “La Finca” y se fomentará el turismo en el cantón El Empalme.

## 5.2. Recomendaciones

- Desde el punto de vista del mercado el proyecto se presenta atractivo, por lo que se recomienda la ejecución del mismo.
- El diseño del restaurant y la cancha sintética presentan una gran cantidad de ingresos por lo que se recomienda a futuro aumentar aún más los servicios, sin inversión adicional
- Mantener niveles de rentabilidad del proyecto para garantizar el tiempo de recuperación de la inversión inicial.
- Se recomienda a los inversionistas invertir en el proyecto considerando la rentabilidad económica en el estudio de factibilidad.

CAPÍTULO VI  
BIBLIOGRAFÍA

## 6.1. Bibliografía

- **BACA**, U. G. 2010. Evaluación de Proyectos:( 6<sup>ta</sup> Ed.). Mc Graw Hill; México.
- **CÓRDOVA**, P. M. 2008. Formación y Evaluación del Proyecto:(Ecos Ed.). Bogotá.
- **FLOR, G. G.** 2011. Guía para Crear y Desarrollar su propia empresa:( 3<sup>ra</sup> Ed.).Quito Ecuador.
- **FLÓREZ**, U. A. 2010.Plan de Negocio para pequeñas empresas:(Ed de la U.).Bogotá.
- **MALHOTRA**, N. K. 2009. Investigación de Mercados:(Pearson Educación). México.
- **MORALES**, C. A. 2008. Proyecto de Inversión: (Interamericano Ediciones). Mc Graw Hill; México.
- **ORTEGA**, A. 2009). Proyecto de Inversión:( 1<sup>ra</sup> Ed). Continental; México.
- **PRIETO**, H. J. 2008. Los Proyectos, la Razón de Ser del Presente:( Ecos. Ed.).Bogotá.
- **SAPAG, N. & Sapag, R.** 2011. Preparación y Evaluación de Proyectos:( 4<sup>ta</sup> Ed.). Editorial Mc Graw Hill. México.
- **SINISTERRA**, G. 20068. Contabilidad de Costos:( 1<sup>ra</sup> Ed.). Ecoe Ediciones; Bogotá – Colombia.

## 6.2. Linkografía

- Lucho futbol, (2013). Historia del futbol en el ecuador [en línea] Disponible en: <http://luchofutbol.tripod.com/PAGDELUIS.htm> [16-04-2013]
  
- Mural.uv.es, (2013). Gastronomía Costeña [en línea] Disponible en: <http://mural.uv.es/sanllaro/gastronomia%20ecuatoriana.html> [16-04-2013]
  
- Wikipedia, (2013). Gastronomía Costeña [en línea] Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa de Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Ecuador) [16-04-2013]
  
- Wikipedia, (2013). Gastronomía en el Ecuador [en línea] Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa de Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Ecuador) [16-04-2013]

**CAPÍTULO VII**  
**ANEXOS**

**Anexo 1.**



**UNIVERSIDAD TECNICA ESTADAL DE QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ENCUESTA DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN DE EL EMPALME PARA LA DE IMPLEMENTACION DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TIPICA EN EL CENTRO DE REACREACION LA FINCA.

**1. ¿Qué ocupación tiene usted?**

Estudiante

Empleado

Independiente

Otro

**2. Sexo**

Masculino

Femenino

**3. ¿Usted acostumbra visitar restaurantes de comida típica del Ecuador?**

Si  No

**4. ¿Le gustaría a usted, que existiera un restaurante de comidas típicas dentro del centro turístico La Finca?**

Si  No

**5. ¿Que preferiría usted que le ofrezca el restaurante de comida típica del centro turístico La Finca?**

Precio	<input type="checkbox"/>
Servicio	<input type="checkbox"/>
Ubicación	<input type="checkbox"/>
Presentación	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>

**6. ¿Cuál es su factor socio económico?**

Baja	<input type="checkbox"/>
Media	<input type="checkbox"/>
Alta	<input type="checkbox"/>

**7. ¿Con qué frecuencia usted consume comida típica?**

Diario	<input type="checkbox"/>
Semanal	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>

**8. ¿Qué plato típico le gusta más con mayor frecuencia?**

Fritada	<input type="checkbox"/>
Hornado	<input type="checkbox"/>
Seco chivo	<input type="checkbox"/>
Seco de gallina	<input type="checkbox"/>
Ceviches	<input type="checkbox"/>
Encocados	<input type="checkbox"/>
Encebollados	<input type="checkbox"/>
Guatita	<input type="checkbox"/>

**9. ¿Con qué bebida acompaña por lo general un plato típico del Ecuador?**

Jugo

Chicha

Cola

Cerveza

Agua

**10. ¿Cuál fue el último precio que ha pagado por un plato típico?**

\_\_\_\_\_

**11. ¿Suele ir acompañado a los centros turísticos?**

Entre amigos

Familiares

Otros

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACION EN ESTE ESTUDIO! EN VERDAD APRECIAMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS OPINIONES.**

**Anexo 2.**



**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL EMPALME  
PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA CANCHA SINTÉTICA EN EL  
CENTRO DE REACREACIÓN LA FINCA.

