



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. CPA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

**Tema:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE JUEGO DE BOLOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. CPA**

**AUTORA:**

Ramírez Daza Julia Estefanía

**DIRECTORA DE TESIS:**

Ing. Ligia Beltrán

**JULIO 2014**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente estudio de factibilidad para la Creación de Una Sala de Juego de Bolos en la ciudad de Ibarra, tiene como propósito fundamental crear un ambiente sano, divertido para la familia y amigos, siendo un atractivo turístico para la población ibarreña y los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la misma; para determinar la puesta en marcha o no de esta empresa se realizó un estudio a fondo, en donde se determinó: los aliados, oponentes, riesgos y amenazas contemplados en el proyecto, además se realizó una entrevista a un funcionario del Ministerio de Turismo, otro punto de vital importancia es que ninguna empresa particular o entidad pública en la provincia de Imbabura brinda este tipo de servicio; se realizó un marco teórico dando a conocer un análisis conceptual de los puntos tratados en el proyecto, seguido por un estudio de mercado en donde se obtuvo: la aceptación del mercado objetivo, la no existencia de competencia. La plaza: un sitio estratégico para su implementación; en el estudio técnico se puede observar su localización, los equipos para la instalación de los Bolos, la inversión fija, variable, diferida y la estructura del financiamiento, en el análisis del estudio financiero se puede notar las altas utilidades que poseerá la empresa, sus gastos así como los estados financieros y los indicadores de evaluación financiera que demuestran que su creación es de alto éxito y que a pesar de tener una gran inversión se recuperará en poco tiempo, en lo referente a la estructura organizacional observamos el nombre de la empresa, y como se maneja la administración de la misma y como punto final tendrá un impacto positivo alto, lo que refleja los muchos beneficios que tendrá la implementación de este proyecto como lo son la reducción del índice de desempleo, el aumento del flujo de capital en la ciudad lo que diseñó un futuro de éxito la creación de esta Sala de Juego de Bolos.

## **SUMMARY EXECUTIVE**

This feasibility study for the creation of a Bowling Hall in the City of Ibarra, has as main purpose to offer a healthy and funny environment for family and friends, being the city a tourist attraction for locals, and domestic and foreigners tourists who comes to visit the it, to determine the implementation underway or not of this enterprise an in-depth study to find out the allies, opportunities, risks and threats considered in this project and an interview with an official of the Ministry of Tourism was carried out; another vital point is that no private company or public entity in the province of Imbabura provides this type of service, a theoretical framework providing a conceptual analysis of the points in the project was performed, followed by a market study in which it was obtained the acceptance of the target market and the lack of competition.

The eagle square is a strategic location for the implementation of this project; it is observable in the technical study its location, the equipment for the bowling installation, the fixed, variable, and deferred investment and the financing structure. It can be noticed, in the analysis of the financial study, the high profits that the company will own, its expenses as well as financial statements and financial evaluation indicators showing that its creation is highly success fuland despite of the large investment it will be recovered in no time, regarding the organizational structure we observe the name of the company, and how management will be handled the same as the end point will have a high positive impact, regarding the organizational structure we observe the name of the company, and how management will be handled and to conclude we see that it will have a high positive impact, reflecting the many benefits that the implementation of this project will have, such as: reducing unemployment, increasing the flow of capital in the city which implies a successful future the creation of this Bowling Hall.

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA ASESOR

Yo, Julia Estefanía Ramírez Daza, portadora de la cédula de ciudadanía No. 100286079-7, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría, "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE JUEGO DE BOLOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA" y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentados previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

Declaro que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, julio 2014.



Julia E. Ramírez Daza

100286079-7



Ing. Leticia Baltrán  
DIRECTORA DE TESIS

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por la egresada, Julia Estefanía Ramírez Daza para obtener el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE JUEGO DE BOLOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, julio de 2014

Ing. Ligia Beltrán

DIRECTORA DE TESIS



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Julia Estefanía Ramírez Daza, con cédula de ciudadanía Nro. 100286079-7, manifesté mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE JUEGO DE BOLOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombre: Ramírez Daza Julia Estefanía		
Dirección: Oviedo 1-126 y Juan Montalvo		
Correo electrónico: july_ramirez@hotmail.es		
Nombre: Julia E. Ramírez Daza	TELÉFONO	0939697407 /
100286079-7	MÓVIL	0992821448

Ibarra, julio de 2014



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales, pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100286079-7		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Ramírez Daza Julia Estefanía		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Oviedo 1-128 y Juan Montalvo		
<b>EMAIL:</b>	july_ramirez@hotmail.es		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062605318	<b>TELÉFONO MÓVIL</b>	0939997407 / 0992821448

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	Estudio de Factibilidad para la Creación de una Sala de Juego de Bolos en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura
<b>AUTOR (ES):</b>	Ramírez Daza Julia Estefanía
<b>FECHA: AAAA/MM/DD</b>	
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría
<b>ASESOR/DIRECTOR</b>	Ing. Ligia Beltrán

