



AIU
Atlantic International University

AIU se une a la Iniciativa de "Acceso Abierto" A través de la iniciativa de Acceso Abierto, AIU y otras instituciones a nivel mundial, planean derrumbar los muros que existen actualmente en el acceso a la información y a trabajos de Investigación.

AIU esta interesado en la diseminación de avances realizados en la investigación científica, lo cual es de suma importancia para la operación efectiva de una sociedad moderna. La Visión y Misión de AIU, son consistentes con la visión expresada en la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest y con la Declaración de Berlín en Acceso Abierto al conocimiento en las Ciencias y Humanidades Estamos verdaderamente complacidos, de poder hacer esta contribución a la comunidad global.

AIU sabe el valor que el conocimiento y el entendimiento, y espera que esta nueva iniciativa, pueda tener una gran repercusión en las vidas de nuestros estudiantes, y noestudiantes alrededor del mundo, quienes tienen la inclinación natural hacia la búsqueda de nuevo conocimiento.

Para ver más información acerca de esta Iniciativa, por favor sírvase a seguir el siguiente link:
<http://www.aiu.edu/spanish/StudentPublications.html>.

Student Publications



AIU
Atlantic International University
www.aiu.edu

ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY GUATEMALA
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS



**EVALUACION DE LA PREFACTIBILIDAD DE INTRODUCIR Y COMERCIALIZAR
CALZADO DAL PONTE PARA LA PRACTICA DE FUTSAL EN CIUDAD DE GUATEMALA**

ROBERTO CARLOS CASTILLO TORRES

Guatemala, 24 de junio del 2009

| INDICE | PÁGINA |
|---|---------------|
| Índice..... | i |
| Hoja de agradecimientos..... | ii |
| Abstract..... | iii |
| Introducción..... | 1 |
| Información del proyecto..... | 2 |
| Estudio de mercado..... | 18 |
| Estudio técnico..... | 43 |
| Estudio administrativo-legal..... | 54 |
| Estudio de impacto ambiental..... | 60 |
| Estudio financiero..... | 62 |
| Conclusiones..... | 73 |
| Recomendaciones..... | 74 |
| Bibliografía..... | 75 |
| Anexos..... | 77 |
| Glosario..... | 80 |
| Hoja de cumplimiento de requisitos..... | 81 |

ABSTRACT

Evaluación de la prefactibilidad de introducir y comercializar calzado Dal Ponte para la práctica de fútbol en la ciudad de Guatemala, debido a el incremento y la proliferación de este deporte por la diversidad de canchas deportivas que existen en la ciudad capital y al excelente desempeño que la selección nacional de fútbol ha tenido en los dos últimos años.

En el estudio de mercado se ven los resultados de 150 encuestas realizadas en donde se demuestra que existe bastante mercado y que el 100% de personas que practican este deporte tienen bastante conocimiento de lo que representa un zapato específico de fútbol.

En el capítulo financiero se refleja que este proyecto es viable y rentable incluyendo el análisis de sensibilidad que se realizó al 40% de baja y aún así sigue siendo rentable.

Por todos los datos reflejados anteriormente concluimos que la factibilidad de introducir calzado Dal Ponte para la práctica de fútbol en la ciudad de Guatemala es totalmente viable y rentable, desde los puntos de mercadeo, económico y financiero.



CAPÍTULO I

INTRODUCCION.

El área de los deportes en éste país, ha tomando bastante auge debido a que la mayoría de la población padece de obesidad, y muchos de ellos solo por el simple hecho de estar en forma.

El Futsal en Guatemala durante el último año tomó mucha más fuerza, debido al extraordinario desempeño que tuvo la selección y su entrenador.

En el capítulo dos, vemos la información general del proyecto, sus antecedentes, el problema, sus objetivos generales y específicos, la justificación del proyecto y su marco teórico conceptual. En el capítulo tres, mostramos al estudio de mercado, el producto, el área de mercado, la población consumidora actual y futura, la investigación de mercado, resultado de las encuestas realizadas el comportamiento de la oferta, el comportamiento de los precios y el análisis de la comercialización. Pasando después al capítulo cuatro donde vemos el estudio técnico, su tamaño, la localización del proyecto, el proceso principal de este, las obras físicas, la organización y el calendario de actividades. Llegando al capítulo cinco que es el Estudio administrativo-legal, donde vemos su estructura, el marco legal del proyecto, su régimen tributario, la estructura administrativa y el planteamiento del sistema general de control. Ahora entramos al capítulo seis, que nos habla del estudio de impacto ambiental. Pasando ahora a una de las partes más importantes del proyecto que el capítulo siete que es el Financiero, donde vemos los análisis de costos, los análisis de ingresos, los recursos financieros para la inversión, el punto de equilibrio, los estados financieros proyectados a cinco años, la evaluación económica, el análisis de sensibilidad del proyecto y la evaluación social del mismo. Dando así al final las conclusiones y recomendaciones de este proyecto.

CAPÍTULO II

INFORMACIÓN DEL PROYECTO.

2.1 Antecedentes.

Dal Ponte es una marca brasileña dedicada a la venta de zapato deportivo para futsal a raíz del incremento de interés por este deporte, Dal Ponte es ahora una de las marcas mundiales más reconocidas del futsal.

Dal Ponte empieza en los años 90 con la introducción de este tipo de calzado desarrollándose rápidamente por el auge del futsal siendo así ahora el patrocinador oficial de la selección nacional de Brasil de este mismo deporte, dándole así a la marca mucho más renombre ya que para poder ser patrocinador de la selección de Brasil hay que competir con las mejores marcas del mundo, como Nike, Adidas, Umbro etc. Siendo esta la señal que Dal Ponte posee calidad y nombre dentro de Brasil.

Este zapato tiene muchas cualidades que hace que el público se interese en él. Como: calidad, durabilidad, especificaciones para el juego de futsal y precios variables para cada segmento de nivel socioeconómico, no perdiendo así en ninguna de sus opciones todas las características antes descritas.

El Juego

Según el portal de Fifusa existen dos corrientes respecto de los orígenes de esta disciplina deportiva, ambas se remontan a la década de los años treinta.

La primera afirma que la creación de este deporte se remonta al [Uruguay \(Montevideo\)](#) de los años 1930, época en que la selección de Fútbol de [Uruguay](#) había ganado el campeonato del mundo y la medalla de oro en los Juegos Olímpicos, viviéndose en todo el país una auténtica locura por el fútbol, el cual no disponía de suficientes espacios para su práctica por lo cual Ceriani lo adaptó a escenarios cerrados (Gimnasios o recintos para baloncesto). A esta disciplina se le

conoce deportivamente como Futsal desde 1956; este nombre se utilizó oficialmente en el Mundial de 1982 en Sao Paulo, Brasil, organizado en ese entonces por FIFUSA.

La otra, defendida por Luis Gonzaga Fernández, afirma que el Fútbol de Salón surgió en [Brasil](#) , a finales de [1930](#) , en la Asociación Cristiana de Jóvenes ([Sao Paulo](#)) donde era practicado por jóvenes a título de recreación; esos jóvenes son considerados los precursores del deporte; admite que se jugaba fútbol en manzana también en Uruguay, pero que no pasaba de "auténtica en pelotas"; cupo a Brasil las primeras normas y reglamentaciones; el autor es considerado aquel que primero organiza y reglamenta la modalidad deportiva de manera a permitir la práctica uniforme. Incluso hoy en día se le denomina "Nobre arte da boa pesa" (*El Noble arte de la bola pesada*).

En 1965, se creó la Confederación Sudamericana de Fútbol de Salón (actualmente adherida a la AMF), primera organización internacional del deporte. Ese año también se disputó el primer campeonato sudamericano de selecciones.

La Federación Internacional de Fútbol de Salón (FIFUSA), fue fundada en 1971 en São Paulo, Brasil. Fundada en Río de Janeiro, siendo João Havelange cómo 1er presidente; Esta organización realizó en 1982 el primer mundial del deporte, y posteriormente otros seis más. La FIFUSA se mantuvo como organización independiente hasta su disolución en el año 2002.

El Fútbol de Salón comienza a despertar el interés de la FIFA, que busca a la FIFUSA para absorber el deporte, pero con fracaso; Con la extinción de la Confederación Brasileña de Deportes (CBD) surge el 15 de junio de 1979 la Confederación Brasileña de Fútbol de Salón (CBFS), con sede en Fortaleza. El primer presidente fue Aécio de Borba Vasconcelos;

La FIFUSA pasa de Río de Janeiro para São Paulo; Son promovidos los primeros Pan-Americanos (1980) y Mundiales (1982) de Clubes y de Selecciones. El 23 de abril de 1983 la FIFUSA autorizó la práctica del Fútbol de Salón femenino.

Ante la prohibición de la FIFA de utilizar la palabra "fútbol", se decidió adoptar el término Futsal (que en castellano y portugués es una contracción de fútbol y salón), en el congreso de la FIFUSA de 1985.

La FIFA promueve, en enero de 1989 su primer Campeonato Mundial (1ª Copa del Mundo) de Futsal, en Holanda.

El 23 de noviembre de 1989, se realiza en São Paulo (BRA) una reunión de la FIFUSA con 19 países afiliados para tratar la extinción de la FIFUSA y el nombramiento de la FIFA como la nueva regente del futsal. Pero doce países votaron contra la integración aduciendo condiciones desfavorables para realizarla. Brasil, votó a favor.

El 2 de mayo de 1990, Brasil se aleja oficialmente de la FIFUSA.

En el año 1990 las federaciones sudamericanas y del resto del continente forman la Confederación Panamericana de Futsal (PANAFUTSAL). Esta organización, ya separada de la FIFUSA, y liderada por el paraguayo Rolando Alarcón firma en el año 2000 una carta de intención con la FIFA para integrarse a la misma. Sin embargo, el acuerdo no prosperó y los miembros de la PANAFUTSAL crearon una nueva asociación del deporte a la que se unieron las federaciones nacionales de otros continentes. Entonces en diciembre del 2002 se fundó la Asociación Mundial de Futsal (AMF), integrada por las federaciones ex miembros de la FIFUSA (anterior organización). La respuesta de la FIFA fue obligar a sus clubes de [Fútbol](#) primera división a fundar departamentos de este deporte.

Táctica del futbol sala/futbito]

Es la ejecución de una o varias acciones técnicas individuales o colectivas para responder a una situación problema que presenta durante el juego y se pueden clasificar de acuerdo a la intencionalidad del equipo en ofensiva (intención de anotar gol) y defensiva (impedir la anotación de gol). Lo anterior obedece a parámetros que se basan en la praxeología de los juegos deportivos de Pierre Parlebas. Según él,

los juegos deportivos representan situaciones-tipo interacción social, de cooperación y enfrentamiento (Ataque y Defensa).

- **Táctica defensiva:**

Son todas aquellas acciones y procedimientos tácticos donde las conductas motrices de cooperación tiene como fin evitar que el oponente logre la obtención de un gol en nuestra meta, mientras que las conductas motrices de oposición buscan las situaciones de juego donde se confronta al adversario especialmente al que posee el móvil.

- **Táctica ofensiva:**

Son todas aquellas acciones y procedimientos tácticos donde las conductas motrices de cooperación tiene como la obtención de un gol en la meta contraria, mientras que las conductas motrices de oposición buscan las situaciones de juego donde se confronta al adversario en condiciones de superioridad ya sea psicológica, posicional o numérica, para lograr la anotación.

- **Transiciones:**

Son los pasos de ataque-defensa y/o defensa-ataque. Estos últimos también se les llama contragolpes o contra-ataques.

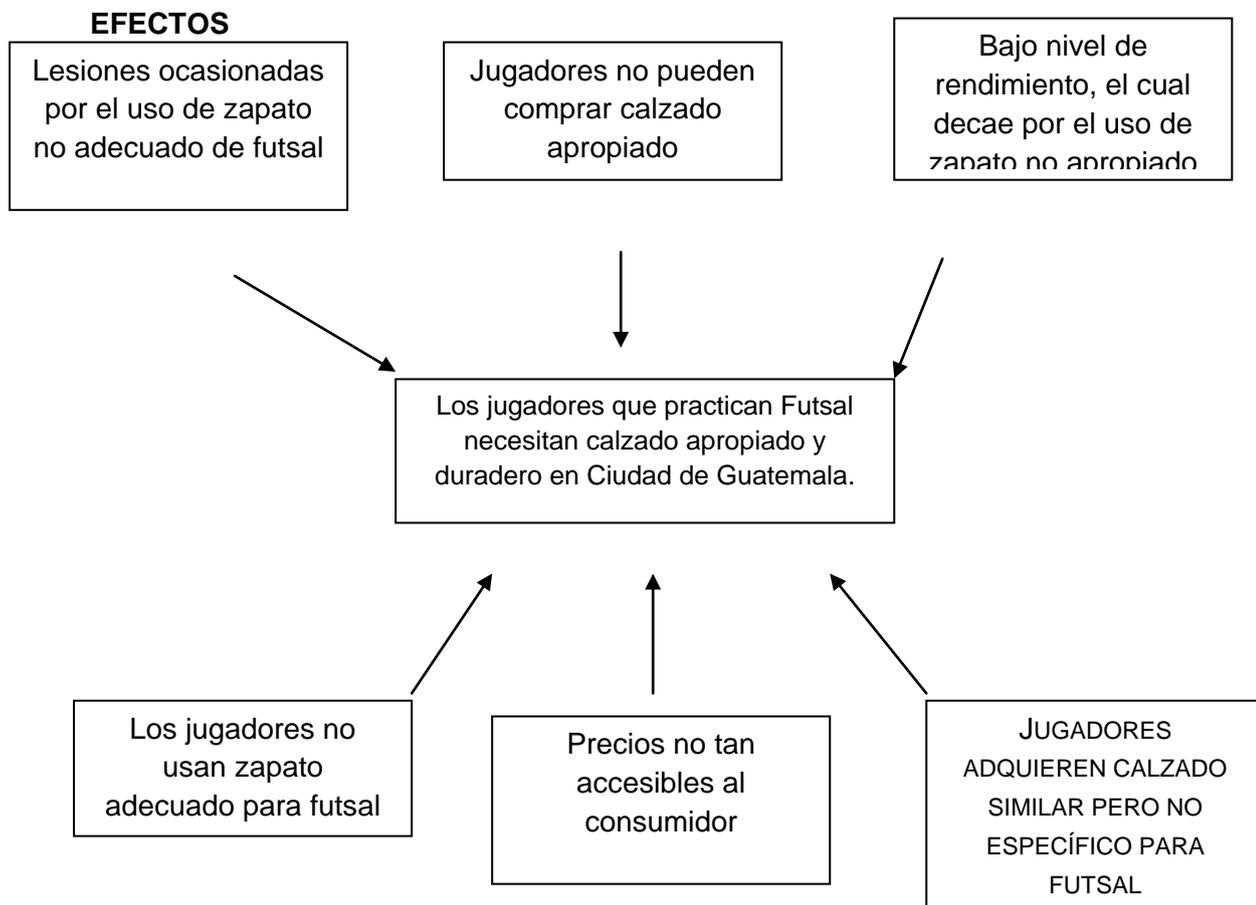
Para todo lo antes descrito Dal Ponte es una opción de las más idóneas para poder practicar futsal, ya que una gran cantidad de jugadores profesionales del mismo, cuentan con el patrocinio de esta marca tan exclusiva para este tipo de deporte, y muchos equipos profesionales de la liga nacional de Brasil también cuentan con el mismo patrocinio.

Las referencias antes mencionadas reflejan la importancia de Dal Ponte en todo el ámbito de futsal.

2.2 Problema.

Para la empresa, será un reto más que importante el que dicha empresa brasileña le otorgue la exclusividad para distribuir y vender sus productos. Pero la empresa no cuenta con los requerimientos necesarios para poder recibir dicho embarque y ponerlo a funcionar.

2.2.1 Árbol de problemas.