**1. ¿Qué edad tiene usted?**

- 8 -15 años
- 15-20 años
- 21-30 años
- 31-40 años
- 41-55 años
- Mayor de 56 años

**2. ¿Cuál es su ocupación?**

- Estudiante
- Trabajador
- Estudia y trabaja
- Ninguna

**3. Sexo:**

- Femenino  Masculino

**4. ¿Cuál es su factor socio económico?**

- Baja
- Media
- Alta

**5. ¿Con que frecuencia usted practica este deporte?**

- 1-2 veces a la semana
- 3-4 veces a la semana
- 2 Veces al mes
- 1 Vez al mes
- Casi nunca

**6. ¿En qué horarios prefiere jugar?**

- Matutino
- Vespertino
- Nocturno

**7. Las canchas en las que usted lo práctica están elaboradas de:**

- Cemento
- Asfalto
- Arcilla
- Césped

**8. ¿Estaría de acuerdo usted con la implementación de una nueva cancha de futbol sintética en el centro de Recreación LA FINCA del Cantón el Empalme. ?**

SI

NO

**9. ¿Cuál es el costo que usted estaría dispuesto a cancelar?:**

- \$ 15.00 a 20.00
- \$ 25.00 a 30.00
- \$ 30.00 en adelante

**10. ¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para practicar este deporte?**

- Precio económicos \_\_\_\_\_
- Buenas Instalaciones \_\_\_\_\_
- Seguridad \_\_\_\_\_
- Excelente Ubicación \_\_\_\_\_
- Servicios Adicionales \_\_\_\_\_
- Buena Atención \_\_\_\_\_

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACION EN ESTE ESTUDIO! EN VERDAD APRECIAMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS OPINIONES.**



**Anexo 3.**  
**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
				<b>18.909,84</b>
1	315,16	189,10	504,26	18.594,68
2	315,16	185,95	501,11	18.279,51
3	315,16	182,80	497,96	17.964,35
4	315,16	179,64	494,81	17.649,18
5	315,16	176,49	491,66	17.334,02
6	315,16	173,34	488,50	17.018,86
7	315,16	170,19	485,35	16.703,69
8	315,16	167,04	482,20	16.388,53
9	315,16	163,89	479,05	16.073,36
10	315,16	160,73	475,90	15.758,20
11	315,16	157,58	472,75	15.443,04
12	315,16	154,43	469,59	15.127,87
1	3.781,97	2.061,17	5.843,14	15.127,87
13	315,16	151,28	466,44	14.812,71
14	315,16	148,13	463,29	14.497,54
15	315,16	144,98	460,14	14.182,38
16	315,16	141,82	456,99	13.867,22
17	315,16	138,67	453,84	13.552,05
18	315,16	135,52		13.236,89

			450,68	
19	315,16	132,37	447,53	12.921,72
20	315,16	129,22	444,38	12.606,56
21	315,16	126,07	441,23	12.291,40
22	315,16	122,91	438,08	11.976,23
23	315,16	119,76	434,93	11.661,07
24	315,16	116,61	431,77	11.345,90
2	3.781,97	1.607,34	5.389,30	11.345,90
25	315,16	113,46	428,62	11.030,74
26	315,16	110,31	425,47	10.715,58
27	315,16	107,16	422,32	10.400,41
28	315,16	104,00	419,17	10.085,25
29	315,16	100,85	416,02	9.770,08
30	315,16	97,70	412,86	9.454,92
31	315,16	94,55	409,71	9.139,76
32	315,16	91,40	406,56	8.824,59
33	315,16	88,25	403,41	8.509,43
34	315,16	85,09	400,26	8.194,26
35	315,16	81,94	397,11	7.879,10
36	315,16	78,79	393,96	7.563,94
3	3.781,97	1.153,50	4.935,47	7.563,94
37	315,16	75,64	390,80	7.248,77
38	315,16	72,49	387,65	6.933,61
39	315,16	69,34	384,50	6.618,44
40	315,16	66,18	381,35	6.303,28
41	315,16	63,03	378,20	5.988,12
42	315,16	59,88	375,05	5.672,95
43	315,16	56,73	371,89	5.357,79
44	315,16	53,58	368,74	5.042,62
45	315,16	50,43	365,59	4.727,46
46	315,16	47,27	362,44	4.412,30
47	315,16	44,12	359,29	4.097,13
48	315,16	40,97	356,14	3.781,97
4	3.781,97	699,66	4.481,63	3.781,97
49	315,16	37,82	352,98	3466,80

50	315,16	34,67	349,83	3151,64
51	315,16	31,52	346,68	2836,48
52	315,16	28,36	343,53	2521,31
53	315,16	25,21	340,38	2206,15
54	315,16	22,06	337,23	1890,98
55	315,16	18,91	334,07	1575,82
56	315,16	15,76	330,92	1260,66
57	315,16	12,61	327,77	945,49
58	315,16	9,45	324,62	630,33
59	315,16	6,30	321,47	315,16
60	315,16	3,15	318,32	0,00
5	3.781,97	245,83	4.027,80	<b>0,00</b>