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Julia Estefanía Ramírez Daza, con cédula de ciudadanía Nro. 100286079-7, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar los derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que se asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y

saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

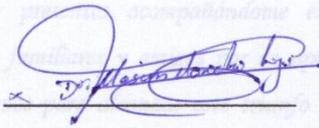
Ibarra, Julio de 2014

**LA AUTORA:**

**ACEPTACIÓN:**



Julia Estefanía Ramírez Daza  
C.C. 100286079-7



Ing. Betty Chávez  
JEFA DE BIBLIOTECA

*Julia Ramírez Daza*

## **DEDICATORIA**

*Mi esfuerzo, sacrificio y todo el amor que puse en realizar este trabajo y los arduos años de estudio con maravillosas experiencias, se lo dedico a Dios quien estuvo presente en los momentos malos y buenos, a mis padres Oscar y Rosita por su apoyo incondicional y por ser los pilares fundamentales en mi vida, a mi hermano Israel por sus consejos, a mi Tía Nena, hermana Jaqueline y mis sobrinos Alejandro y Mateo por estar presentes acompañándome en mi crecimiento personal y profesional, a mis familiares y amigos por su apoyo y confianza los que siempre me dieron ánimos para alcanzar este triunfo y así lograr mis metas y sueños.*

*Gracias por todo.*

*Julia Ramírez Daza.*

## *AGRADECIMIENTO*

*A la Universidad Técnica del Norte por brindarme un sitio de estudio para poder desarrollarme profesionalmente y en donde conocí maravillosos docentes quienes me transmitieron sus conocimientos y experiencias, por los lazos de amistad que realice en los años de estudio, por las experiencias maravillosas; a mis padres por darme su apoyo para seguir a delante y no desfallecer en los momentos más difíciles de mi carrera, a mis familiares y amigos sobre todo a mi hermano Israel por compartir conmigo sus conocimientos y su apoyo incondicional.*

*Agradezco a mi Asesora de Tesis Ing. Ligia Beltrán por compartir conmigo sus valiosos conocimientos, y profesionalismo, por brindarme su tiempo para la realizar este proyecto.*

*Julia Ramírez Daza*

## **PRESENTACIÓN**

El presente proyecto se trata de un Estudio de Factibilidad para la creación de una Sala de Juego de Bolos, en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura; para medir el grado de rentabilidad para su implantación, de igual manera brindar un sano entretenimiento a los habitantes de la ciudad, pudiendo disfrutar de una sana diversión, siendo además un deporte muy entretenido para grandes y chicos; en un ambiente adecuado en el cual se practique actividades que estimulen la mente y el cuerpo; y canalicen la energía; teniendo un momento de relajación y esparcimiento.

El proyecto cuenta con siete capítulos los cuales se detallan a continuación:

El en Capítulo I Diagnóstico Situacional se estableció la Investigación de Campo para determinar los Aliados, Oponentes, Riesgos y Oportunidades; además se elaboró un análisis situacional del entorno del proyecto el que permitió definir el problema y la oportunidad de inversión.

El Capítulo II Marco Teórico describe fundamentos teóricos basados en libros, páginas web; que aportan a la Investigación acerca de la creación de la empresa, que respaldan los contenidos de la propuesta utilizando material bibliográfico actualizado.

Capítulo III Estudio de Mercado se analizaron los resultados que arrojaron la investigación a través de encuestas, la demanda y oferta, que se realizó para conocer el grado de aceptación que tiene el proyecto.

En el Capítulo IV Estudio Técnico se detalla la localización del proyecto, la micro y macro-localización, ingeniería del proyecto, estructura organizativa, estrategias del plan de negocios, maquinaria y equipos necesarios a través de la investigación y ayuda de los conocimientos de expertos.

El Capítulo V Estudio Financiero en el cual se establecieron las inversiones, ingresos, costos, gastos, indicadores; para determinar la viabilidad del proyecto.

Capítulo VI Estructura Organizacional en donde se determinó la razón social, misión, visión, objetivos, políticas de la empresa; de igual manera se elaboró la estructura organizacional, organigrama de funciones, estructura funcional y la normativa legal que se requiere para la implantación de la Sala de Juego de Bolos.

Finalmente en el Capítulo VII Estudio de Impactos se describe los diferentes impactos que ocasionan la creación de la empresa Como son: Social, Económico, Empresarial, Ético y Tecnológico que influyen en el desarrollo del Presente Proyecto.