CAUSAS

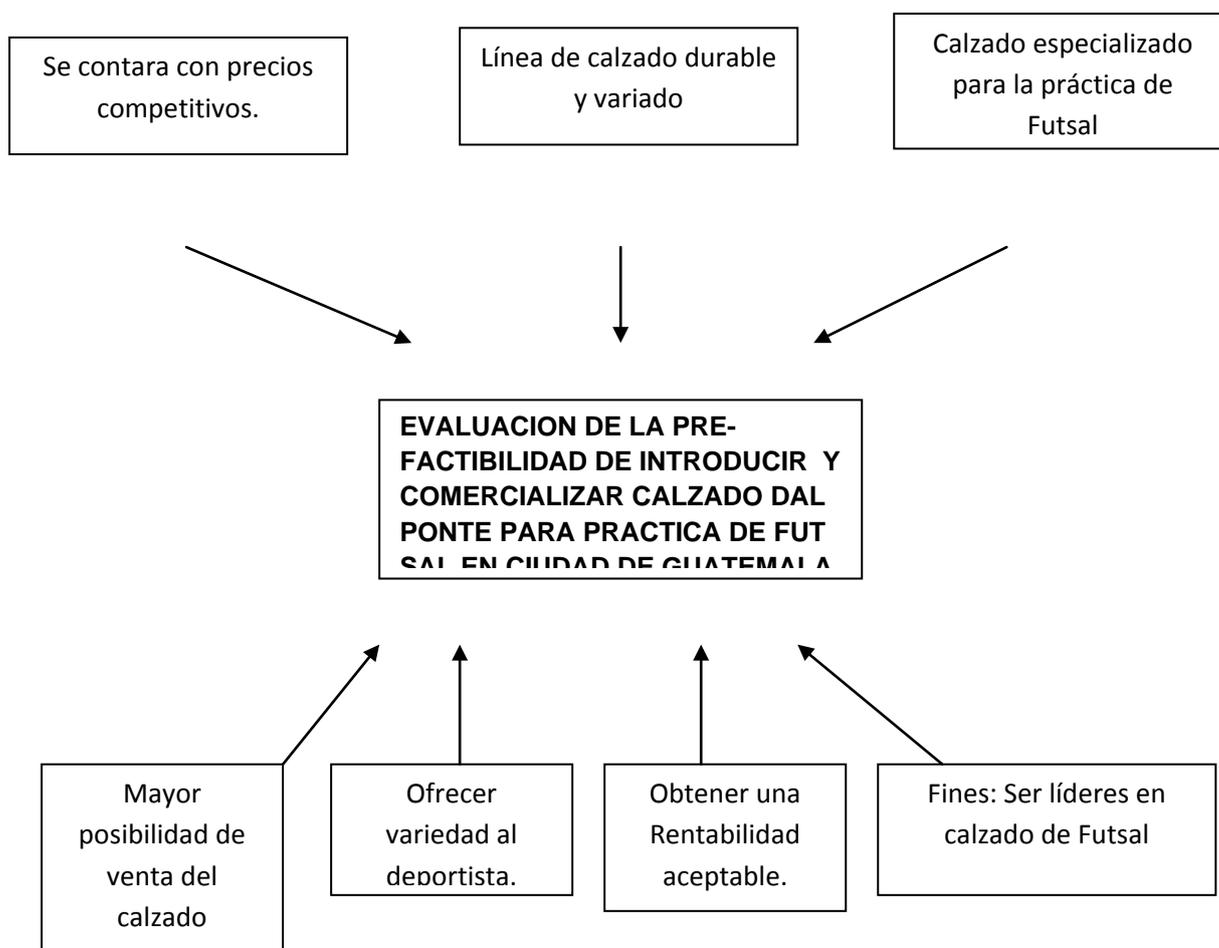
Descripción de la gráfica.

El problema principal es que los jugadores que practican este deporte, no cuentan con el calzado adecuado para este juego.

Las causas son: la poca duración del calzado convencional. El precio que es bastante alto e inadecuado, de igual forma con un calzado inadecuado, el desempeño se ve severamente afectado.

Los efectos al utilizar un calzado inadecuado son: Lesiones al momento de jugar, y el desempeño desde luego que es inferior al esperado.

2.2.2 Árbol de objetivos.



Detalles de Árbol de Objetivos.

El objetivo será la puesta en marcha de un negocio de venta de calzado de Futsal en este país.

Los medios serán: precios competitivos, la durabilidad de dicho calzado amarrando con ello la calidad y brindando al jugador un calzado apropiado para jugar.

El fin será: la rentabilidad del negocio, lograr el liderazgo en dicha venta y ofrecer variedad en el producto a ofrecer.

2.2.3 Análisis de opciones de solución.

Debido a que la organización Dal Ponte es bastante exigente en todos los aspectos ya que el producto que fabrican es reconocido a nivel mundial como uno de los mejores para la práctica del Futsal.

Desde luego que será un negocio bastante fructífero ya que de aceptar Zona Deportiva tendrá la exclusividad a nivel Centro Americano en manejar dicha marca de zapatos deportivos.

Las opciones de solución fueron:

1. Distribuir la línea Dal Ponte en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala y procurar abastecer a la mayoría de jugadores de futsal en la región para brindar así un zapato con características óptimas para jugar este deporte. Promoviendo así Dal Ponte con mayoristas los cuales son otros locales de venta de artículos deportivos en el país. Y con el local ubicado en Ciudad San Cristóbal llegar al público que se pueda captar en este punto.

2. Abrir otro local comercial donde sólo se maneje el calzado, pero esta idea será un poco remota y difícil de implementar ya que se triplicarían los costos para Zona deportiva, ya que sería necesario invertir en local, personal, incluyendo los costos de la inversión inicial, los costos necesarios para la importación, impuestos.

Ventajas:

- Una tienda dedicada única y exclusivamente a manejar este producto.

- Tener la opción de manejar la tienda con accesorios y la zapatería a la vez.

Desventajas:

- Incremento de costos operativos.
- Las desventajas mencionadas en la opción de solución No. 1

3. La tercera opción, fue la de subarrendar las canchas deportivas y dedicar todo el tiempo y esfuerzo a la distribución y venta del calzado deportivo. Definitivamente sería una excelente opción, pero el arrendamiento de las canchas es un excelente negocio que servirá en un inicio para financiar este nuevo proyecto. Y se dejará siempre vigente el negocio de las canchas deportivas.

Ventajas:

- Dedicarse únicamente a un negocio.
- Reducción de costos por la administración de las canchas.
- El valor del arrendamiento de las canchas se utilizaría para invertir en el crecimiento de éste negocio con otras sucursales.

Desventajas:

- Perder parcialmente el negocio de las canchas.
- Sería muy riesgoso tener solamente un negocio produciendo.

Se tomó como opción final la número 1 debido a que la empresa podrá manejar ambos negocios, tanto las canchas deportivas como el local con los artículos deportivos.

2.3 Objetivos.**2.3.1 Objetivo general de la investigación.**

Establecer a nivel de prefactibilidad, si el proyecto de **introducir calzado Dal Ponte, para práctica de fut sal en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala**, con base en los estudios respectivos, es técnicamente viable y financieramente rentable.

2.3.2 Objetivos específicos

2.3.2.1 Determinar la demanda insatisfecha presente en el mercado de calzado deportivo para futsal.

2.3.2.2 Establecer el tamaño, la localización y la capacidad técnica del proyecto de calzado deportivo para futsal.

2.3.2.3 Identificar la estructura y el marco legal del proyecto necesario para la introducción de zapato deportivo para futsal.

2.3.2.4 Establecer los procedimientos para el manejo de los desechos sólidos y residuos que generará el proyecto para la introducción de zapato deportivo para futsal.

2.3.2.5 Evaluar la viabilidad del proyecto aplicando los métodos económicos y financieros para la introducción de zapato deportivo para futsal.

2.4 Justificación del proyecto.

Debido a la afición que se tiene por este deporte, definitivamente la idea de éste nuevo negocio resultaría interesante debido a la exclusividad en la distribución de una calzado tan prestigioso a nivel mundial como Dal Ponte.

Este estudio resulta valioso, tomando en cuenta que en el último año, el futsal ha tomado un auge bastante importante debido al desempeño que la selección nacional de este deporte tuvo en el campeonato mundial llevado a cabo en Brasil en el 2,008.

Es importante hacer ver que la firma productora de este calzado, trabaja con diseños exclusivos los cuales no se ven en mercados locales. De igual forma de tomar el contrato de exclusividad con Dal Ponte, sería la oportunidad de expandir horizontes no sólo en este país sino a nivel Centro Americano, ya que no se ha dado la oportunidad a otra empresa a este nivel para que tenga el derecho a dicha distribución.

Otro aspecto fundamental para llevar a cabo éste negocio es el hecho de que la firma Dal Ponte ofrece planes de financiamiento para quienes adquieren sus productos. Claro que las exigencias son bastante complejas de cumplir ya que ellos desean tener el control constante del movimiento de ventas, el manejo de precios, los canales de promoción y distribución. Ya que de no cumplir con cualquier de esos aspectos incluyendo el incumplimiento de pago por parte de Zona deportiva, sería hecho más que suficiente para suspender la franquicia otorgada para éste país.

Otro motivo para llevar a cabo este proyecto es el hecho de tener relaciones interpersonales con los miembros de dicha organización, quienes a parte de otorgar dicha franquicia ofrecen todo tipo de asesoría a través de contratos para la puesta en marcha de este negocio.

Para la empresa es satisfactorio el hecho de precalificar para obtención de la representación Dal Ponte, ya que no sólo esa empresa ha tratado de obtenerla, pues hay cuatro empresas que están interesadas por ese mismo derecho y es gratificante el saber que esta empresa precalificada para obtención de esta.

Una de las razones por las que se tendrá esta marca es la basta experiencia que caracteriza a la empresa, en el ámbito del futsal, contando con dos establecimientos deportivos que se dedican a la comercialización de este deporte los cuales son Zona Deportiva (carretera a el Salvador) que está instituida desde el año 2000 y futbol sala la fuente (San Cristóbal) que funge desde 1994, con lo cual se demuestra que se conoce el mercado al que se desea dirigir y se cuenta con los recursos para llevarlo acabo.

A la vez se conoce el deporte y su rama, no sólo en el ámbito de comercialización sino mejor aún en su tema profesional y deportivo, ya que Roberto Castillo Gerente General de zona deportiva, es a la vez entrenador nivel 3 (el más alto), de futsal teniendo a su cargo actualmente al equipo Mixco Supercable de la categoría mayor de futsal equipo que ha sido el más competitivo y sobresaliente de esta liga.

Por lo anterior mencionado, se tienen todas las herramientas necesarias para poder llevar este proyecto a la realidad y tener éxito en el mismo.

2.5 Marco Teórico Conceptual.

A continuación se presentan datos específicos del juego FUTSAL y el calzado Dal Ponte Guatemala.

EL juego

Dimensiones

La superficie de juego será rectangular y su longitud será siempre mayor que su anchura.

Longitud: mínimo 25 m

máximo 42 m

Anchura: mínimo 15 m

máximo 25 m

Partidos internacionales

Longitud: mínimo 38 m

máximo 42 m

Anchura: mínimo 18 m

máximo 25 m

Marcación

La superficie de juego se marcará con líneas. Dichas líneas pertenecerán a las zonas que demarcan. Las dos líneas de marcación más largas se denominan líneas de banda. Las dos más cortas se llaman líneas de meta

Todas las líneas tendrán una anchura de 8 cm. La superficie estará dividida en dos mitades por una línea media, denominada línea de medio campo.

El centro de la superficie estará indicado con un punto, situado en el centro de la línea de medio campo, alrededor del cual se trazará un círculo con un radio de 3 m.

La superficie de juego y sus características se determinan según el plano siguiente:



El balón

Reemplazo de un balón defectuoso

Si el balón explota o se daña durante un partido:

- Se interrumpirá el juego,
- Se reanudará el juego por medio de un balón al suelo, ejecutado con el nuevo balón en el lugar donde se dañó el primero.

Si el balón explota o se daña en un momento en que no está en juego

(Saque de salida, saque de meta, saque de esquina, tiro libre, tiro penal o saque de banda):

- El partido se reanudará conforme a las Reglas.

El balón no podrá reemplazarse durante el partido sin la autorización del árbitro.

Decisiones

1 No se permite el uso de balones de fieltro en partidos internacionales.

2 El balón no deberá rebotar menos de 50 cm ni más de 65 cm en el primer bote, efectuado desde una altura de 2 metros.

En partidos de competición se permitirá solamente el uso de balones que cumplan las especificaciones técnicas mínimas estipuladas en la

En los partidos de competiciones de la FIFA y en partidos de competición bajo los auspicios de las confederaciones, la aprobación del uso de un balón estará sujeta a que el balón tenga una de las tres

denominaciones siguientes:

El logotipo oficial "FIFA APPROVED" o el logotipo oficial "FIFA INSPECTED"

o la referencia "INTERNATIONAL MATCHBALL STANDARD".

Jugadores

El partido lo disputarán dos equipos formados por un máximo de 5 jugadores cada uno, uno de los cuales jugará como guardameta.

Infracciones/Sanciones

Si un sustituto entra en la superficie de juego antes de que haya salido

el jugador que sustituirá:

- Se interrumpirá el juego,
- Se ordenará al jugador por sustituir abandonar la superficie de juego,
- Se sancionará al sustituto con tarjeta amarilla y se le ordenará que salga de la superficie de juego para cumplir el procedimiento de sustitución,
- Se reanudará el juego con un tiro libre indirecto en favor del equipo contrario en el lugar donde estaba el balón cuando se interrumpió el juego.

Faltas e incorrecciones

Sanciones disciplinarias

Sólo se podrán mostrar tarjetas amarillas o rojas a los jugadores titulares

y sustitutos.

Los árbitros tienen la autoridad para tomar medidas disciplinarias, desde el momento en que se incorporan a la superficie de juego hasta que la abandonan, después del pitido final.

Infracciones sancionables con una amonestación

Un jugador o jugador sustituto será amonestado y se le mostrará la tarjeta amarilla si comete una de las siguientes infracciones:

- Ser culpable de conducta antideportiva,
- Desaprobar con palabras o acciones,
- Infringir persistentemente las reglas de juego;
- Retrasar deliberadamente la reanudación del juego,
- No respetar la distancia reglamentaria en un saque de esquina, de banda, tiro libre o saque de meta,
- Entrar o volver a entrar en la superficie de juego, sin el permiso de los árbitros, o contravenir el procedimiento de sustitución,
- Abandonar deliberadamente la superficie de juego sin el permiso de los árbitros.

Equipamiento básico de los jugadores.

Guardametas

- Cada guardameta usará colores que lo distingan de los otros jugadores y de los árbitros,
- Si el color de las camisetas de los dos guardametas es igual y ni uno

ni otro tiene otra camiseta para cambiarla, el árbitro permitirá que el juego comience.

Equipamiento no básico de los jugadores

- Un jugador no debe utilizar en su equipamiento cualquier cosa que sea peligrosa para él o para otro jugador,
- El equipo protector moderno, tal como protectores de cabeza, máscaras faciales, rodilleras y protectores del brazo hechos en material suave, ligero, no se considera peligroso y por lo tanto se permite.

- La nueva tecnología ha hecho que las gafas deportivas sean más

Seguras para los propios jugadores y para otros que lleguen. Los árbitros deben demostrar tolerancia al autorizar su uso.

Seguridad

Un jugador no debe utilizar en su equipamiento cualquier cosa que sea peligrosa para él o para otro jugador (se incluye cualquier clase de joyería).

En síntesis el juego federado de FUTSAL esta diseñado con reglamentos y estatutos específicos para el mejor desempeño de este ente.

Datos obtenidos por FIFA futsal www.fifa.com/futsal

Calzado Dal Ponte para Futsal

Dal Ponte es una marca brasileña que se dedica a la confección de calzado específico de futsal. Las especificaciones de un zapato para el mencionado deporte, son: comodidad, estabilidad y durabilidad, para poder usar este zapato en las superficies diversas de juego del juego, ya sea amateur o profesional.

Las superficies de juego son: grama sintética, duela, cemento líquido, concreto.

Teniendo Dal Ponte, zapatos específicos para cada superficie. Dal Ponte posee una diversidad de productos entre los cuales sus características son variables según el estilo que se escoja, pero se tiene una base de calidad que diferencia este producto de los demás competidores.

2.6 Resumen del capítulo.

En éste capítulo se explica la estructura general del negocio. El tipo de mercado con el que se piensa trabajar, los productos que se pretenden introducir en éste país.

Se explicó también a grandes rasgos el proveedor con el que se piensa trabajar la importancia del negocio en éste país y del impacto que tendrá para sus posibles clientes.

Se da una reseña histórica de lo que es Zona Deportiva, a lo que se dedica su estructura administrativa, a que tipo de clientes atiende, quienes son sus clientes potenciales, etc.

Se justifica el porqué de la importancia de llevarlo a cabo, lo beneficioso que sería para éste país un tipo de negocio en ese ramo y quienes serían los principales interesados en llevarlo a cabo.

A la vez se da una explicación de lo que es Dal Ponte y las características especiales de este tipo de calzado.

CAPITULO III
ESTUDIO DE MERCADO.

3.1 El producto o servicio en el mercado.

3.1.1 Definición del producto o servicio.

El producto a introducir en el mercado Guatemalteco, es un calzado exclusivo y de excelente calidad para la práctica del Futsal. Iniciándose con una tienda ubicada en Ciudad San Cristóbal, donde existen actualmente 2 centros deportivos dedicados a la explotación y práctica de este deporte los cuales son Fútbol Sala La Fuente y Futeca.

Características:

- 1- Todo calzado Dal Ponte, tiene chutera de punta, la cual es un refuerzo en la punta del zapato bastante gruesa, resistente y cocida que hace que el jugador pueda pegarle de punta a la pelota, lo cual el efecto es una mejor puntería, y fuerza de velocidad hacia la portería contraria.
- 2- Torsión incluida, que es la flexibilidad del zapato para comodidad del jugador y esta hace que se tenga un mejor desplazamiento y reacción en la superficie de juego.
- 3- Suspensión de amortiguación, esta es una capa especial fibra que lleva el calzado en la suela en la parte de colocación de el carcañal del pie lo cual hace que se tenga más comodidad y evita lesiones como el daño de rodillas, sobre cargamento al talón de Aquiles, y esguinces en el tobillo.