## ÍNDICE GENERAL

Resumen Ejecutivo .....	II
Summaryexecutive .....	III
Autoría.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Certificación .....	IV
Cesión de Derechos de Autor del Trabajo de Grado a Favor de La UTN <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Autorización de Uso yPublicación a Favor de la UTN <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Dedicatoria .....	VI
Agradecimiento .....	XI
Presentación .....	XII
Índice General.....	XIV
Índice De Cuadros.....	XXI
Índice De Gráficos.....	XXV
Índice De Flujogramas .....	XXVI
Introducción.....	XXVII
Justificación.....	XXVII
Objetivo General .....	XXIX
Objetivos Específicos .....	XXIX
<b>Capítulo I.....</b>	<b>1</b>
Diagnóstico Situacional .....	1
Antecedentes Del Diagnóstico .....	1
Objetivos Del Diagnóstico .....	3
Objetivo General Del Diagnóstico .....	3
Objetivos Específicos Del Diagnóstico .....	3
Variables Diagnósticas.....	3
Indicadores.....	3

Matriz De Relación Diagnóstica .....	5
Análisis De Las Variables Diagnósticas.....	7
Mecánica Operativa .....	21
Información Primaria.....	21
Información Secundaria .....	21
Análisis De La Información .....	21
Matriz A.O.O.R. ....	24
Determinación De La Oportunidad De Inversión .....	25
<b>Capítulo II .....</b>	<b>26</b>
Marco Teórico.....	26
Empresa .....	26
Objetivos De La Empresa .....	26
Elementos Que Componen La Empresa.....	27
Clasificación De Las Empresas .....	27
Microempresa .....	28
Características .....	29
Empresas De Servicio .....	29
Características Empresas De Servicios.....	30
Marketing Turístico .....	30
Instrumentos .....	31
Emprendimiento.....	31
Definición .....	31
Emprendedor .....	32
Servicio Principal .....	32
El Bowling .....	32
Beneficios Del Bowling .....	32
Accesorios Del Bowling .....	33
Pistas De Bowling .....	33
Bolas De Bowling.....	34
Zapatos De Boliche.....	34
Reglas Del Juego.....	34

Servicios Complementarios.....	35
Bar – Cafetería.....	36
Sala De Estar.....	36
Futbolín.....	36
Billar.....	36
Estudio De Mercado.....	36
Mercado.....	37
Precio.....	37
Demanda.....	37
Oferta.....	37
Publicidad Y Promociones.....	38
La Administración.....	38
Concepto.....	38
Características De La Administración.....	39
Proceso Administrativo.....	40
Definición.....	40
Elementos.....	40
Estructura Organizacional.....	40
Misión.....	40
Visión.....	41
Objetivos.....	41
Políticas.....	41
Organigrama Funcional.....	42
Estudio Técnico.....	42
Definición.....	42
Tamaño Del Proyecto.....	42
Localización Del Proyecto.....	43
Ingeniería Del Proyecto.....	43
Estudio Financiero.....	43
Inversión.....	44
Ingresos.....	44
Egresos.....	44

Costos .....	45
Gastos Administrativos .....	45
Gastos Financieros .....	45
Estados Financieros .....	45
Balance De Situación Inicial .....	45
Estado De Pérdidas Y Ganancias Proyectados.....	46
Estado De Flujo De Efectivo .....	46
Indicadores De Evaluación Financiera.....	46
Capital De Trabajo.....	46
Inversión Diferida.....	47
Presupuesto De Ingresos .....	47
Presupuesto De Egresos .....	47
Tasa Interna De Retorno (Tir).....	48
Valor Actual Neto (Van) .....	48
Costo Beneficio.....	48
<b>Capítulo III .....</b>	<b>49</b>
Estudio De Mercado .....	49
Objetivos.....	49
Objetivo General .....	49
Objetivos Específicos.....	50
Identificación Del Servicio .....	50
Mecánica Operativa .....	52
Identificación de la Población .....	52
Determinación de la Muestra.....	54
Tabulación y Análisis de la Encuesta.....	55
Mercado Meta.....	93
Tipo de Segmentación .....	93
Análisis de la Demanda .....	93
Proyección de la Demanda.....	103
Oferta.....	104
Proyección de la Oferta .....	109

Demanda Insatisfecha.....	109
Precio .....	112
Determinación de Precios .....	112
Proyección de Precios.....	113
Servicio .....	113
Plaza .....	114
Estrategias de Comercialización .....	115
Conclusiones.....	116
<b>Capítulo IV</b> .....	117
Estudio Técnico.....	117
Localización de la Empresa .....	117
Macrolocalización.....	117
Microlocalización .....	118
Tamaño del Proyecto .....	122
Factores Determinantes .....	122
Mercado .....	122
Disponibilidad de Recursos Financieros .....	122
Disponibilidad de Insumos, Materiales y Necesidades Generales. ....	123
Optimización del Tamaño Del Proyecto .....	123
Ingeniería del Proyecto .....	123
Descripción de la Prestación Del Servicio.....	126
Distribución de la Planta.....	132
Infraestructura Física.....	132
Distribución de la Sala de Juego de Bolos .....	132
Tecnología .....	135
Inversiones .....	135
Inversión Fija.....	135
Inversión Variable o Capital de Trabajo .....	145
Inversión Diferida .....	150
Resumen Inversiones Requeridas .....	151
Estructura del Financiamiento.....	151

<b>Capítulo V</b> .....	152
Estudio Financiero .....	152
Determinación de Ingresos .....	152
Determinación de Egresos.....	157
Gastos Administrativos .....	158
Gastos de Ventas .....	163
Depreciación y Amortización .....	164
Depreciación.....	166
Gastos Financieros .....	168
Otros Egresos.....	164
Resumen de Egresos .....	171
Estado de Situación Inicial.....	172
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	172
Flujo de Caja.....	173
Evaluación Financiera.....	175
Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio .....	175
Valor Actual Neto (VAN) .....	176
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	178
Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	180
Beneficio -Costo .....	183
Punto de Equilibrio.....	185
Resumen de Evaluación Financiera .....	186
 <b>Capítulo VI</b> .....	 187
Estructura Organizativa .....	187
La Empresa .....	187
Tipo De Empresa.....	188
Requisitos Legales Para Su Constitución .....	188
Base Legal De La Constitución De La Empresa .....	190
Ordenanzas Municipales .....	190
Misión De Bowling White City .....	196

Visión de Bowling White City.....	196
Objetivos .....	196
Políticas.....	197
Valores .....	197
Organigrama Estructural .....	198
Descripción de Puestos y Funciones .....	199
<b>Capítulo VII</b> .....	<b>208</b>
Análisis De Impactos.....	208
Impacto Social.....	209
Impacto Económico.....	211
Impacto Empresarial .....	212
Impacto Ético .....	213
Impacto Tecnológico .....	214
Impacto General.....	215
Conclusiones.....	217
Recomendaciones.....	218
Bibliografía .....	220
Lincografía: .....	222
Anexos .....	223

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica.....	5
Cuadro 2 Ingresos totales promedio.....	10
Cuadro 3 Actividades principales por sectores.....	11
Cuadro 4 Visitas turísticas.....	17
Cuadro 5 Matriz A.O.O.R.....	24
Cuadro 6 P.E.A. Según grupos de edades año 2010 (población i).....	52
Cuadro 7 Turistas nacionales y extranjeros (población ii).....	53
Cuadro 8 Lugares de entretenimiento.....	56
Cuadro 9 Frecuencia de asistencia.....	57
Cuadro 10 Visita a los lugares de entretenimiento.....	58
Cuadro 11 Conoce el juego de los bolos.....	59
Cuadro 12 Practica del deporte de bolos.....	60
Cuadro 13 Jugar bolos.....	61
Cuadro 14 Creación sala de juego de bolos.....	62
Cuadro 15 Precio bolos.....	63
Cuadro 16 Precio billar.....	64
Cuadro 17 Precio juegos electrónicos.....	65
Cuadro 18 Precio futbolines.....	66
Cuadro 19 Servicio a ofrecer.....	67
Cuadro 20 Precios de servicio económicos.....	68
Cuadro 21 Nombres de la empresa.....	69
Cuadro 22 Edad población económicamente activa.....	70
Cuadro 23 Género población económicamente activa.....	71
Cuadro 24 Ocupación población económicamente activa.....	72
Cuadro 25 Lugares de entretenimiento.....	73
Cuadro 26 Frecuencia de asistencia.....	74
Cuadro 27 Visita a los lugares de entretenimiento.....	75
Cuadro 28 Conoce el juego de los bolos.....	76
Cuadro 29 Practica del deporte de bolos.....	77
Cuadro 30 Jugar bolos.....	78
Cuadro 31 Creación sala de juego de bolos.....	79
Cuadro 32 Precio bolos.....	80
Cuadro 33 Precio billar.....	81
Cuadro 34 Precio juegos electrónicos.....	82
Cuadro 35 Precio futbolines.....	83
Cuadro 36 Servicio a ofrecer.....	84
Cuadro 37 Precios de servicio económicos.....	85
Cuadro 38 Nombres de la empresa.....	86
Cuadro 39 Edad turistas nacionales y extranjeros.....	87

Cuadro 40 Género turistas nacionales y extranjeros.....	88
Cuadro 41 Turista nacional o extranjero .....	89
Cuadro 42 Ciudad turistas nacionales.....	90
Cuadro 43 País turistas extranjeros .....	91
Cuadro 44 Frecuencia de visita turistas nacionales y extranjeros.....	92
Cuadro 45 Mercado objetivo pea .....	94
Cuadro 46 Mercado objetivo turistas nacionales y extranjeros .....	94
Cuadro 47 Demanda bolos.....	95
Cuadro 48 Frecuencia de asistencia (pregunta n <sup>o</sup> 2) .....	95
Cuadro 49 Frecuencia de asistencia (pregunta n <sup>o</sup> 2) .....	96
Cuadro 50 Porcentajes población económicamente activa.....	96
Cuadro 51 Porcentajes turistas nacionales y extranjeros.....	97
Cuadro 52 Demanda población económicamente activa .....	98
Cuadro 53 Demanda turistas nacionales y extranjeros .....	98
Cuadro 54 Veces al año juegos electrónicos .....	99
Cuadro 55 Veces al año juegos electrónicos .....	100
Cuadro 56 Demanda juegos electrónicos .....	100
Cuadro 57 Demanda billares población económicamente activa.....	100
Cuadro 58 Demanda billares turistas nacionales y extranjeros.....	101
Cuadro 59 Demanda billares.....	101
Cuadro 60 Demanda futbolines población económicamente activa .....	101
Cuadro 61 Demanda futbolines turistas nacionales y extranjeros.....	102
Cuadro 62 Demanda futbolines.....	102
Cuadro 63 Total demanda sala de juego de bolos .....	102
Cuadro 64 Proyección de la demanda pea .....	103
Cuadro 65 Proyección de la demanda turistas nacionales y extranjeros.....	104
Cuadro 66 Total proyección de la demanda.....	104
Cuadro 67 Ficha de observación: directa billares.....	105
Cuadro 68 Ficha de observación: directa juegos electrónicos .....	107
Cuadro 69 Oferta sala de juego de bolos .....	109
Cuadro 70 Proyección oferta.....	109
Cuadro 71 Demanda insatisfecha .....	111
Cuadro 72 Determinación del precio .....	112
Cuadro 73 Proyección del precio .....	113
Cuadro 74 Capacidad bolos .....	124
Cuadro 75 Capacidad de juegos electrónicos .....	124
Cuadro 76 Capacidad de billares .....	125
Cuadro 77 Capacidad de futbolines .....	125
Cuadro 78 Capacidad sala de bolos .....	126
Cuadro 79 Proyección capacidad sala de bolos.....	126
Cuadro 80 Inversión fija local .....	145
Cuadro 81 Equipos para 6 pistas de bowling oficial .....	135