Se busca a través de este estudio, confirmar que efectivamente es un muy buen mercado al que se puede atender, así como un muy buen producto a comercializar.

El producto a importar proviene de Brasil, ahí se encuentra la fábrica de esta prestigiosa marca del calzado, la cual cuenta ya con reconocimiento a nivel mundial.

Dicha marca de vende en países como Argentina, España, Ucrania, Marruecos, Egipto incluyendo Brasil desde luego. Dicho calzado ha tenido muy buena aceptación en dichos país por lo que su posible venta en éste país.

3.1.2 Producto o servicio principal o Subproductos.

El producto principal a definir del calzado Dal Ponte es la línea New Century, la cual es la de más bajo costo y a raíz de la crisis actual se prevé que por sus características antes

mencionadas y su precio bastante bajo a comparación de la competencia, sea el producto de más rotación en el mercado Guatemalteco.

La línea New Century cuenta con varias características que enumeraremos a continuación:

- 1) capellada en lona 100% algodón.
- 2) Cuello forrado con nylon y espuma.
- 3) Suela grib rubber (nombre de venta de suela en el mercado)
- 4) Plantilla soft (suave)



No se cuenta con subproductos

3.1.3 Productos o servicios sustitutos o similares.

- Artículos deportivos. (Tenis no especializados para la práctica de dicho deporte).

3.1.4 Productos o servicios complementarios.

Línea Blade:



Línea Radial



3.2 El área del mercado.

El Área Metropolitana de Guatemala

3.2.1 Población consumidora actual.

Según la enciclopedia virtual Wikipedia, el **Área Metropolitana de Guatemala**, con una población de 6,5 millones de Habitantes es el núcleo urbano más grande de América Central. La ciudad de Guatemala ya sobrepasó sus límites jurisdiccionales, Ahora suele llamársele Área Metropolitana de Guatemala (AMG), que lo conforman los municipios de Guatemala.

1. Villa Nueva
2. San Miguel Petapa
3. Mixco
4. San Juan Sacatepéquez
5. San José Pinula
6. Santa Catarina Pinula
7. Fraijanes, San Pedro Ayampuc
8. Amatitlán
9. Villa Canales
10. Chinautla.

Fuente Wikipedia

Según Eduardo Velásquez en su artículo “Una metrópoli que crece sin freno y

se conurba con sus vecinos” dice acerca de la ciudad de Guatemala Que

Desde 1964, la ciudad dejó de abarcar únicamente al municipio de Guatemala.

En 2007, el Área Metropolitana de la Ciudad de Guatemala (AMCG) se acerca a los 3 millones de habitantes. Y lo más sorprendente de tal fenómeno, es que municipios conurbados al AMCG como Mixco, Villa Nueva y los demás municipios cercanos, tienen ya más habitantes que el propio municipio de Guatemala, en el que se originó la ciudad.

En efecto, en 1950 la Ciudad de Guatemala tenía 284 mil 276 habitantes y Mixco y Villa Nueva eran municipios básicamente rurales. La población de Mixco era de 4 mil 131 y la de Villa Nueva, 3 mil 150 habitantes. Amatitlán todavía era un popular paseo dominical era poblacionalmente mayor: 7 mil 116.

La aceleración del crecimiento urbano del municipio de Guatemala y el creciente proceso de urbanización en el período 1950-1964 hizo que la ciudad se empezara a conurbar con esos municipios. Lejos estábamos de conocer las grandes calzadas de salida y acceso de y para la ciudad y el camino de entrada y salida a la costa sur era conocido como Calle de Amatitlán.

Para 1973, el censo de ese año reveló que la Ciudad de Guatemala tenía 700 mil 504 habitantes y que Mixco y Villa Nueva ya habían alcanzado una población de 115 mil 015 y 32 mil 494 habitantes, respectivamente. Durante la gestión municipal del Lic. Ramiro Ponce Monroy (1966-1970) se construyen las grandes calzadas de acceso y de salida de la naciente urbe.

Por el lado del Pacífico, la antigua Calle de Amatitlán se convierte en la calzada Raúl Aguilar Batres, la salida hacia el occidente, la carretera Interamericana, se convierte en una amplia y hermosa calzada denominada Roosevelt y el antiguo camino del Golfo Dulce, hacia el Atlántico, se convierte en la hermosa calzada José Milla y Vidaurri. Durante la gestión municipal del Lic. Manuel Alberto Colom Argueta (1970-1974) se construye el Anillo Periférico (Bulevar Universitario Dr. Adolfo Mijangos López) con todo y el Puente del Incienso Martín Prado Vélez (otro ex alcalde de la ciudad, 1949-1951) que permite trasladarse rápidamente del centro de la ciudad hacia la Ciudad Universitaria, en la zona 12; uniéndose en su tendido con la Roosevelt y la Aguilar Batres.

En 2002, la población de esos otros municipios conurbados del AMCG alcanzó 1 millón 118 mil 763 habitantes, sobrepasando la población del municipio de Guatemala que fue de 942 mil 348 habitantes. Solamente Mixco alcanzó 384 mil 428 y Villa Nueva 301 mil 947 habitantes, lo que nos permite ir perfilando la problemática actual de la ciudad.

En cuanto a la composición de la población se presentan a continuación algunos indicadores del desarrollo humano según informe elaborado la PNUD
 Densidad de la Población: 17 personas/Km. cuadrado

Composición de la población según el censo 2002 demográfico:

| | |
|-------------------------------------|------|
| Indígenas (%) | 41 |
| Población rural (%) | 53,9 |
| Mujeres (%) | 51,1 |
| Personas menores de 18 años de edad | 49% |
| Pobreza total (%) | 57 |
| Pobreza extrema (%) | 21,5 |

Educación

| | |
|--|------|
| Tasa de alfabetismo en personas 15 años y más (%) | 69,1 |
| Tasa de alfabetismo en jóvenes de 15 a 24 años de edad (%) | 82,2 |
| Escolaridad promedio en jóvenes de 15 a 24 años (%) | 5,4 |
| Desempleo | |
| Población económicamente activa (millones de ciudadanos) | 4 .9 |

| | |
|--|------|
| Tasa de participación económica (%) | 57.0 |
| Tasa abierta del total de desempleados (%) | 3.1 |

Economía

| | |
|---|-----------------|
| PNI (actual US\$) | 26.900 millones |
| PNI Per capita (actual US\$) | 2,190 |
| PBI (actual US\$) | 27.500 millones |
| Crecimiento del PBI (anual %) | 2,7 |
| Inflación, PBI deflación (anual %) | 8,2 |
| Exportaciones de bienes y servicios (% del PBI) | 17,7 |
| Importaciones de bienes y servicios (% del PBI) | 31,8 |

Fuente: Naciones Unidas informe de desarrollo humano

Población consumidora

La práctica del deporte se desarrolla en todas las edades pero especialmente en la población joven. La falta de espacios y desaparición de canchas ha llevado a los jóvenes a la práctica de futsal o futbol 5 en canchas de grama sintética.

Se estima que hay alrededor de 82 canchas apropiadas para futsal en el área metropolitana de las cuales 50 se encuentran ubicadas en colegios y 32 de ellas son públicas o privadas. En el último año las municipalidades se han interesado por contar con ellas para uso público a un costo muy accesible.

Según la experiencia adquirida a lo largo de cinco años como propietarios de Zona Deportiva y La Fuente, centros deportivos que operan en la ciudad de

Guatemala, el promedio que se maneja por cancha es de alrededor de 50

Equipos, los cuales en su mayoría son masculinos en categoría libre. De ellos

en promedio asisten 10 jugadores por equipo.

Utilizando la información anterior se puede inferir de manera conservadora que

actualmente hay alrededor de 41,000 jugadores de futsal en el área

Metropolitana de la ciudad de Guatemala.

Cálculo de la población

$$82 \times 50 \times 10 = 41,000$$

Donde

82 canchas existentes en el área metropolitana. (Ver anexo)

50 equipos participantes en cada cancha.

10 Jugadores promedio integrantes de cada equipo participante en cada cancha.

Los datos anteriores fueron proporcionados por el departamento de mercadeo de Zona Deportiva carretera a el Salvador.

3.2.2 Estructura de la población por grupos, edades segmentos.

A continuación se presenta la información de la población de la ciudad de

Guatemala según el INE:

| año | poblacion |
|------|-----------|
| 2002 | 942,348 |
| 2003 | 967414 |
| 2004 | 992664 |
| 2005 | 1018175 |
| 2006 | 1041288 |
| 2007 | 1063697 |
| 2008 | 1086141 |

Fuente INE

Distribución de la población por edad:

Según el World Factbook de la CIA la distribución de la población por edad en Guatemala es la siguiente:

- 0-14 años: 40,1% (hombres 2.653.915/mujeres 2.565.841)
- 15-64 años: 56,2% (hombres 3.539.874/mujeres 3.762.471)
- 65 años y más: 3,7% (hombres 222.303/mujeres 257.802) (2008 estimado)

Definición: Esta variable proporciona la distribución de la población según la edad. Se incluye información por sexo y grupo de edad (0-14 años, 15-64 años, 65 años Socioeconómicos claves de una nación).

Fuente: CIA World Factbook

3.2.3 Tasas de crecimiento de la población (General y del Mercado Meta).

Definición: Promedio porcentual anual que refleja el crecimiento o

decrecimiento de la población.

A continuación se presenta la tasa de crecimiento anual de Guatemala, según CIA world fact:

| Año | Tasa de crecimiento (%) |
|------------|--------------------------------|
| 2000 | 2.63 |
| 2001 | 2.6 |
| 2002 | 2.57 |
| 2003 | 2.66 |
| 2004 | 2.61 |
| 2005 | 2.57 |
| 2006 | 2.27 |
| 2007 | 2.152 |
| 2008 | 2.11 |

Fuente: CIA World Factbook

En el área metropolitana, el crecimiento de jugadores de futsal ha sido continuo debido al auge y éxitos que la selección de este deporte ha tenido en los últimos dos años.

Crecimiento de jugadores y canchas

| AÑO | # CANCHAS | # JUGADORES | % TASA DE CRECIMIENTO |
|-------------|------------------|--------------------|------------------------------|
| 2005 | 73 | 37000 | 2.43 % |
| 2006 | 75 | 38000 | 3.65 % |
| 2007 | 78 | 39000 | 4.87 % |
| 2008 | 82 | 41000 | 4.87 % |

fuentes: Datos proporcionados por departamento de mercadeo de futbol sala la fuente

3.2.4 Ingresos promedio de la población de las localidades antes mencionada.

3.2.4.1 Estratos actuales y cambios en la distribución del ingreso.

Según estudio realizado por Multivex la población de Guatemala está dividida en niveles socioeconómicos acorde a su nivel de ingresos el cual es el siguiente:

Nivel alto AB (1.0%) cuyo ingreso mensual es superior a Q 49,600 al mes

Nivel medio alto C1 (2%) cuyo ingreso mensual es un promedio de Q23,500 al mes.

Nivel medio bajo C2 (27%) cuyo ingreso promedio mensual es de Q10,500

Nivel bajo D (43%) cuyo ingreso promedio mensual es de Q2,500

Nivel popular E (27%) su ingreso promedio mensual es menor Q1,100

Mercado meta

El mercado meta de este proyecto, son todas aquellas personas hombres, mujeres, niños y adultos que practican futsal en el área metropolitana de Guatemala, entre las edades de 9 a 50 años y con una definición de ingresos de nivel bajo D, nivel medio bajo C2, medio alto C1.

En cuanto al nivel de pobreza el INE ha estimado que un 55,9% de la población vive en estado de pobreza: 15,7% en extrema pobreza y 40,2% no extrema. El 18% de la pobreza está localizada en el área urbana y el 82% en el área rural. El analfabetismo es del orden del 37% y la esperanza de vida está cifrada en 65,3 años.

La población económicamente activa es de 4,2 millones de habitantes que representa el 35% de la población total, de la cual 16,4% pertenece al sector agrícola, 20,8% al sector industrial, 16,4% al sector comercio y 39,7% al sector servicios.

3.3 Investigación de Mercado.

3.3.1 Antecedentes

El mercado meta de este proyecto, son todas aquellas personas hombres, mujeres, niños y adultos que practican futsal en el área metropolitana de Guatemala entre las edades de 9 a 50 años y con una definición de ingresos de nivel bajo D, nivel medio bajo C2, medio alto C1. Por lo que se procedió a estimar la muestra necesaria para tener un resultado y se fijó un margen de error del 8% con un nivel de confianza del 95%. Como se indicó anteriormente el universo se fijó en 41,000 jugadores.

A continuación se presenta el cálculo de la muestra.

Población finita

$$N = \frac{41,000 \times 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{[(41000-1) \times 0.08] + (3.8416 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$N = \frac{39,376.40}{263.354}$$

$$N = 149.51$$

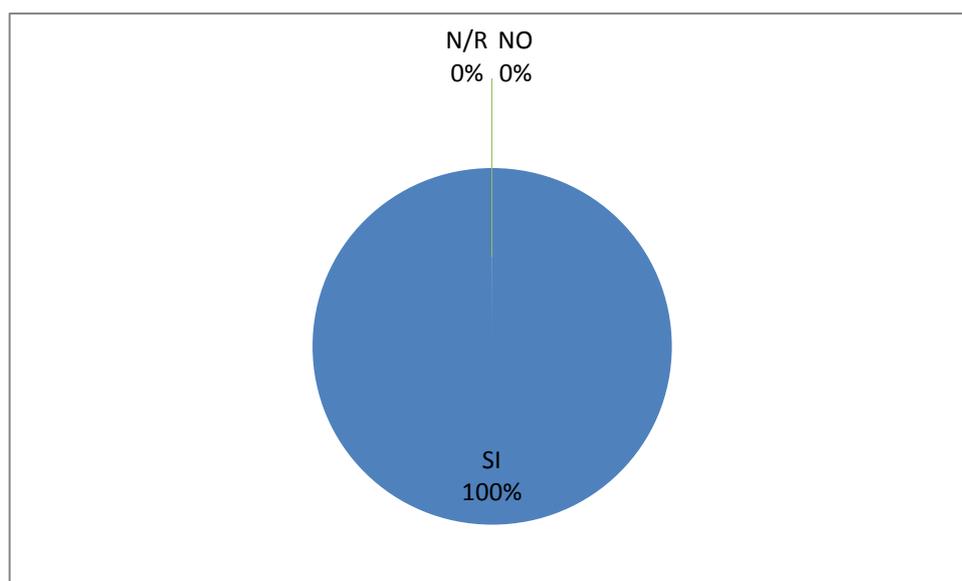
Aproximado 150 encuestas a realizar

Se definió como sujeto idóneo a todo jugador de fútbol, hombre o mujer de cualquier edad. Las encuestas se realizaron en canchas donde se practica este deporte en el área metropolitana. Estas se llevaron a cabo en el mes de abril y fueron realizadas por el proyectista y una persona que le apoyó.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de esta encuesta.

1 ¿Es importante para usted contar con calzado adecuado para la práctica de fútbol?

Importancia uso de calzado para fútbol Gráfica 1



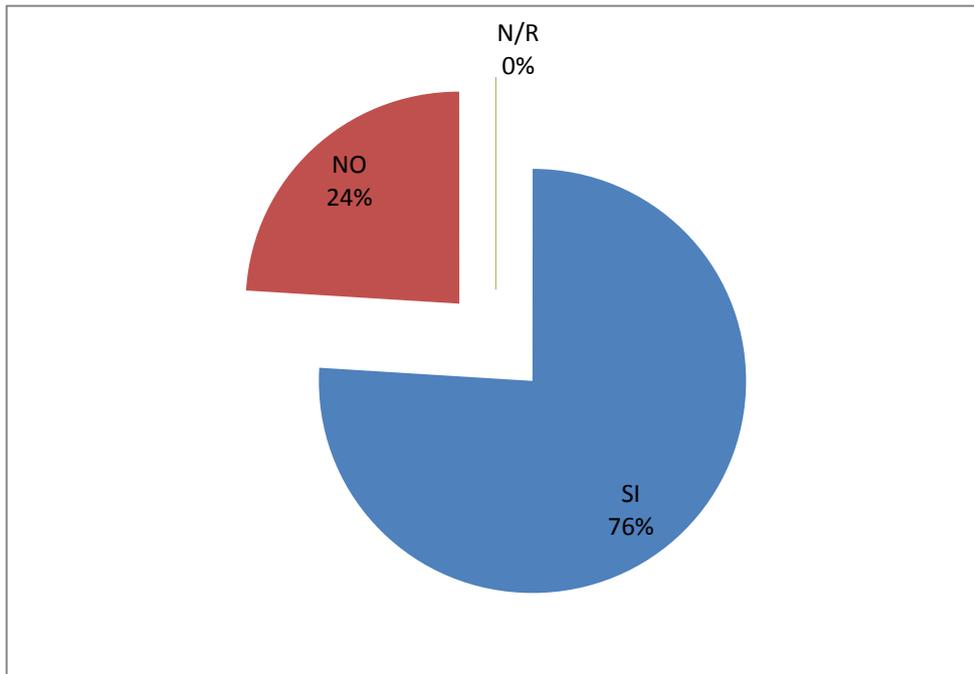
Fuente: el proyectista
N=150

| RESPUESTAS | SI | NO | N/R |
|-------------|------|----|-----|
| # ENCUESTAS | 150 | 0 | 0 |
| POECENTAJE | 100% | 0% | 0% |

Notamos que todos los encuestados practican este deporte ya que las encuestas fueron realizadas en centros deportivos de la práctica de futsal.