Cuadro 82 Inversión fija pistas de bolos .....	140
Cuadro 83 Inversión fija futbolines.....	140
Cuadro 84 Inversión fija juegos electrónicos .....	141
Cuadro 85 Inversión fija billar .....	141
Cuadro 86 Inversión fija sala de star.....	141
Cuadro 87 Inversión fija bar – cafetería .....	142
Cuadro 88 Inversión fija maquinaria y equipo .....	143
Cuadro 89 Inversión fija equipo de computación .....	143
Cuadro 90 Inversión fija muebles y encerres .....	143
Cuadro 91 Inversión fija equipo de oficina .....	144
Cuadro 92 Inversión fija equipo de seguridad.....	144
Cuadro 93 Total inversión fija .....	144
Cuadro 94 Gastos sueldos .....	146
Cuadro 95 Materiales de oficina .....	147
Cuadro 96 Materiales de aseo .....	147
Cuadro 97 Servicios básicos.....	148
Cuadro 98 Gasto publicidad .....	148
Cuadro 99 Bebidas bar – cafetería .....	149
Cuadro 100 Alimentos bar – cafetería .....	149
Cuadro 101 Capital de trabajo .....	150
Cuadro 102 Inversión diferida .....	150
Cuadro 103 Resumen inversiones.....	151
Cuadro 104 Estructura de financiamiento .....	151
Cuadro 105 Proyección capacidad sala de bolos .....	152
Cuadro 106 Proyección del precio .....	153
Cuadro 107 Ingresos bolos.....	154
Cuadro 108 Ingresos juegos electrónicos.....	154
Cuadro 109 Ingresos billares .....	154
Cuadro 110 Ingresos futbolines .....	155
Cuadro 111 Ingresos bebidas cafetería .....	155
Cuadro 112 Ingresos alimentos cafetería .....	156
Cuadro 113 Total ingresos cafetería.....	156
Cuadro 114 Ingresos consolidados.....	157
Cuadro 115 Gastos sueldos .....	159
Cuadro 116 Servicios básicos.....	161
Cuadro 117 Materiales de oficina .....	161
Cuadro 118 Materiales de aseo .....	162
Cuadro 119 Materiales de aseo .....	162
Cuadro 120 Proyección gastos administrativos .....	163
Cuadro 121 Gastos de venta .....	163
Cuadro 122 Egresos bebidas .....	165
Cuadro 123 Egresos alimentos.....	165

Cuadro 124 Total egresos bar cafetería.....	166
Cuadro 125 Total gastos de venta .....	166
Cuadro 126 Gasto depreciación y amortización.....	167
Cuadro 127 Amortización.....	168
Cuadro 128 Descripción del capital.....	169
Cuadro 129 Tabla de amortización .....	169
Cuadro 130 Tabla interés de crédito .....	171
Cuadro 131 Resumen de egresos.....	171
Cuadro 132 Estado de situación inicial .....	172
Cuadro 133 Estado de pérdidas y ganancias.....	173
Cuadro 134 Flujo de caja proyectado.....	174
Cuadro 135 Costo de oportunidad .....	175
Cuadro 136 Valor actual neto.....	176
Cuadro 137 Valor actual neto van negativo .....	179
Cuadro 138 VAN y tasas de rendimiento del proyecto.....	180
Cuadro 139 Análisis de sensibilidad escenario 1 .....	181
Cuadro 140 Análisis de sensibilidad escenario 2 .....	182
Cuadro 141 Ingresos y egresos actualizados .....	184
Cuadro 142 Punto de equilibrio .....	185
Cuadro 143 Resumen de evaluación financiera.....	186
Cuadro 144 Organigrama estructural .....	198
Cuadro 145 Manual de funciones gerencia.....	200
Cuadro 146 Manual de funciones contador.....	201
Cuadro 147 Manual de funciones técnico .....	203
Cuadro 148 Manual de funciones recepcionista.....	204
Cuadro 149 Manual de funciones guardia.....	205
Cuadro 150 Manual de funciones cocinero .....	206
Cuadro 151 Manual de funciones personal de limpieza .....	207
Cuadro 152 Escala de valoración.....	208
Cuadro 153 Impacto social.....	209
Cuadro 154 Impacto económico.....	211
Cuadro 155 Impacto empresarial .....	212
Cuadro 156 Impacto ético .....	213
Cuadro 157 Impacto tecnológico.....	214
Cuadro 158 Matriz de impacto general .....	215

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Antigua ciudad de Ibarra.....	7
Gráfico 2 Grupos étnicos del cantón Ibarra.....	9
Gráfico 3 Mirador San Miguel Arcángel .....	19
Gráfico 4 Iglesia de San Agustín.....	20
Gráfico 5 Identificación del servicio.....	50
Gráfico 6 Futbolines, billar, juegos electrónicos.....	51
Gráfico 7 Cafetería.....	51
Gráfico 8 Lugares de entretenimiento.....	56
Gráfico 9 Frecuencia de asistencia.....	57
Gráfico 10 Visita a los lugares de entretenimiento.....	58
Gráfico 11 Conoce el juego de los bolos .....	59
Gráfico 12 Práctica del deporte de bolos .....	60
Gráfico 13 Jugar bolos.....	61
Gráfico 14 Creación sala de juego de bolos .....	62
Gráfico 15 Precio bolos.....	63
Gráfico 16 Precio billar.....	64
Gráfico 17 Precio juegos electrónicos.....	65
Gráfico 18 Precio futbolines .....	66
Gráfico 19 Servicio a ofrecer .....	67
Gráfico 20 Precios de servicio económicos .....	68
Gráfico 21 Nombres de la empresa .....	69
Gráfico 22 Edad población económicamente activa .....	70
Gráfico 23 Género población económicamente activa.....	71
Gráfico 24 Ocupación población económicamente activa .....	72
Gráfico 25 Lugares de entretenimiento.....	73
Gráfico 26 Frecuencia de asistencia.....	74
Gráfico 27 Visita a los lugares de entretenimiento.....	75
Gráfico 28 Conoce el juego de los bolos .....	76
Gráfico 29 Práctica del deporte de bolos .....	77
Gráfico 30 Jugar bolos.....	78
Gráfico 31 Creación sala de juego de bolos .....	79
Gráfico 32 Precio bolos.....	80
Gráfico 33 Precio billar.....	81
Gráfico 34 Precio juegos electrónicos.....	82
Gráfico 35 Precio futbolines.....	83
Gráfico 36 Servicio a ofrecer .....	84
Gráfico 37 Precios de servicio económicos .....	85
Gráfico 38 Nombres de la empresa .....	86
Gráfico 39 Edad turistas nacionales y extranjeros .....	87

Gráfico 40 Género turistas nacionales y extranjeros.....	88
Gráfico 41 Turista nacional o extranjero.....	89
Gráfico 42 Ciudad turistas nacionales.....	90
Gráfico 43 País turistas extranjeros .....	91
Gráfico 44 Frecuencia de visita turistas nacionales y extranjeros .....	92
Gráfico 45 Bolo gigante .....	115
Gráfico 46 Macrolocalización .....	118
Gráfico 47 Microlocalización.....	121
Gráfico 48 Distribución de la planta.....	133
Gráfico 49 Plano eléctrico .....	133
Gráfico 50 Plano eléctrico .....	133
Gráfico 51 Ingreso s consolidados .....	157
Gráfico 52 Logo empresa.....	187

## **ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS**

Flujograma 1 Significado de los símbolos .....	127
Flujograma 2 Proceso de prestación del servicio principal bolos .....	128
Flujograma 3 Proceso de prestación del servicio billar .....	129
Flujograma 4 Proceso de prestación del servicio juegos electrónicos ...	130
Flujograma 5 Proceso de prestación del servicio básico futbolines .....	131

## INTRODUCCIÓN

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura. Su ubicación al norte del país es de 115 km, al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. De acuerdo al VII censo nacional de población realizado en el año 2010, la población total de Ibarra alcanza los 181.175 habitantes.

El turismo ha ido creciendo significativamente en la ciudad de Ibarra, pero no cuenta con un lugar en donde grandes y chicos puedan distraerse sanamente, liberando energía y compartiendo un momento agradable ya sea con su familia y/o amigos; que brinde un servicio de calidad mejorando la calidad de vida tanto de los inversionistas como de los futuros trabajadores de la Sala de Juego de Bolos y de esta manera aumentando el flujo de capital en la ciudad.

Si no se ataca este problema en el futuro, no se poseerán opciones de centros de recreación, por lo que los interesados en este deporte acudirán a otras ciudades como lo es Quito; por tal motivo se ven en la necesidad de buscar sitios en donde puedan desarrollar dichas actividades, ocasionando mayores gastos.

El proyecto es una solución para el problema determinado, de igual forma es una oportunidad para crecer empresarialmente y mejorar la economía de la ciudad de Ibarra ofreciendo fuentes de empleo que incrementen la calidad de vida de los trabajadores y el movimiento de capital de la ciudad.