2 ¿Conoce usted claramente las características del calzado que se debe utilizar para jugar futsal?

Características del calzado para futsal Gráfica 2



Fuente: el proyectista.

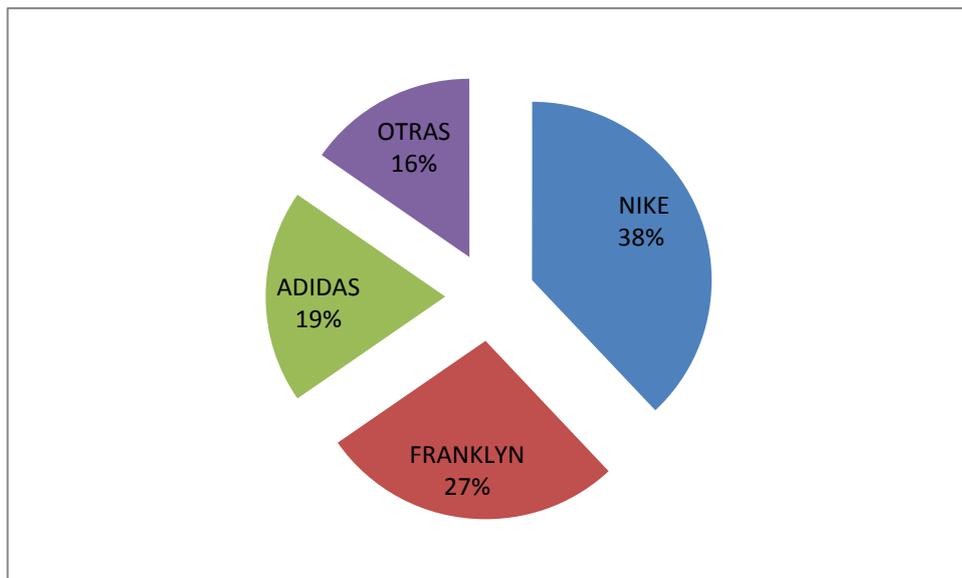
N=150

| RESPUESTAS | SI | NO | N/R |
|-------------|-----|-----|-----|
| # ENCUESTAS | 114 | 36 | 0 |
| PORCENTAJE | 76% | 24% | 0% |

La gráfica nos muestra que la mayoría de gente que practica futsal conoce el deporte a fondo y conoce las características especiales de calzado para jugar futsal.

3 ¿Qué marcas de calzado para jugar futsal conoce?

marcas de calzado para jugar futsal Gráfica 3



Fuente: el proyectista
N=150

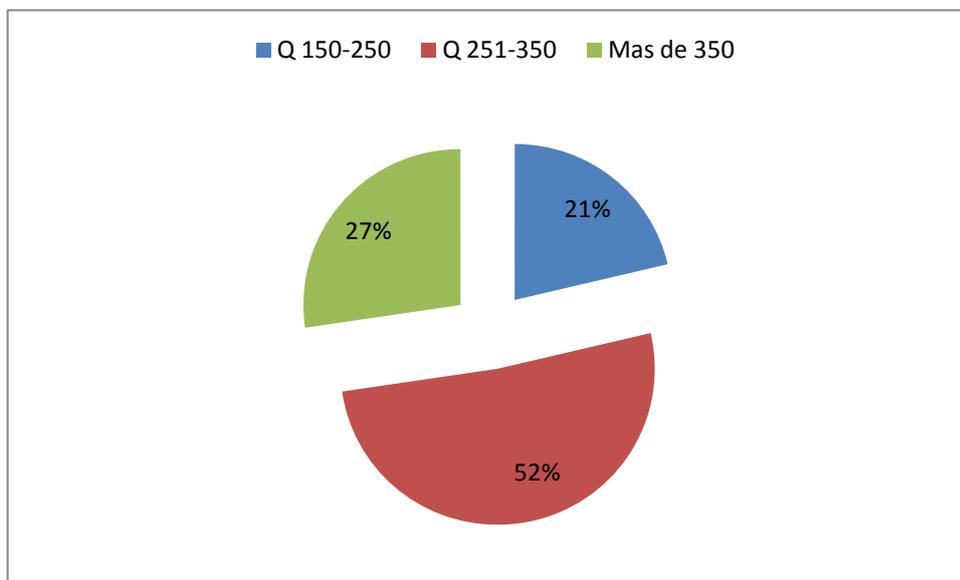
| RESPUESTAS | NIKE | FRANKLYN | ADIDAS | OTRAS |
|-------------|------|----------|--------|-------|
| # ENCUESTAS | 57 | 41 | 29 | 23 |
| PORCENTAJE | 38% | 27% | 19% | 16% |

Notamos que la marca Dal Ponte no es conocida en Guatemala y que el topo of mind en Guatemala para calzado de futsal lo tiene Nike (USA).

4 ¿Cuánto pagó por el calzado que está utilizando para jugar futsal?

Estimación de pago de precios por consumidor final por calzado para jugar futsal

Gráfica 4



Fuente: el proyectista

N=150

| | | |
|---|---|---|
| A | B | C |
|---|---|---|

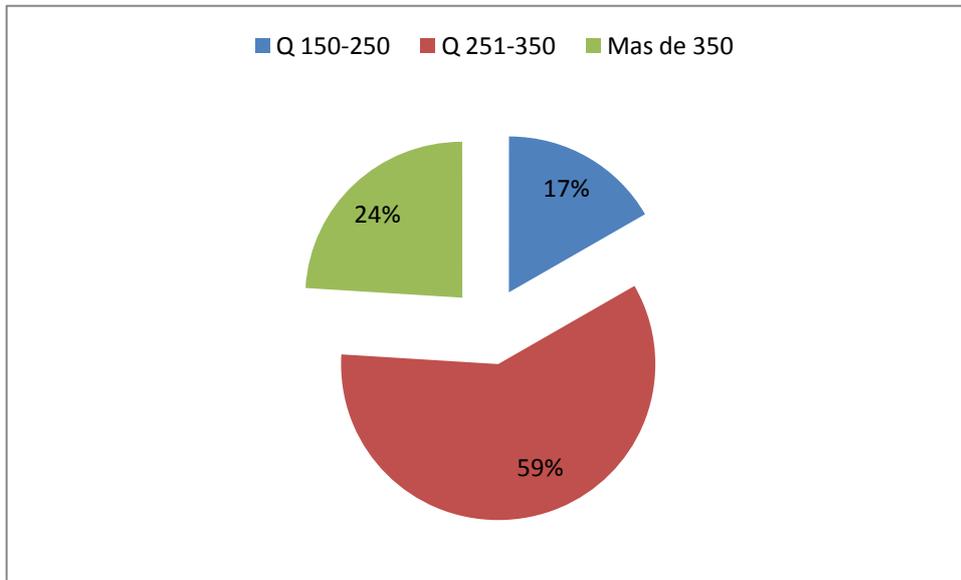
| RESPUESTAS | Q 150-250 | Q 251-350 | Mas de 350 |
|-------------|-----------|-----------|------------|
| # ENCUESTAS | 32 | 77 | 41 |
| PORCENTAJE | 21% | 52% | 27% |

La gráfica nos refleja que la gente no busca sólo lo más barato al comprar calzado de futsal, esto nos hace llegar a la conclusión de que se paga por un zapato cómodo y de buena calidad.

5 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado elaborado específicamente para jugar futsal?

Precios a pagar el público por un calzado elaborado para jugar futsal

Gráfica 5



Fuente: el proyectista

N=150

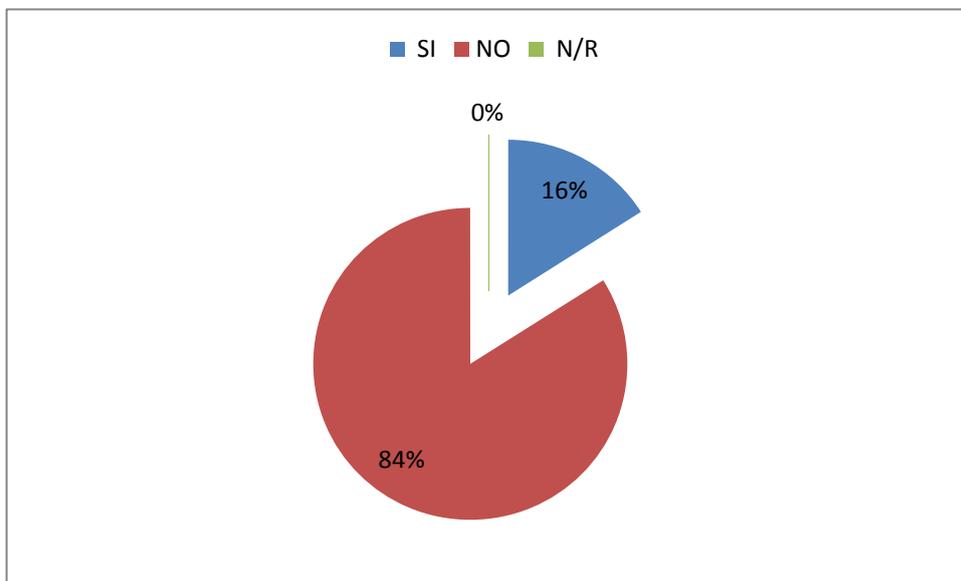
| | A | B | C |
|-------------|-----------|-----------|------------|
| RESPUESTAS | Q 150-250 | Q 251-350 | Mas de 350 |
| # ENCUESTAS | 25 | 89 | 36 |
| PORCENTAJE | 17% | 59% | 24% |

La gráfica nos indica que la gente está consciente de que el futsal goza con calzado específico para su uso y esto nos da la pauta que rango de precio se puede manejar en el mercado.

6 ¿Conoce usted la marca Dal Ponte?

Conocimiento de marca Dal Ponte

Gráfica 6



Fuente: el proyectista

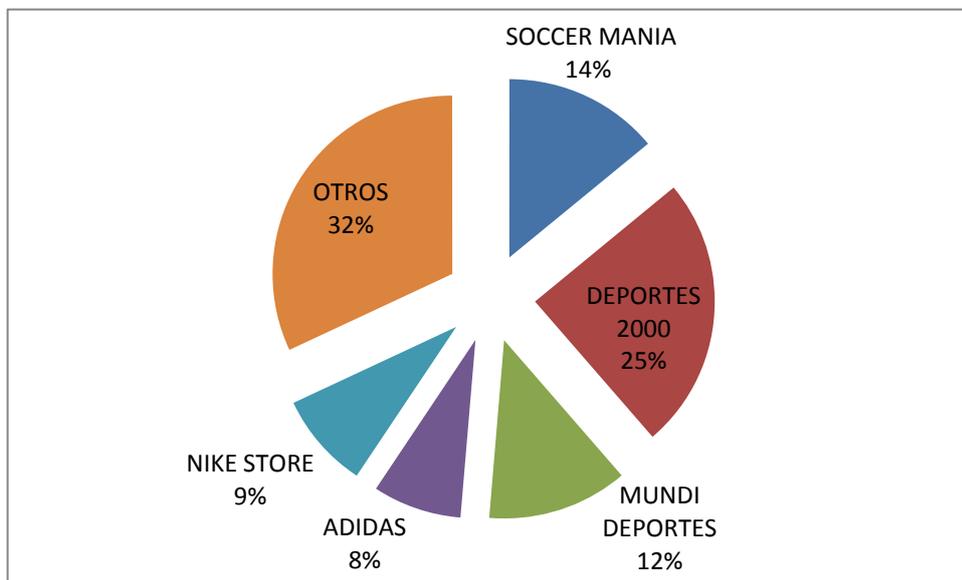
N=150

| | A | B | C |
|-------------|-----|-----|-----|
| RESPUESTAS | SI | NO | N/R |
| # ENCUESTAS | 24 | 126 | 0 |
| PORCENTAJE | 16% | 84% | 0% |

La encuesta nos indica que hay que hacer mucho trabajo de presencia de marca al iniciar el proyecto, ya que es poca gente la que tiene conocimiento de la marca Dal Ponte.

7 ¿Dónde compra actualmente su calzado de futsal?

Comercios para comprar zapato de futsal **Gráfica 7**



Fuente: el proyectista

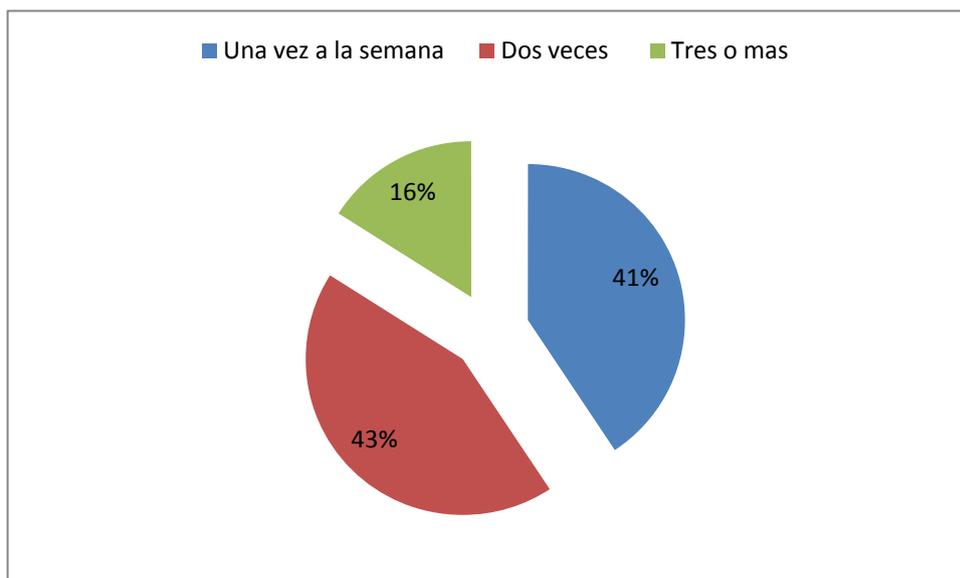
N=150

| RESPUESTAS | SOCCER MANIA | DEPORTES 2000 | MUNDI DEPORTES | ADIDAS | NIKE STORE | OTROS |
|-------------|-----------------|------------------|----------------|--------|---------------|-------|
| # ENCUESTAS | 21 | 37 | 19 | 12 | 13 | 48 |
| PORCENTAJE | 14% | 25% | 12% | 8% | 9% | 32% |

La encuesta nos indica que es fuerte la competencia en el mercado y que hay un 32% de mercado que se puede trabajar.

8 ¿Con qué frecuencia practica usted futsal?

Frecuencia con que se practica futsal **Gráfica 8**



Fuente: el proyectista
N=150

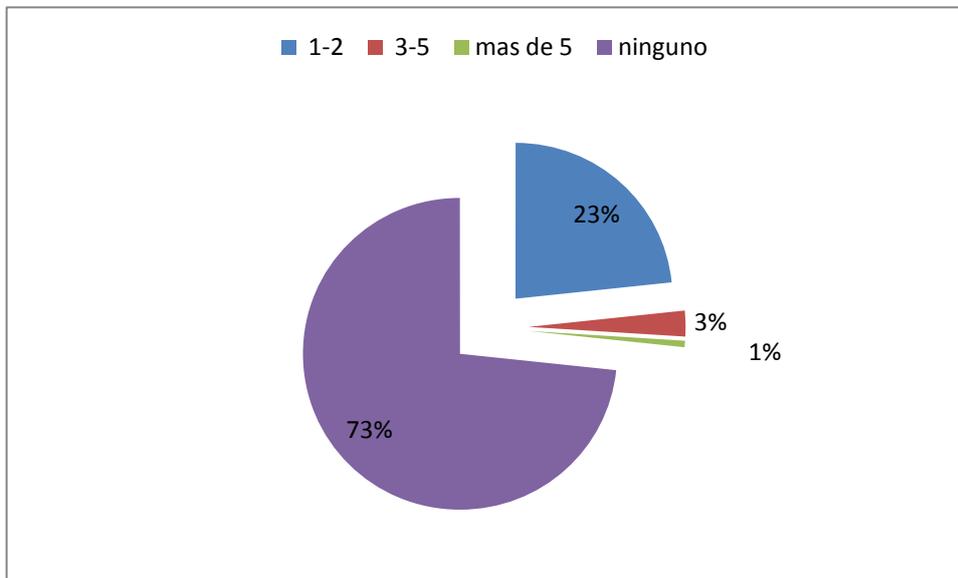
| | A | B | C |
|-------------|---------------------|-----------|------------|
| RESPUESTAS | Una vez a la semana | Dos veces | Tres o mas |
| # ENCUESTAS | 61 | 65 | 24 |
| PORCENTAJE | 41% | 43% | 16% |

Esta pregunta nos refleja que los jugadores de futsal practican frecuentemente este deporte en Guatemala y que tiene una aceptación muy buena entre la población.

9 ¿Cuántos miembros de su familia, menores de 15 años, juegan futsal?

Cantidad de jugadores menores de 15 años

Gráfica 9



Fuente: el proyectista

N=150

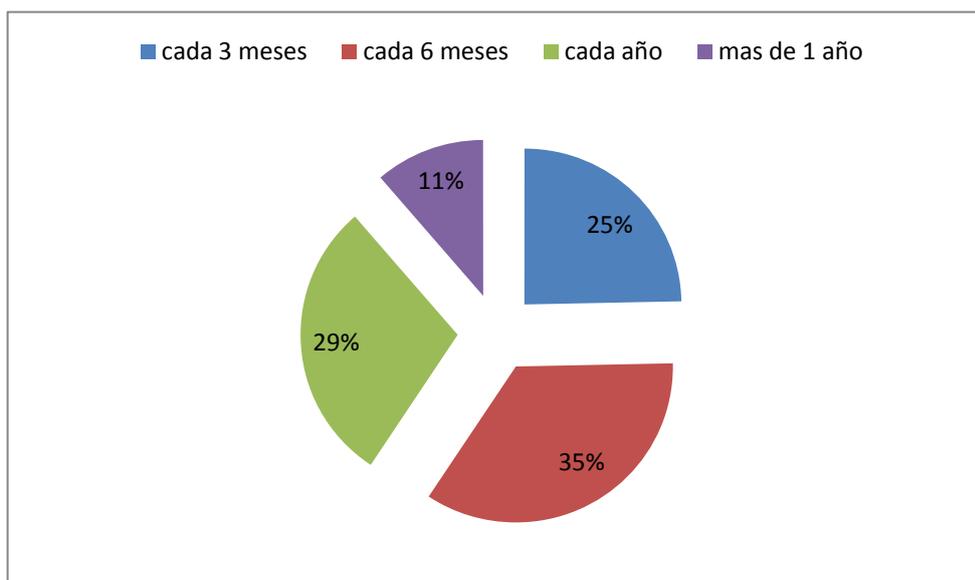
| | A | B | C | D |
|-------------|-----|-----|----------|---------|
| RESPUESTAS | 1-2 | 3-5 | mas de 5 | ninguno |
| # ENCUESTAS | 35 | 4 | 1 | 110 |
| PORCENTAJE | 23% | 3% | 1% | 73% |

La gráfica nos refleja que pocos son los niños que juegan fútbol en Guatemala, por lo mismo refleja que es poca la demanda de zapato para niño de fútbol.

10 ¿Cada cuanto compra usted zapato para la práctica de futsal?

Frecuencia con que se adquiere zapato para la práctica de futsal en Guatemala

Gráfica 10



Fuente: el proyectista

N=150

| | A | B | C | D |
|-------------|--------------|--------------|----------|--------------|
| RESPUESTAS | cada 3 meses | cada 6 meses | cada año | mas de 1 año |
| # ENCUESTAS | 37 | 52 | 44 | 17 |
| PORCENTAJE | 25% | 35% | 29% | 11% |

Esta encuesta nos refleja que es constante el consumo de zapato para futsal y que las personas adquieren unos 2 pares de zapato promedio por año.

3.3.2 Comportamiento de la demanda.

3.3.2.1 Situación actual.

Considerando los resultados obtenidos en la encuesta podemos observar que el 100% de los jugadores activos cuentan con calzado adecuado para la práctica de fútbol. Basado en la frecuencia con la que compran su calzado se realizó una estimación ponderada del número de pares de calzado que representan la demanda actual, estimándose en 82,000 pares al año. A continuación el cálculo realizado para llegar a esta estimación:

41,000 jugadores activos de fútbol x un promedio de 2 compras al año de calzado.

3.3.2.2 Características teóricas de la demanda actual.

Los jugadores que se encuentran activos en sus diferentes equipos conocen de las diferentes calidades y marcas de calzado existente. Estos buscan tener el calzado más adecuado en tanto que los que practican el deporte en forma recreativa conocen menos del tema y son menos exigentes en cuanto a las características e inversión a realizar. Por tal razón se espera contar con diferentes estilos y precios que puedan satisfacer ambas necesidades.

También se tendrá la venta a mayoristas quienes serán otras tiendas de venta de artículos deportivos que se encuentran en toda el área designada.

3.3.2.3 Situación futura.

Cobertura del proyecto

Como se mencionó anteriormente, se estima que en la actualidad hay alrededor de 41,000 jugadores que practican fútbol y debido a que según el estudio de mercado, el 100% de ellos considera importante contar con calzado adecuado para la práctica de ese deporte podemos estimar que la totalidad de jugadores pueden potencialmente ser nuestros clientes, sin embargo debido al arraigo que tienen otras marcas conocidas tales como Nike, Franklyn y Adidas, este proyecto pretende captar un 8% del mercado. Estimado de la siguiente manera:

Se estimó que el consumo es de 83,845 pares al año y el proyecto pretende importar 6,400 pares dividido en embarques trimestrales.

Demanda futura

En los últimos años, la tendencia muestra un crecimiento continuo pero bajo en la apertura de nuevas canchas para la práctica del deporte. Por lo que se estima que la tasa de crecimiento de jugadores será menor a la tendencia hasta el 2,008, la cual era de un 4.87%, estimándose conservadoramente que el crecimiento seguirá a un ritmo de alrededor de un 3% por año. Por lo que se ha realizado la siguiente proyección:

| Año | # jugadores |
|------|-------------|
| 2009 | 41,000 |
| 2010 | 42,230 |
| 2011 | 43,497 |
| 2012 | 44,802 |
| 2013 | 46,146 |

3.3.3 Comportamiento de la oferta.

Situación de los competidores.

Al introducir el nuevo calzado a éste país no habrá otra empresa competidora de esta marca, ya que la exclusividad se dará únicamente para Zona Deportiva para la venta y distribución de éste tipo de calzado.

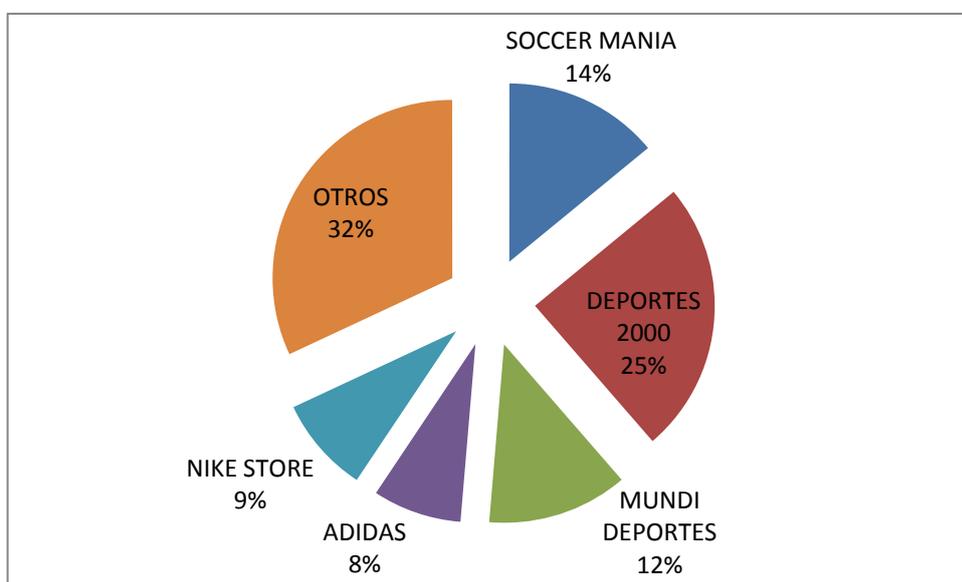
Pero la competencia definitivamente seguiría existiendo con lo que respecta a éste tipo de calzado, sobre todo teniendo a marcas mundialmente conocidas, quienes a través del mercadeo se han posicionado en un lugar fuerte e importante dentro de la preferencia de quienes desean practicar éste tipo de deporte.

El lugar inicial donde se instalará el proyecto será un local dentro del Centro Comercial la Fuente, San Cristóbal, en el cual los jugadores podrán acceder a las ventas sin problema alguno.

Los principales competidores que tiene este tipo de calzado son marcas como Nike, Adidas, franklyn, umbro, lotto, distribuidas por los puntos de venta como soccer manía, deportes 2000, Mundi deportes, Nike store entre otros quienes serán competencia directa.

En el estudio de mercado, se muestra que el lugar preferido para adquirir calzado para la práctica del deporte es deportes 2000 y siguiendo en orden de importancia soccer manía, mundi deportes y las tiendas Nike Store. A continuación se presenta una gráfica de la participación de los sitios donde se vende actualmente calzado de futsal.

Comercios para comprar zapato de futsal



Fuente: el proyectista

3.3.4 Comportamiento de precios.

3.3.4.1 Análisis de las series históricas de precios.

Al ser este un producto nuevo en el mercado Guatemalteco, ya que es la primera vez que se importará Dal Ponte a Guatemala, no se tienen datos históricos de precios.

3.3.4.2 Estimación de la evolución futura de los precios.

| Servicio | Precios al 2009 | Precios al 2010 | Precios al 2011 | Precios al 2012 |
|-----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Venta de calzado deportivo. | Q 160.00 cada par. | Q 160.00 cada par. | Q 180.00 cada par. | Q 200.00 por cada par. |

Se estima que los primeros dos años los precios serán los mismos para facilitar la introducción del producto ya que se tiene un acuerdo legal con el proveedor quien nos sostendrá el precio durante ese tiempo.

Los factores que influirán en el aumento de precios serán:

- Aumento del petróleo.
- Impuestos.
- **Factores inflacionarios.**

3.3.4.3 Influencia prevista de los precios sobre la demanda.

Los efectos que podrían tener el aumento de precios podrían ser los siguientes:

- Que en determinado momento los competidores decidan bajar sus precios y obliguen a Zona Deportiva a hacerlo también.
- Que los consumidores reacciones bien al efecto inflacionario y se adapten a los precios.
- Que los clientes paulatinamente dejen de consumir.
- Que la empresa a través del sistema inflacionario no pueda bajar sus precios, ni adaptarse a las capacidades de pago de los consumidores.

3.3.4.4 Márgenes de comercialización.

Este tipo de productos tienen muy buena aceptación, sobre todo si se manejan a precios realmente bajos y favorables, de igual forma la calidad y la marca que manejará Zona Deportiva es reconocida a nivel mundial, ello facilitará la introducción de esa marca en este país. Este tipo de producto (el zapato para futsal) es distribuido por otras empresas dedicadas a la venta de accesorio y ropa deportiva. Se pretende comercializar el 100% del

producto que se importe y de ser necesario se deber abrir otra sucursal al momento de recibir la mercadería.

Se espera obtener en promedio un margen bruto de ganancia del 50% .

Políticas de servicio:

- La empresa permitirá devoluciones únicamente presentando factura contable y si se comprueba que el calzado posee fallas en su manufactura.
- Se permitirán devoluciones hasta 3 meses luego de haber efectuado la compra.
- La empresa como comprobante de pago emite factura contable con el total del importe de venta realizado.

3.3.5 Análisis de comercialización.

Como proceso inicial se debe preparar físicamente el local donde se colocará todo el calzado. Al unísono debe de negociarse con la empresa Brasileña el envío del calzado hacia Guatemala.

Debe de prepararse el plan de mercadeo que debe de incluir volanteo, anuncio en empresas de cable contrato de alguna valla publicitaria para dar a conocer el producto nuevo.

El producto se venderá en su empaque original y se le dejarán las etiquetas, las cuales servirán como garantía al momento de algún reclamo.

3.4 Resumen del capítulo.

En éste capítulo se dio una noción de lo que respecta al mercadeo para éste nuevo negocio, hacia que se enfrenta, el tipo de mercado con el que debe de lidiar. Los precios que se manejarán, el tipo de competidores a los que se debe de enfrentar.

El tipo de cliente meta al que se debe de atender, los planes y gastos promedio mensuales para el mercadeo.

A la vez se da un conocimiento de quienes son los competidores principales para este producto (Dal Ponte), y qué área de aceptación tienen en el mercado y posicionamiento.

Se ve un mantenimiento de precios en los primeros tres años por contrato a realizarse con la casa matriz Dal Ponte.

Vemos que la cobertura que tiene el proyecto es para el área metropolitana de Guatemala y se prevé la expansión a toda la república y Centroamérica en un futuro cuando esté establecido el producto en el área metropolitana.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO.

4.1 Tamaño.

El proyecto tiene como objetivo traer la marca Dal ponte para Guatemala, que sirve para la práctica del Fútbol. Para tener un lugar adecuado para exhibición.

Se pretende mejorar una tienda de ropa que se posee que está a la salida de las canchas de La Fuente en San Cristóbal.

Se tendrá la exclusividad para toda Centro América de la distribución y venta de esta marca. Pero inicialmente este proyecto contempla únicamente la primera fase que se llevará a cabo en el área metropolitana de Guatemala.

A mediano plazo, se pretende que este negocio pueda tener más sucursales y para el primer año se estima traer 6,400 pares dividido en embarques trimestrales.

4.1.1 Capacidad del proyecto

Se iniciará con un punto de venta y se nombrará un dependiente específico para atender la marca Dal ponte la labor de venta a otros establecimientos la hará el gerente propietario.

La entrega se producto se hará por medio de una persona específicamente contratada para atender la bodega y realizar las entregas, En el área metropolitana de la ciudad de Guatemala.

4.1.2 Factores condicionantes del tamaño.

El proyecto tiene la capacidad de crecer en muy poco tiempo debido a los siguientes factores:

- Se cuenta con la facilidad de conseguir el presupuesto necesario para la inversión inicial, el proveedor otorgará crédito a 90 días luego de la entrega del primer lote que será de 200 pares.
- Se cuenta con el apoyo de la fábrica para poder trabajar la marca en este país.
- Se cuenta con un local comercial para que ahí se pueda distribuir y vender el calzado.
- Se tiene contemplada la compra de tecnología adecuada para tener el control digital de las existencias y del movimiento general de ventas.
- Se tienen contratado los servicios de una empresa aduanera para el traslado de la mercadería hasta la sala de ventas.

4.1.3 Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización.

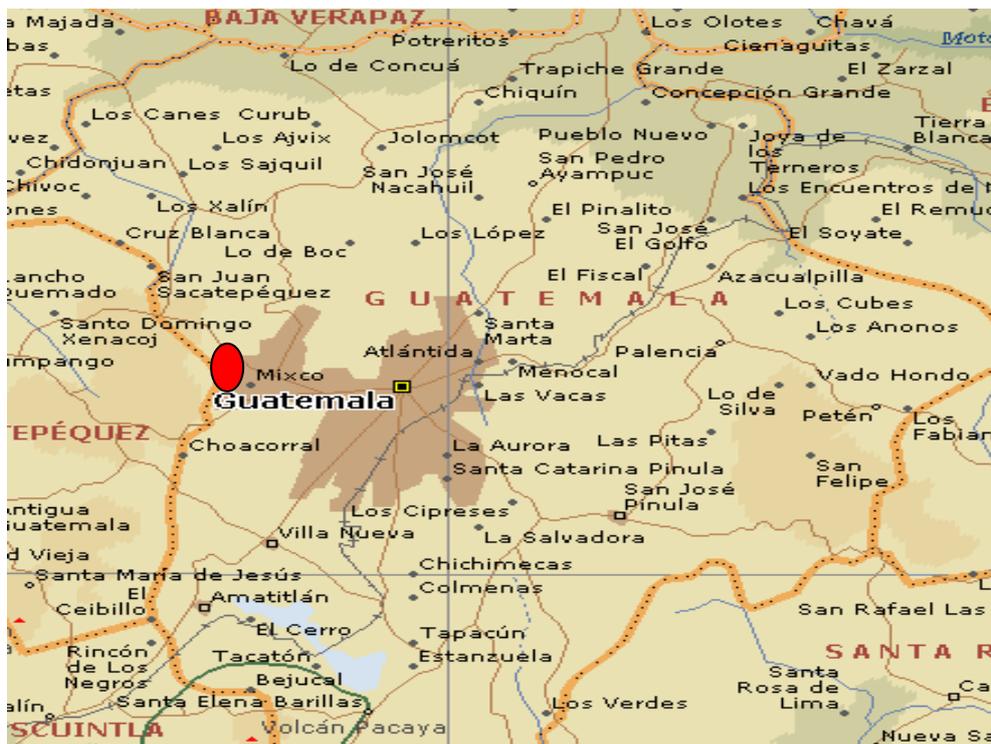
Es importante que Dal Ponte tome ventaja de la posición tanto geográfica como en la preferencia de los clientes. Tomando en cuenta que con el solo hecho de visitar las canchas deportivas los clientes tendrán la opción de ver que a la entrada de las mismas está ubicado un local comercial donde se venden zapatos para la práctica del Futsal.