### **Justificación**

El proyecto planteado se justifica por la importancia de crear este servicio, que brinde un sano entretenimiento que demuestra a la población económicamente activa y a los turistas nacionales y extranjeros que existen lugares en donde gastar sus energías, compartir con sus

familias y amigos, en un ambiente cómodo, relajante y diferente, además el crear fuentes de empleo. Se contará con un juego fuera de la común, sano y divertido que beneficia a la salud física y mental de los jugadores.

Este proyecto tiene como uno de sus objetivos principales aumentar el turismo en la ciudad, puesto que se creará este lugar para que sea frecuentado, por cualquier persona que resida en la ciudad de Ibarra, o turistas nacionales y extranjeros; como punto estratégico la Sala de Juego de Bolos debe ubicarse en el Centro de la misma.

El presente proyecto es de interés local porque contribuirá con el crecimiento económico de la ciudad de Ibarra, y está enfocado a tener su demanda potencial en la misma.

Los beneficiarios directos son los inversionistas, los jóvenes, la Población Económicamente Activa, los turistas nacionales y extranjeros, el personal que laborara en el local; y los beneficiarios indirectos son las instituciones financieras, los proveedores.

En lo político es factible realizarse puesto que una política del Gobierno Provincial de Imbabura es: "*Fomentar la producción para generar trabajo y mejorar la economía de Imbabura*", en lo legal es factible porque se sustenta en código de trabajo Art. 3 libertad de trabajo y contratación que cita "- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga", referente a lo económico el proyecto es factible porque existe la oportunidad de acceder a un crédito bancario que financie el proyecto y de la misma manera contar con capital propio, en el aspecto material se adquirirá maquinaria y equipos sofisticados y de alta tecnología; referente a los recursos humanos es factible porque se contará con personal calificado y eficiente tanto para la elaboración del proyecto como para la implantación del mismo.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Sala de Juego de Bolos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; que permita la práctica de este deporte y atraiga el turismo.

### **Objetivos Específicos**

- Efectuar un Diagnóstico Situacional en la Ciudad de Ibarra, para determinar los Aliados, Oponentes, Riesgos y Oportunidades que tendrá el presente proyecto.
- Establecer las bases teóricas que sustenten científicamente la elaboración del proyecto.
- Realizar un Estudio de Mercado, con el fin de determinar la oferta, demanda, precios, competencia y canales de distribución en la Ciudad de Ibarra.
- Elaborar un Estudio Técnico que permitirá determinar el tamaño, localización del proyecto.
- Realizar un Estudio Financiero, que justifique la realización del proyecto.
- Determinar la Estructura Organizacional del proyecto.
- Analizar los posibles Impactos que generará la implantación del proyecto.



## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes del diagnóstico**

Ibarra, es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La ciudad blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles, posee una magnífica naturaleza, clima y gentileza en sus habitantes. Es la capital de la provincia de Imbabura y es el centro de desarrollo económico, educativo, turístico y científico de la zona norte del Ecuador.

De los 14.483. 499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total de Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres. (Fuente: VII Censo Nacional de Población).

Cuenta con buena infraestructura vial, servicios básicos y complementarios necesarios para tener una buena calidad de vida; además existe una gran producción turística y hotelera, que hacen de Ibarra un sitio de descanso, paisajismo, historia y cultura.

De acuerdo a los puntos de información como lo son: Oficina I-TUR, Museo de Caranqui, Terminal Imbabus y Loma de Guayabillas existe un total de visitas turísticas de 34.365 en el año 2011(Fuente: <http://www.touribarra.gob.ec> 2011).

El turismo en la ciudad de Ibarra se ha desarrollado lenta y espontáneamente permitiendo el crecimiento del nivel cultural de las personas.

Los factores mencionados anteriormente han hecho que el turismo se amplíe a través del tiempo, y que hoy sea una vía alterna de desarrollo económico.

En los últimos años la ciudad de Ibarra ha crecido significativamente, convirtiéndose en un atractivo turístico con diferentes alternativas para la recreación, destacando la Laguna de Yahuarcocha, el mirador de San Miguel Arcángel, los helados de paila, las nogadas, el arrope de mora, el pan de leche de Caranqui, la Plaza Shopping Center, sus paisajes especialmente en la parroquia de la Esperanza, sus parques, museos, hoteles, Céntrica Parque Bulevar, el nuevo Centro Comercial Laguna Mall; proyectos, lugares y servicios que dan lugar a que la ciudad sea visitada tanto por turistas extranjeros como nacionales.

En el Plan Nacional del Buen Vivir, objetivo tres: “mejorar la calidad de vida de la población” cuyo propósito es la satisfacción de las necesidades materiales psicológicas, sociales y ecológicas, enfocadas al bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva; y en donde una de sus políticas es promover la práctica de vida saludable en la población, además cita que se busca tener una vida digna y no la mera supervivencia, objetivo que da a conocer la importancia de que la población tenga lugares de entretenimiento, para mejorar su calidad de vida.