De igual forma Zona Deportiva está ubicada en el Boulevard Principal de Ciudad San Cristóbal, ello permite que los clientes puedan ver no solo la existencia misma de las canchas sino existe la posibilidad de colocar publicidad en ambas vías del Boulevard para dar a conocer la nueva marca.

4.2 Localización.

4.2.1 Macro Localización.

El local comercial donde se encontrará ubicada la venta de estos zapatos está dentro de las zonas más fuertes e importantes del área metropolitana que es Ciudad San Cristóbal, el crecimiento que ha tenido ésta zona es bastante considerable, debido al aumento de complejos habitacionales

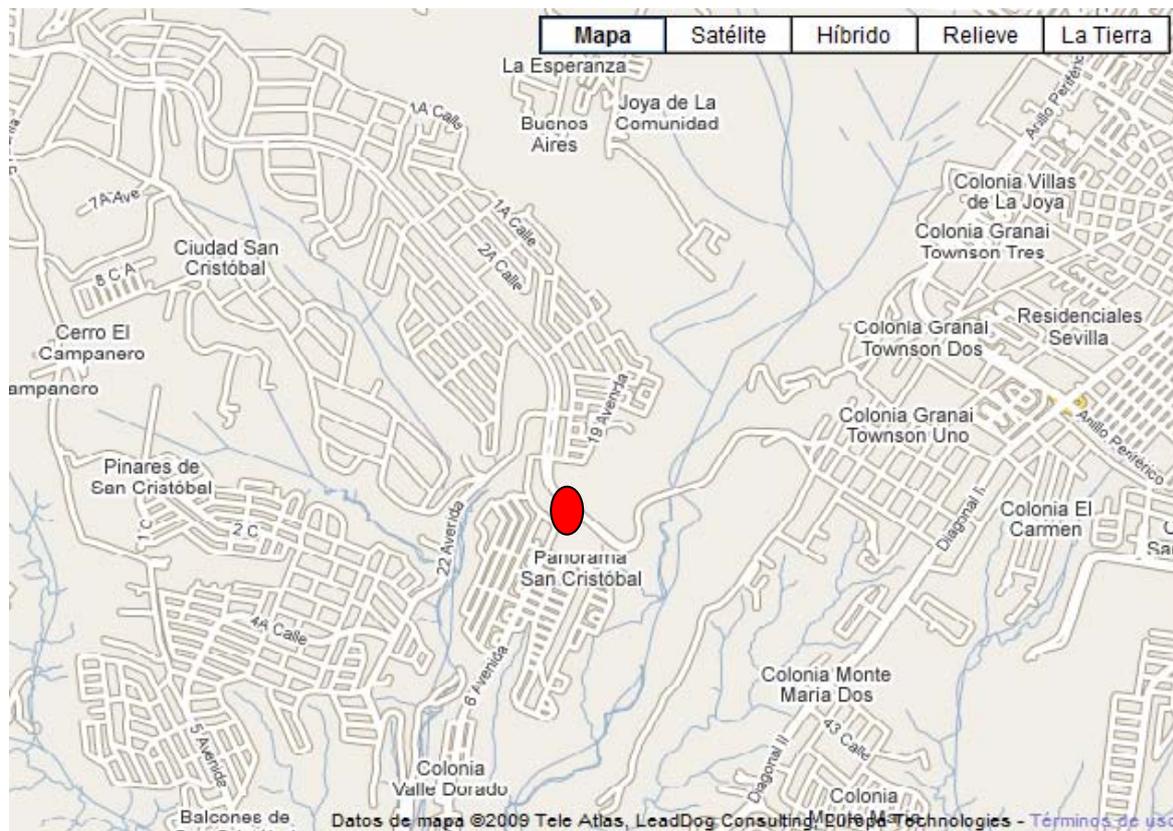


4.2.2 Micro Localización.

Zona Deportiva está dentro del Centro Comercial La Fuente. Este Centro Comercial esta sobre el Boulevard Principal de Ciudad San Cristóbal, en específico sobre el área más transitada de la localidad en la entrada y salida del periférico. Con un poco de publicidad se le facilitaría a todos los visitantes ubicar éste Centro Comercial.

El local comercial es bastante amplio y pegado al parqueo con un ventanal en la parte lateral, donde es mucho más fácil la visualización por parte de los visitantes.

El comercial cuenta con amplio parqueo y seguridad, lo que puede ayudar en gran parte al Marketing debido a que la mayoría de personas no solo busca accesibilidad sino comodidad y seguridad cuando se va de visita a algún lugar.



4.2.3 Distancias para el traslado de mercadería.

Cuando se realice un pedido, se trabajará con una agencia aduanal y el transporte hacia nuestras bodegas estará a cargo de dichas bodegas. El local cuenta con una bodega con capacidad de almacenar aproximadamente 200 cajas de zapatos.

4.2.4 Con relación a las características geográficas del terreno, del proceso productivo y del programa de expansión.

Al momento en que se construyó el Centro Comercial, se decidió dar espacio para la construcción de canchas deportivas en la parte trasera de éste. Y se aprovechó el área del Centro Comercial para dejar un local dedicado a la venta de artículos deportivos, y se dejó este local precisamente en la entrada de las canchas para facilitar la promoción y venta de la ropa deportiva.

4.2.5 Distancias y Costos de Transporte.

El producto es importado, por tal motivo los costos serán de importación. El Costo de Flete puede ser:

- Aéreo: \$ 2,600.00 demora aproximada de 3 días.
- Marítimo \$ 1,050.00 demora aproximada de 18 días.

Por tal razón se tomará la alternativa de traerlo vía marítima.

El Costo de transporte terrestre hasta bodega en Ciudad Guatemala será de:

\$ 100.00 de combustible

\$ 50.00 de pago de chofer

Únicamente ya que Zona Deportiva cuenta con cabezal y furgón propios.

4.3 Proceso principal del proyecto.

4.3.1 Descripción general del proceso.

Al inicio se pretende terminar la negociación con la empresa Brasileña para pactar la compra-venta con ellos y ejecutar las gestiones necesarias para el envío y recepción de la mercadería.

Se deben ejecutar las gestiones necesarias para obtener una carta de crédito que pueda dar certeza a la inversión inicial.

A través del catálogo de mercadería disponible por la fábrica, debe realizarse una reunión con los miembros del equipo de trabajo para seleccionar los estilos, modelos y colores que se tendrán para la venta, y así realizar finalmente el pedido.

Deben programarse los cambios en la estructura del local comercial incluyendo la compra de mostradores, iluminación y ampliación en la bodega para poder almacenar toda la mercadería que se deba de quedar en resguardo.

Finalmente debe cotizarse y comprarse el Hardware y Software necesarios para llevar el control digital de las existencias y poder enviar el reporte vía Internet a Brasil de los movimientos de las ventas del negocio.

Es importante contemplar el proceso de capacitación en el conocimiento del producto por de los involucrados.

Cuando esté establecida la empresa, se manejará el siguiente proceso regular de comercialización:

- Negociación con los clientes.
- Selección de los productos.
- Negociación con los proveedores.
- Ejecutar primer pago.
- Negociar la entrega.
- Recepción de la mercadería.
- Acomodación de la mercadería en las instalaciones.

4.3.2 Insumos principales, secundarios y alternativos.

Mostradores: de 3 repisas cada uno con 1 metro de largo y medio de ancho.

Espejos modeladores: de metro 1 medio de alto.

4.3.3 Residuos generados en el proceso.

- Cajas vacías.

4.3.4 Identificación y descripción de las etapas del proceso de implementación del proyecto.

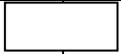
Al inicio se cotizará la compra de mercadería con la firma Dal ponte de Brasil. Se analizarán los distintos mecanismos de factibilidad, tanto operativa, legal y económica.

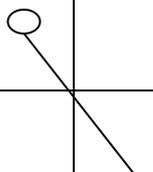
Se solicitará financiamiento a través de la casa matriz para la compra de la mercadería.

Se efectuarán las remodelaciones necesarias en el local para la introducción de la nueva mercadería.

Negociación final con la firma Dal Ponte y contratación de servicios profesionales de una firma que se encargue de los trámites aduaneros para la nacionalización del producto.
Recepción de la mercadería.

4.3.5 Flujo grama del proceso total.

| No. | Descripción | Tiempo |  |  |  |  |  |
|-----|---|--------|---|---|--|---|---|
| | Operación | |  | | | | |
| 1 | Contacto con proveedor y solicitud de catálogo y precios. | 2 días |  |  | | | |
| | Espera | | | |  | | |
| 2 | Recepción de catálogo y análisis de pedido. | 2 días | | | |  | |
| | Almacenamiento | | | | |  | |

| | | | | | | | |
|----------|--|----------------|--|---|--|--|--|
| 3 | Solicitud de carta de crédito. | 10 días |  | | | | |
| 4 | Confirmación de pedido. | 1 día |  | | | | |
| 5 | Negociación final con firma Dal Ponte. | 1 día |  | | | | |
| 6 | Confección de pedido | 4 días |  | | | | |
| 7 | Transporte vía marítima y Recepción final de mercadería en sala de ventas. | 20 días | |  | | | |

4.3.6 Descripción de las instalaciones, equipos y personal.

Instalaciones:

Un local comercial con extensión de 40 metros cuadrados.

Equipos:

Computadora, separadores, slatwall, tróquet.

Personal:

1 Gerente General

1 Encargado de tienda

4.3.7 Análisis de la escala de producción.

No aplica ya que el proyecto no está enfocado a producción.

4.3.8 Capacidad Ociosa.

Todos los elementos se utilizarán al inicio del proceso, tanto los insumos físicos como el recurso humano.

4.3.9 Expansión de Instalaciones.

Se pretende que la firma pueda expandir sus horizontes y abrir otras sucursales en el área de la capital como lo puede ser en:

- Zona 1.
- Villa Nueva.
- San Lucas Sacatepéquez.
- Aguilar Batres.

Es necesario que como mínimo en dichas áreas existan Centros Comerciales accesibles para los pobladores de dichas localidades, así como un amplio local comercial y seguridad en el área. Sin embargo esto será parte de una segunda fase, este proyecto se limitara a la primera fase.

4.3.10 Expansión por cambios tecnológicos.

El único cambio tecnológico previsto para un futuro no muy lejano, será la compra de algún otro sistema que funcione como punto de venta. Control de inventarios y facturación para el local.

4.4 Obras Físicas.

- Pintura en el espacio específico para Dal Ponte a establecer en el local.
- Colocación de 2 planchas de slatwall en área determinada para Dal Ponte en el local comercial.

Teniendo un costo de Q 4,000.00 en total con mano de obra incluida.

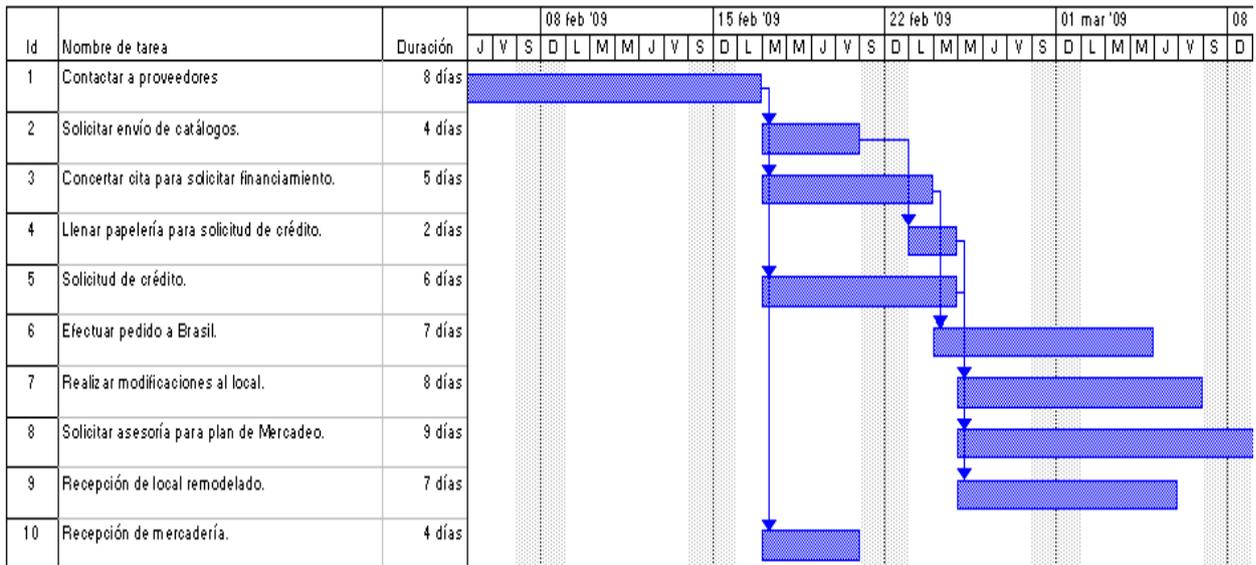
4.5 Organización.

4.5.1 Responsables de la ejecución de las obras.

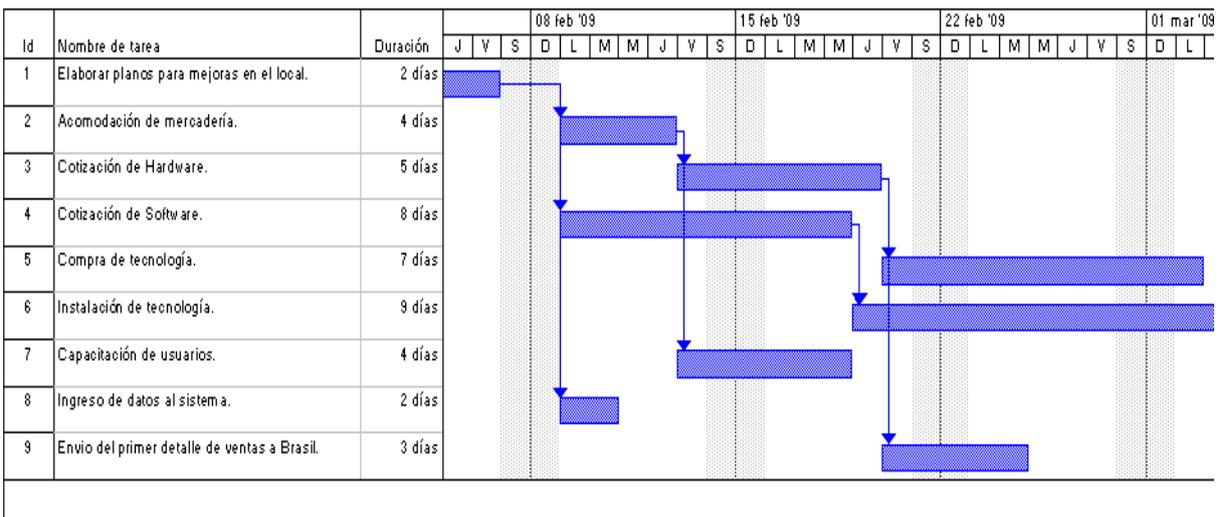
| PROCESO | DESCRIPCION | RESPONSABLES |
|---|--|----------------------------|
| Contactar a proveedores de calzado. | Contrato por compra-venta. | Gerente de Zona Deportiva. |
| Contratar carta de crédito con algún banco del sistema. | Carta de crédito como garantía mientras viene la importación | Gerente de Zona Deportiva. |
| Compra de accesorios | Con proveedores locales | Gerente de Zona Deportiva. |
| Compra de equipo de cómputo. | Compra venta. | Gerente de Zona Deportiva. |
| Compra de Software. | Compra venta. | Gerente de Zona Deportiva. |

4.6 Calendario

4.6.1 Calendario inicial de actividades.



4.6.2 Calendario final de actividades.



4.6.3 Ejecución del proyecto.

Es necesario disponer de aproximadamente 40 días para que todo empiece a funcionar normalmente incluyendo la puesta en marcha del sistema y que toda la mercadería esté ya dispuesta en el local lista para la venta.

4.6.4 Operación del proyecto:

Para la operación final del proyecto, se espera disponer de 20 días para la promoción del producto y la integración de información al nuevo sistema.

4.7 Resumen del Capítulo

En el presente capítulo se trataron temas como el tamaño y la dimensión que tendrá el nuevo producto. Las áreas o zonas donde se podría cubrir el nuevo mercado, concluyendo que éste podría crecer y extenderse a otras zonas como podría ser Zona 1, Villa Nueva y San Lucas Sacatepéquez.

Se establecieron las necesidades de cambio en la estructura física del local comercial actual incluyendo remodelaciones y el presupuesto necesario para ello.

Se definieron los calendarios de actividades tanto inicial como el final.

El inicial incluye las actividades primarias, y el final incluye la implementación de la tecnología sugerida.

A la vez se ve qué medios de transporte se pueden utilizar para la importación del producto, sus precios y se definió que lo más indicado para transportarlo es vía marítima, ya que se tarda un poco de tiempo más pero es mucho más económico. Y con una buena aplicación de cadena de suministros no existiría ningún problema en abastecerse a tiempo.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL.

5.1 Estructura Administrativo Legal.

5.1.1 Marco Legal del Proyecto. (Explicativo y Descriptivo).

La empresa Zona Deportiva esta legalmente constituida e inscrita en el Registro Mercantil como Zona Deportiva, Sociedad Anónima, dedicada al brindar servicios relacionados a la práctica de Futsal en Guatemala, así como a la distribución y venta de artículos deportivos. Arrendamiento de canchas para la práctica de dicho deporte.

La implementación de éste proyecto no interfiere en las leyes vigentes en este país lo único es que debe de tenerse claro que la empresa debe de cumplir con los siguientes lineamientos:

- Pagar todos los trámites aduanales al momento de nacionalizar la mercadería al país.
- Facturación de las ventas del calzado.
- Solicitar los comprobantes de las compras realizadas con la casa Matriz en Brasil.
- Tener el inventario actualizado a nivel contable de la mercadería recibida.
- Reportar la compra en el libro contable correspondiente.
- Registrar la venta en el libro contable correspondiente.
- Registrar las facturas por las ventas realizadas de dicha mercadería.

También se tendrá dentro del marco legal la regulación del contrato con la casa matriz Dal Ponte por la exclusividad por tres años.

5.1.1 Régimen tributario.

La empresa está inscrita en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) como Sociedad Anónima, afecta al pago de los siguientes Impuestos:

- **IVA:** Declaración mensual reportando débitos y créditos por compras y ventas realizadas.

- **ISR:** Inscrita en el régimen optativo del pago del 31% luego de haber determinado las deducciones de ley, declaración trimestral y anual.
- **ISO:** Como empresa mercantil, está afecta al pago de éste impuesto, declaración trimestral.

5.2 Planteamiento de la organización técnico Funcional.

El máximo órgano de la Sociedad es la asamblea de accionistas, de quienes se nombra la junta directiva y esta a su vez nombra un Gerente General, quien tiene la representación legal de la entidad. La empresa por estar operando desde el año 2,000, ya realiza otras actividades, sin embargo para propósitos de este proyecto el Gerente General se involucrara directamente en el. A continuación una breve descripción de los puestos involucrados en este proyecto:

Gerencia General:

Toma las decisiones de mayor relevancia para la empresa, dirige y supervisa el movimiento a nivel general en la organización. Encargado de supervisar que todos los procesos y actividades se ejecuten de acuerdo a lo programado, encargado de ejecutar las compras y tener contacto directo con los proveedores. Además es el encargado de despacho a estos mismos.

Encargado de tienda.

Encargado de la atención al público, de los cobros, facturación, atención a proveedores y clientela en general en sala de ventas.

Contador General:

Se llevara outsourcing

Limpieza

Se hará outsourcing

5.3 Estructura Administrativa.

5.3.1 Descripción de los perfiles de puestos.

Manuales de puestos y funciones.

1. Gerente General.

| Descripción de puestos | |
|------------------------|--|
| A) | Identificación del puesto: |
| 1. | Nombre del puesto: Gerente General. |
| 2. | Número de plazas existentes: 1 |
| 3. | Ubicación Física : (Oficinas administrativas). |
| B) | Relaciones de Autoridad: |
| 1. | Jefe Inmediato: Ninguno. |
| 2. | Subordinados directos: Todo el personal. |
| 3. | Dependencia Funcional: La Administración. |
| C) | Funciones Generales: |
| 1. | Supervisión de todo el personal. |
| 2. | Supervisión de todas las actividades que se realizan dentro de la empresa. |
| 3. | Supervisar los ingresos. |
| 4. | Control de egresos. |
| 5. | Negociaciones a nivel internacional. |
| 6. | Contactar y negociar con proveedores. |
| 7. | Encargado de los despachos del proveedor y a los clientes mayoristas. |

| |
|---|
| <p>D) Funciones Específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar los procesos contables. 2. Supervisar movimientos de ingresos y egresos de la empresa. |
| <p>E) Perfil y/o Especificaciones del puesto.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimientos: Administración en general. 2. Nivel Académico: Bachelor in business administration. |

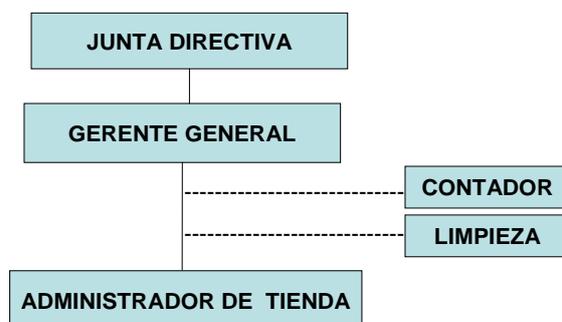
2. Encargado de tienda.

| |
|---|
| <p>Descripción del puesto</p> |
| <p>A) Identificación del puesto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre del puesto: Encargado de tienda. 2. Número de plazas existentes: 1 3. Ubicación Física: Sala de ventas San Cristóbal. |
| <p>B) Relaciones de Autoridad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jefe Inmediato: Gerente General. 2. Subordinados directos: Ninguno 3. Dependencia Funcional: La Administración. |
| <p>C) Funciones Generales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al público. 2. Encargado de inventario de sala de ventas. 3. Supervisor del área de sala de ventas. <p>D) Funciones Específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facturación. 2. Cobros de ventas. |

E) Perfil y/o Especificaciones del puesto.

1. Conocimientos: Administración, atención al público.

2. Nivel Académico: Perito Contador como mínimo.

5.3.2 Organigrama general de la empresa.**Cuadro de salarios**

| PUESTO | SALARIO |
|--------------------------|----------------|
| GERENTE GENERAL | Q 2,000.00 |
| ADMINISTRADOR DE TIENDA | Q 2,000.00 |
| CONTABILIDAD OUTSOURCING | Q 400.00 |
| LIMPIEZA OUTSOURCING | Q 400.00 |

5.4 Planteamiento del sistema general de control.

Como controles se pretende implementar los siguientes:

- Controles referentes al inventario de productos en existencia y listos para la venta.
- Controles completos de la facturación.
- Control de las existencias en la sala de ventas, procurando que haya de todo un poco.

- Controlar que los pagos a los proveedores sean puntuales, ya que periódicamente es necesario reportarles a los proveedores del movimiento de ventas.

5.5 Resumen del Capítulo

En el presente capítulo se detalló la estructura administrativa de la empresa, quienes la conforman, que actividades desarrollan todos y cada uno de los miembros del equipo de trabajo.

Se detallaron los puestos de trabajo a través de la elaboración de manuales y se definió la estructura de la organización a nivel general por medio del organigrama.

Se detalla el sistema de los diversos controles que se llevarán a cabo periódicamente para evitar robos o fraudes a la empresa.

Se define un cuadro de salarios y sueldos con detalle de cada uno, su posición y su salario a devengar mensualmente.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL.

6.1 Descripción del Entorno Biótico y Abiótico.

Estando el proyecto enfocado a ventas, este no perjudicaría de ninguna manera la salud del ser humano ni el medio ambiente.

Para éste negocio se tomarán en cuenta las siguientes medidas de seguridad ambientales:

1. No saturar los espacios físicos del área comercial con publicidad.
2. En el área del local comercial, tratar de proveer de espacio suficiente para los visitantes, sobre todo mantener habilitada un área para que pueda ser utilizada como salida de emergencia.
3. Dotar al personal de equipo especial para entrar a la bodega como mascarillas para protegerles del polvo y de otros agentes nocivos para las personas.

6.2 Identificación de residuos y desechos.

Se considera que el único desecho o residuo que tendrá el proyecto, son las cajas de cartón que sobran de la importación de brasil.

6.3 Identificación de Impactos.

A nivel ambiental el proyecto no tendrá impacto alguno, únicamente en el visual ya que los clientes y los vecinos del sector de Ciudad San Cristóbal Zona 8 de Mixco se darán cuenta por medio de la publicidad del lanzamiento del nuevo producto de Zona Deportiva, que en éste caso sería el calzado Dal Ponte de fabricación Brasileña.

6.4 Definición de medidas de mitigación

Se dará el cartón que se deseche a una empresa dedicada específicamente al reciclaje de este tipo de cartón minimizando así el impacto ambiental que tenga.

6.5 Plan de manejo ambiental

No aplica

6.6 Plan de higiene y seguridad industrial

Se contará con un extinguidor accesible en el local comercial y se estructurará los pasos accesibles e indicados por escrito para salida de emergencia.

6.3 Resumen del Capítulo

Se demostró a través de éste capítulo que el proyecto y la solución a implementar no genera ningún tipo de contaminante o que con ello se perjudique la salud de las personal, por tal motivo el proyecto es factible a nivel ambiental.

Se define también que se hará con el único desecho que tendrá el proyecto y a la vez el plan de seguridad industrial que se aplicará al proyecto.

CAPÍTULO VII
ESTUDIO FINANCIERO.

7.1.1 Total de la Inversión.

7.1 Análisis de Costos.

A continuación se presentará el total de la inversión a realizar para éste proyecto.

| DESCRIPCION | TOTAL DE LA INVERSIÓN. | FORMA DE COMPRA. |
|--|------------------------|----------------------|
| Inversión compra inicial de mercadería. | Q146.652,17 | Crédito a 90 días |
| Gastos de Importación. | Q15.318,09 | Efectivo inmediato. |
| Efectivo en caja | Q10.000,00 | |
| Inversión mejoras en el local comercial. | Q4.000,00 | Pago contra entrega. |
| Total de la Inversión. | Q175.970,26 | |

7.1.2 Costos de la operación.

A continuación se presenta el detalle de los costos de la operación de la introducción de la línea Dal ponte.

CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

| COSTOS FIJOS | PROMEDIO MENSUAL | TOTAL PRIMER AÑO |
|---|------------------|------------------|
| Salarios | 4800 | 57600 |
| prestaciones (30%) | 1440 | 17280 |
| Aporte a gastos generales de la empresa | 800 | 9600 |
| papelera y utiles | 100 | 1200 |
| utencilios de limpieza | 100 | 1200 |
| Combustible | 300 | 3600 |
| total costos fijos | 7540 | 90480 |
| COSTOS VARIABLES | | |
| costos de ventas | 51200 | 614400 |
| total costos variables | 51200 | 614400 |
| COSTO TOTAL DE LA OPERACIÓN | 58740 | 704880 |

7.2 ANALISIS DE INGRESOS.

7.2.1 Venta de productos y subproductos.

| PROYECCION DE VENTAS | | | | | | | | | | | | | | TOTAL ANUAL |
|------------------------|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| PRODUCTO UNIDADES | PRECIO PROMEDIO | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | |
| linea blade | 300 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | 107 | 110 | 115 | 120 | 120 | 125 | 133 | 1280 |
| linea radial | 220 | 120 | 125 | 135 | 145 | 150 | 160 | 165 | 170 | 175 | 180 | 190 | 205 | 1920 |
| linea new century | 160 | 200 | 205 | 225 | 235 | 250 | 267 | 275 | 290 | 300 | 310 | 320 | 323 | 3200 |
| TOTAL | | 400 | 415 | 450 | 475 | 500 | 534 | 550 | 575 | 595 | 610 | 635 | 661 | 6400 |
| VENTA A MAYORISTAS 60% | | | | | | | | | | | | | | |
| PRODUCTO | PRECIO PROMEDIO | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | |
| VALORES | | | | | | | | | | | | | | |
| linea blade | 225 | 10.800 | 11.475 | 12.150 | 12.825 | 13.500 | 14.445 | 14.850 | 15.525 | 16.200 | 16.200 | 16.875 | 17.955 | 173.025 |
| linea radial | 165 | 11.880 | 12.375 | 13.365 | 14.355 | 14.850 | 15.840 | 16.335 | 16.830 | 17.325 | 17.820 | 18.810 | 20.295 | 190.245 |
| linea new century | 120 | 14.400 | 14.760 | 16.200 | 16.920 | 18.000 | 19.224 | 19.800 | 20.880 | 21.600 | 22.320 | 23.040 | 23.256 | 230.520 |
| TOTAL | | 37.080 | 38.610 | 41.715 | 44.100 | 46.350 | 49.509 | 50.985 | 53.235 | 55.125 | 56.340 | 58.725 | 61.506 | 593790 |
| VENTA AL PUBLICO 40% | | | | | | | | | | | | | | |
| PRODUCTO | PRECIO PROMEDIO | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | |
| VALORES | | | | | | | | | | | | | | |
| linea blade | 300 | 9.600 | 10.200 | 10.800 | 11.400 | 12.000 | 12.840 | 13.200 | 13.800 | 14.400 | 14.400 | 15.000 | 15.960 | 153.900 |
| linea radial | 220 | 10.560 | 11.000 | 11.880 | 12.760 | 13.200 | 14.080 | 14.520 | 14.960 | 15.400 | 15.840 | 16.720 | 18.040 | 169.180 |
| linea new century | 160 | 12.800 | 13.120 | 14.400 | 15.040 | 16.000 | 17.088 | 17.600 | 18.560 | 19.200 | 19.840 | 20.480 | 20.672 | 204.960 |
| TOTAL | | 32.960 | 34.320 | 37.080 | 39.200 | 41.200 | 44.008 | 45.320 | 47.320 | 49.000 | 50.080 | 52.200 | 54.672 | 528040 |

| VENTAS TOTALES | | 100% | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| PRODUCTO | PRECIO PROMEDIO | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | |
| VALORES | | | | | | | | | | | | | | |
| linea blade | 255,4101563 | 20.400 | 21.675 | 22.950 | 24.225 | 25.500 | 27.285 | 28.050 | 29.325 | 30.600 | 30.600 | 31.875 | 33.915 | 326.925 |
| linea radial | 187,2005208 | 22.440 | 23.375 | 25.245 | 27.115 | 28.050 | 29.920 | 30.855 | 31.790 | 32.725 | 33.660 | 35.530 | 38.335 | 359.425 |
| linea new century | 136,0875 | 27.200 | 27.880 | 30.600 | 31.960 | 34.000 | 36.312 | 37.400 | 39.440 | 40.800 | 42.160 | 43.520 | 43.928 | 435.480 |
| TOTAL | 175,2859375 | 70.040 | 72.930 | 78.795 | 83.300 | 87.550 | 93.517 | 96.305 | 100.555 | 104.125 | 106.420 | 110.925 | 116.178 | 1121830 |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| COSTO DE VENTAS | | 63,80% | | | | | | | | | | | | |
| PRODUCTO | COSTO PROMEDIO | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | |
| VALORES | | | | | | | | | | | | | | |
| linea blade | 162,95 | 13.036 | 13.851 | 14.666 | 15.480 | 16.295 | 17.436 | 17.925 | 18.739 | 19.554 | 19.554 | 20.369 | 21.673 | 122.880 |
| linea radial | 119,43 | 14.332 | 14.929 | 16.124 | 17.318 | 17.915 | 19.109 | 19.707 | 20.304 | 20.901 | 21.498 | 22.692 | 24.484 | 184.320 |
| linea new century | 86,82 | 17.365 | 17.799 | 19.535 | 20.404 | 21.706 | 23.182 | 23.877 | 25.179 | 26.047 | 26.915 | 27.784 | 28.044 | 307.200 |
| TOTAL | | 44.733 | 46.579 | 50.325 | 53.202 | 55.916 | 59.727 | 61.508 | 64.222 | 66.502 | 67.968 | 70.845 | 74.201 | 614400 |

7.2.2 Otros ingresos

No aplica

7.2.3 Proyección de ingresos totales por año

| resumen anual de ingresos | | año 1 | año2 | año3 | año4 | año5 |
|---------------------------|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| ventas | | Q1.121.830 | Q1.234.013 | Q1.357.414 | Q1.493.156 | Q1.642.471 |
| % crecimiento unidades | | 3% | | | | |
| % crecimiento precio | | 7% | | | | |

7.3 Recursos financieros para la inversión

7.3.1 Calendario de las inversiones

Las inversiones necesarias a realizar se llevarán a cabo de las siguientes fechas:

| DESCRIPCION | TOTAL DE LA INVERSION. | FECHA DE DESEMBOLSO |
|--|------------------------|---------------------|
| Inversión compra inicial de mercadería. | Q146.652,17 | primer mes |
| Gastos de Importación. | Q15.318,09 | Segundo mes |
| Efectivo en caja | Q10.000,00 | tercer mes |
| Inversión mejoras en el local comercial. | Q4.000,00 | segundo mes |
| Total de la Inversión. | Q175.970,26 | |

Se considera que el proyecto se podrá tener listo para operar en el tercer mes.

7.3.2 necesidades de capital de trabajo

El capital de trabajo necesario para iniciar el proyecto es de Q 171,970.26 el cual incluye el valor del inventario inicial, los derechos de importación

y efectivo para iniciar operaciones. No se otorgará crédito al inicio del proyecto.

7.3.3 estructura y fuentes de financiamiento

El 100 % de la inversión a realizar será financiado con recursos propios.

7.3.4 programa de financiamiento externo requerido.

Por lo indicado en el inciso anterior, este apartado no aplica

7.4 Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio, se requiere conocer cuales son los costos fijos y variables del proyecto y la estimación de ventas

| | Punto de equilibrio mensual |
|---------------------------------------|-----------------------------|
| Costos fijos mensuales | Q7.540 |
| Costos variables mensuales | Q51.200 |
| Ventas | Q93.486 |
| | |
| Contribución marginal | Q42.286 |
| (Ventas -costos variables) | |
| | |
| Margen de contribución | 45% |
| (Contribución marginal/ventas) | |
| | |
| Punto de equilibrio | Q16.669 |
| (Costos fijos/margen de contribución) | |

En unidades de calzado tomando un promedio de precio de 205 de venta el resultado nos da 81.31 pares que hay que vender mensuales.

7.5 Estados Financieros Proyectados a 5 Años.

7.5.1 Flujo de efectivo proyectados (cash flow)

| Flujo de caja | | | | | | |
|----------------------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | año 0 | año 1 | año 2 | año 3 | año 4 | año 5 |
| saldo inicial | Q175.970 | Q10.000 | Q297.696 | Q614.055 | Q964.055 | Q1.351.199 |
| ingresos | | | | | | |
| ventas | | Q1.121.830 | Q1.234.013 | Q1.357.414 | Q1.493.156 | Q1.642.471 |
| total disponible | Q175.970 | Q1.131.830 | Q1.531.709 | Q1.971.469 | Q2.457.211 | Q2.993.670 |
| egresos | | | | | | |
| inversion | Q165.970 | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 |
| costos fijos | | Q90.480 | Q96.814 | Q103.591 | Q110.842 | Q118.601 |
| costos variables | | Q614.400 | Q678.707 | Q746.578 | Q821.236 | Q903.359 |
| impuestos | | Q129.255 | Q142.133 | Q157.246 | Q173.934 | Q192.358 |
| total de egresos | Q165.970 | Q834.135 | Q917.653 | Q1.007.415 | Q1.106.012 | Q1.214.319 |
| saldo final | Q10.000 | Q297.696 | Q614.055 | Q964.055 | Q1.351.199 | Q1.779.352 |

El incremento en los costos fijos se estimó considerando una inflación 7%.

Los costos variables equivalen a un 55% de la venta.

Se puede observar que el flujo de caja es positivo desde el primer año.

7.5.2 Estado de resultados (pérdidas y ganancias)

| Estado de resultados | | | | | |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | año 1 | año 2 | año 3 | año 4 | año 5 |
| ventas | Q1.121.830 | Q1.234.013 | Q1.357.414 | Q1.493.156 | Q1.642.471 |
| (-) costo de ventas | Q614.400 | Q678.707 | Q746.578 | Q821.236 | Q903.359 |
| utilidad bruta | Q507.430 | Q555.306 | Q610.836 | Q671.920 | Q739.112 |
| (-) gastos de operación | | | | | |
| costos fijos | Q90.480 | Q96.814 | Q103.591 | Q110.842 | Q118.601 |
| total de gastos de operación | Q90.480 | Q96.814 | Q103.591 | Q110.842 | Q118.601 |
| Utilidad antes de impuestos | Q416.950 | Q458.492 | Q507.246 | Q561.078 | Q620.511 |
| Impuesto sobre la renta | Q129.255 | Q142.133 | Q157.246 | Q173.934 | Q192.358 |
| Utilidad neta despues de impuestos | Q287.696 | Q316.360 | Q350.000 | Q387.144 | Q428.153 |

El incremento en los costos fijos se estimó considerando una inflación 7%

Los costos variables equivalen a un 10% de la venta.

Se aplicaron depreciaciones en los primeros tres años para Mob. Y equipo de cómputo a partir del cuarto año únicamente se deprecio Mob. Y equipo.

No se presenta costo de ventas por ser un servicio intangible.

7.5.3 Balance general proyectado

| | | |
|------------------------|----------|----------|
| Balance General | | |
| activo | | |
| circulante | | |
| caja y bancos | Q297.696 | |
| inventarios | Q161.970 | Q459.666 |
| fijo | | |
| otros activos | Q4.000 | Q4.000 |
| total de activo | | Q463.666 |
| pasivo | | |
| cuentas por pagar | Q0 | Q0 |
| capital | | |
| inversion inicial | Q175.970 | |
| utilidad del ejercicio | Q287.696 | Q463.666 |
| pasivo + capital | | Q463.666 |

La disponibilidad de efectivo coincide con el flujo de caja proyectado.

7.5.4 Apalancamiento financiero

No aplica debido a que todo el proyecto se realizará con recursos propios.

7.7 Evaluación económica

7.7.1 Flujo neto de fondos proyectado

| Flujo neto de fondos | | | | | | |
|----------------------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | año 0 | año 1 | año 2 | año 3 | año 4 | año 5 |
| utilidad neta | | Q287.696 | Q316.360 | Q350.000 | Q387.144 | Q428.153 |
| (+) depreciaciones | | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 |
| (-) amortizacion prestamos | | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 |
| flujo neto de fondos | -175970 | Q287.696 | Q316.360 | Q350.000 | Q387.144 | Q428.153 |

7.7.2 Cálculo de trema

Cálculo de la Trema

La trema es la tasa de rendimiento mínimo aceptada por un inversionista. Para establecerla se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Inflación 8%

Tasa activa bancaria 15%

Premio por riesgo 27%

TREMA 50%

7.7.3 Valor actual neto (VAN o VPN)

Valor actual neto

Este cálculo estima qué valor tendrán los flujos netos de fondos que produzca el proyecto al día de hoy.

Para lograrlo se le aplica una tasa de descuento igual a la trema por lo que si las sumas de los flujos de fondos a valor actual coinciden con la inversión que se va a realizar, el proyecto es aceptado.

Para calcularlo, se trae el flujo neto de fondos que generara el proyecto cada año, a su valor actual, descontándole la tasa de TREMA establecida. Usando la siguiente fórmula:

$$\frac{1}{(1 + \text{Trema})^n}$$

Sustituyendo:

$$\frac{1}{(1 + 0.50)^{1,2,\dots,5}}$$

Por lo que cuando VAN = 0 o mayor que 0 es proyecto se considera viable

VA Q568.960

VAN Q392.990

Se puede observar que el proyecto es viable porque el valor actual neto obtenido es

mayor que cero.

7.7.4 Tasa interna de retorno (TIR)

TIR

La tasa interna de retorno calcula a que tasa equivaldría el rendimiento que se obtendrá en los flujos proyectados. Suponiendo que los flujos netos que genera el proyecto serán como el interés que ganará el haber realizado esta inversión.

El cálculo manual se realiza a través de la siguiente fórmula:

Sin embargo, también se puede calcular utilizando las fórmulas financieras que Excel nos brinda.

Para que pueda ser comparado como la tasa que ganaría en el banco y con la TREMA

Esperada.

Para calcularlo

TIR 172%

7.7.5 Relación beneficio/costo (RBC)

| | | | | | | |
|---|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| análisis de sensibilidad | | | | | | |
| se estableció el escenario de una reducción de el 40% de las ventas para ver la sensibilidad del proyecto | | | | | | |
| Estado de resultados | | | | | | |
| | año 1 | año 2 | año 3 | año 4 | año 5 | |
| ventas | Q673.098 | Q740.408 | Q814.449 | Q895.893 | Q985.483 | |
| (-) costo de ventas | Q368.640 | Q407.224 | Q447.947 | Q492.741 | Q542.016 | |
| utilidad bruta | Q304.458 | Q333.184 | Q366.502 | Q403.152 | Q443.467 | |
| (-) gastos de operación | | | | | | |
| costos fijos | Q90.480 | Q96.814 | Q103.591 | Q110.842 | Q118.601 | |
| total de gastos de operación | Q90.480 | Q96.814 | Q103.591 | Q110.842 | Q118.601 | |
| Utilidad antes de impuestos | Q213.978 | Q236.370 | Q262.911 | Q292.310 | Q324.866 | |
| Impuesto sobre la renta | Q66.333 | Q73.275 | Q81.503 | Q90.616 | Q100.709 | |
| Utilidad neta después de impuestos | Q147.645 | Q163.095 | Q181.409 | Q201.694 | Q224.158 | |
| | | | | | | |
| Flujo neto de fondos | | | | | | |
| | año 0 | año 1 | año 2 | año 3 | año 4 | año 5 |
| utilidad neta | | Q147.645 | Q163.095 | Q181.409 | Q201.694 | Q224.158 |
| (+) depreciaciones | | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 |
| (-) amortización préstamos | | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 | Q0 |
| flujo neto de fondos | -Q175.970 | Q147.645 | Q163.095 | Q181.409 | Q201.694 | Q224.158 |
| | | | | | | |
| TREMA | 50% | | | | | |
| VA | Q294.027 | | | | | |
| VAN | Q118.057 | | | | | |

Se puede observar que el proyecto al reducirse un 30% de las ventas no obtiene un valor actual neto positivo.

TIR 89%

Al calcular la tasa interna de retorno, podemos confirmar que el proyecto al reducir un 40% sus ventas no es sensible al resultado y puede generar un rendimiento del 89%.

7.9 Evaluación social del proyecto.

En este proyecto se genera empleo para el encargado de la sala de ventas así como genera actividad económica para los mayoristas.

7.10 Resumen del capítulo

En el presente capítulo se definió la parte financiera del proyecto y la factibilidad económica para éste. Las fuentes de financiamiento y al finalizar la situación económica actual de la empresa.

Se determinó que el VAN es de Q392.990 y el TIR de 172% y con el análisis de sensibilidad al 40 % de baja aún así nos da el TIR a 89% por lo que se concluye que es un proyecto viable y rentable financieramente hablando.

CONCLUSIONES

Se estableció la factibilidad, que el proyecto de introducir calzado Dal ponte para practica de futsal en ciudad de Guatemala, con base en los estudios respectivos, es técnicamente viable y financieramente rentable.

1) Gracias a las encuestas realizadas se determinó que existe bastante demanda insatisfecha en el mercado de calzado deportivo para futsal en el área metropolitana de Guatemala.

2) Se estableció que la localización de proyecto será en Ciudad San Cristóbal zona 8 de mixco.

3) Se Identificó que la empresa acreedora del proyecto es una empresa establecida ya legalmente como una Sociedad Anónima y que se hará vía legal los contratos de derechos de marca para esta sociedad.

4) Se establecieron los procedimientos para el manejo de los desechos sólidos y residuos que generará el proyecto para la introducción de zapato deportivo para futsal. Y se definió que el único desecho que tiene el proyecto que son cajas de cartón serán reciclados por una empresa dedicada al 100% al manejo de reciclaje de este cartón.

5) Se evaluó la viabilidad del proyecto aplicando los métodos económicos y financieros para la introducción de zapato deportivo para futsal. Llegando a la conclusión que es un proyecto viable y rentable financieramente inclusive en el análisis de sensibilidad, no se demuestra que este proyecto sigue siendo rentable pese al reducir el 40% de ventas.

RECOMENDACIONES.

- 1) Se recomienda que este proyecto se lleve a la realidad, dado el análisis que se realizó anteriormente.
- 2) Se recomienda establecer una base en el área metropolitana y seguir con una segunda fase de expansión que sería abarcar toda la república de Guatemala.
- 3) Por lo anterior, se recomienda verificar vía encuestas la aceptación del producto Dal Ponte en el interior del país.
- 4) Se recomienda el uso de outsourcing para el sistema contable por la cantidad de personal que está involucrado en el proyecto.
- 5) Se recomienda el reciclaje continuo de las cajas de cartón debido a que la acumulación de estas puede provocar la plaga de insectos o animales que puedan afectar al producto en un futuro cercano.
- 6) Se recomienda el análisis financiero y de sensibilidad para una siguiente fase de expansión en toda la república de Guatemala.
- 7) Se recomienda implementar políticas de cambio de mercadería para los clientes, ya que ello definitivamente podría ser más atractivo para un mercado tan demandante como lo son los artículos deportivos.

8) Se recomienda la motivación constante para el personal, ya que ellos son el principal activo para cualquier empresa, y si ellos se sienten motivados realizando su trabajo, la empresa podría ir siempre por el buen camino.

BIBLIOGRAFIA.

Harold koontz, Heinz Wehrich

Administración Una Perspectiva Global

Editorial Mc Graw Hill

Arellano Rolando

Marketing Enfoque América Latina

Editorial Mc Graw Hill

Horngren / Harrison / Robinson

Contabilidad

Editorial Pearson Educación

J. Fred Weston, Eugene F, Brigham

Fundamentos de Administración Financiera

Editorial Mac Graw Hill

Levin Jack

Fundamentos de Estadística

Editorial Harla

Daniel Cohen Karen, Enrique Asín Lares

Sistemas de Información Para Los Negocios

Editorial Mac Graw Hill

Federación Nacional De Futsal.

Reglamento oficial Fifa Futsal.

Fifa.

López, José Venancio

Táctica fija y acondicionamiento anaeróbico para Futsal

2005

E-grafía

Historia de urbanización

<http://www.elperiodico.com.gt/es/20070221/opinion/36979/>

Consultado el 24 abril de 2009 a las 14:38 horas

DATOS GENERALES DE FUTSAL

www.fifa.com/futsal

Reglamento interno de futsal.

Consultado el 4 de mayo de 2009 a las 17:12 horas

HISTORIA DE FUTSAL

www.fifusa.com/historia/eventos

Consultado el 4 de mayo de 2009 a las 15:50 horas

ANEXOS

1 ¿Es importante para usted contar con calzado adecuado para la práctica de futsal?

| | | | |
|------------|----|----|-----|
| RESPUESTAS | SI | NO | N/R |
|------------|----|----|-----|

2 ¿Conoce usted claramente las características del calzado que se debe utilizar para jugar futsal?

| | | | |
|------------|----|----|-----|
| RESPUESTAS | SI | NO | N/R |
|------------|----|----|-----|

3 ¿Qué marcas de calzado para jugar futsal conoce?

| | | | | |
|------------|------|----------|--------|-------|
| RESPUESTAS | NIKE | FRANKLYN | ADIDAS | OTRAS |
|------------|------|----------|--------|-------|

4 ¿Cuánto pagó por el calzado que está utilizando para jugar futsal?

| | | | |
|------------|-----------|-----------|------------|
| | A | B | C |
| RESPUESTAS | Q 150-250 | Q 251-350 | Mas de 350 |

5 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un calzado elaborado específicamente para jugar futsal?

| | | | |
|------------|-----------|-----------|------------|
| | A | B | C |
| RESPUESTAS | Q 150-250 | Q 251-350 | Mas de 350 |

6 ¿Conoce usted la marca Dal Ponte?

| | | | |
|------------|----|----|-----|
| | A | B | C |
| RESPUESTAS | SI | NO | N/R |

7 ¿Dónde compra actualmente su calzado de futsal?

| | | | | | | |
|------------|-----------------|------------------|----------------|--------|---------------|-------|
| RESPUESTAS | SOCCER MANIA | DEPORTES 2000 | MUNDI DEPORTES | ADIDAS | NIKE STORE | OTROS |
|------------|-----------------|------------------|----------------|--------|---------------|-------|

8 ¿Con que frecuencia practica usted futsal?

| | | | |
|------------|------------------------|-----------|------------|
| | A | B | C |
| RESPUESTAS | Una vez a la semana | Dos veces | Tres o mas |

9 ¿Cuántos miembros de su familia, menores de 15 años, juegan futsal?

| | | | | |
|------------|-----|-----|----------|---------|
| | A | B | C | D |
| RESPUESTAS | 1-2 | 3-5 | mas de 5 | ninguno |

10 ¿Cada cuanto compra usted zapato para la práctica de futsal?

| | | | | |
|------------|-----------------|-----------------|----------|-----------------|
| | A | B | C | D |
| RESPUESTAS | cada 3 meses | cada 6 meses | cada año | mas de 1 año |

Canchas existentes en área metropolitana de Guatemala.

- Futeca zona 18
- Futeca naranjo
- Futeca zona 14
- Futeca majadas
- Futeca el Rivera del río
- Futeca San Cristóbal
- Futeca Carretera a el Salvador
- Zona Deportiva Carretera a el Salvador
- La Fuente San Cristóbal
- Partydo zona 7
- Eurofut zona 11
- Solofut Villanueva
- Solofut Carretera a el Salvador
- Perfect zona 10
- Nimafut zona 21
- Centro Español Mixco
- Tulamzu zona 7
- Rapifut Bosques de san nicolás
- 2 canchas municipales Mixco
- 2 canchas municipales Chinautla
- 1 cancha municipal San José Pinula

- 1 cancha municipal Santa Catarina Pinula

Datos estimados y proporcionados por Futbolsala la Fuente.

GLOSARIO.

Accesorios: Cada departamento de una serie de casas iguales y unidas por pared intermedia, de un solo techo a lo largo de la calle. Suele ser de dos pisos.

Calzado: Todo género de zapato, borceguí, abarca, alpargata, almadreña, etc., que sirve para cubrir y resguardar el pie.

Deporte: Actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas.

Remodelación: Reformar algo, modificando alguno de sus elementos, o variando su estructura.

Reporte: Prueba de litografía que sirve para estampar de nuevo un dibujo en otras piedras y multiplicar las tiradas.

Ropa: Conjunto de prendas de tela de hilo, algodón u otras materias, usualmente sin teñir, que se emplean debajo del vestido exterior, y, por ext., las de cama y mesa.