Por los aspectos mencionados anteriormente se ve la necesidad de crear un espacio para la diversión, entretenimiento, distracción sana para los habitantes de la ciudad de Ibarra, así como para los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la misma, como es la implementación de una Sala de Juego de Bolos, considerada como un atractivo turístico y deporte para despejar la mente, quemar grasas y construir amistades, cabe recalcar que en la ciudad no hay ningún servicio que satisfaga esta necesidad.

## **1.2. Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo general del diagnóstico**

Efectuar un Diagnóstico Situacional en la Ciudad de Ibarra, para determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades que tendrá el presente proyecto.

### **1.2.2. Objetivos específicos del diagnóstico**

- Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra y los principales aspectos culturales de la población.
- Conocer los factores socio - económicos de influencia del presente proyecto.
- Identificar los servicios públicos y privados con los que cuenta el entorno objeto de estudio.
- Conocer la oferta turística de la ciudad de Ibarra.

## **1.3. Variables diagnósticas**

- Antecedentes históricos y culturales
- Factores socio - económicos
- Servicios Públicos y Privados
- Oferta Turística

## **1.4. Indicadores**

- **Antecedentes históricos y culturales**
- Ⓢ Reseña Histórica
- Ⓢ Cambios de tendencias
- Ⓢ Valores culturales

➤ **Factores socio - económicos**

- Ⓢ Nivel de Ingresos
- Ⓢ Población económicamente activa
- Ⓢ Nivel de desempleo

➤ **Servicios Públicos y Privados**

- Ⓢ Servicios básicos
- Ⓢ Servicios complementarios
- Ⓢ Infraestructura vial

➤ **Oferta Turística**

- Ⓢ Crecimiento del turismo
- Ⓢ Desarrollo Económico de la Actividad Turística
- Ⓢ Alternativas de Recreación

### 1.5. Matriz de relación diagnóstica

**CUADRO 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>Objetivos</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuente.</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Fuente de Información</b>
Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra y los principales aspectos culturales de la población.	Antecedentes históricos y culturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reseña histórica</li> <li>- Cambios de tendencias</li> <li>- Valores culturales</li> </ul>	Secundaria	Documental Bibliográfica	Municipio de Ibarra Plan de ordenamiento Territorial.
Conocer los factores socio - económicos de influencia del presente proyecto.	Factores socio - económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel de Ingresos</li> <li>- Población Económicamente Activa</li> <li>- Nivel de Desempleo</li> </ul>	Secundaria	Documental Bibliográfica	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Internet Plan de ordenamiento Territorial.

<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuente.</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Fuente de Información</b>
Identificar los Servicios Públicos y Privados con los que cuenta el entorno objeto de estudio.	Servicios Públicos y Privados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios básicos</li> <li>- Servicios complementarios</li> <li>- Infraestructura vial</li> </ul>	<p>Primaria</p> <p>Secundaria</p>	<p>Observación</p> <p>Documental</p> <p>Bibliográfica</p>	<p>Ministerio de Salud, Bomberos, Municipio de Ibarra</p> <p>Plan de ordenamiento Territorial.</p>
Conocer la oferta turística de la ciudad de Ibarra.	Oferta Turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento del turismo</li> <li>- Desarrollo Económico de la Actividad Turística</li> <li>- Alternativas de Recreación.</li> </ul>	<p>Primaria</p> <p>Secundaria</p>	<p>Entrevista</p> <p>Documental</p> <p>Bibliográfica</p>	<p>Comunicador Social del Ministerio de Turismo</p> <p>El Desarrollo y Ordenamiento Territorial en el Cantón Ibarra sobre la base de sus Atractivos Turísticos (2011)</p>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

## 1.6. Análisis de las variables diagnósticas

La información detallada a continuación de las variables diagnósticas, se obtuvo de los siguientes Documentos:

- ☀ “Estructura General del territorio Cantonal de Ibarra”;
- ☀ “Proyecto Análisis de vulnerabilidades a nivel Municipal. Perfil Territorial Cantón San Miguel de Ibarra (2013)”;
- ☀ “El Desarrollo y Ordenamiento Territorial en el Cantón Ibarra sobre la base de sus Atractivos Turísticos (2011)”;
- ☀ “Página web del Ilustre Municipio de Ibarra”.
- **Antecedentes históricos y culturales**
- 🌐 Reseña Histórica

### GRÁFICO 1 ANTIGUA CIUDAD DE IBARRA



**Fuente:** Ilustre Municipio de Ibarra

El 28 de septiembre de 1606 el Capitán Cristóbal de Troya, fundó la Villa de San Miguel de Ibarra, en el Valle de Carangue. Ibarra luchó por su independencia del yugo español. El 7 de julio de 1823, el pueblo ibarreño liderado por el libertador Simón Bolívar contribuyó a

la justa libertaria de la nación al ganar la denominada “Batalla de Ibarra”.

San Miguel de Ibarra es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador, es la capital de la provincia de Imbabura. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura. Conformada por cinco parroquias urbanas: La Dolorosa del Priorato, Caranqui, San Francisco, El Sagrario, y Alpachaca; y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio.

#### Cambios de tendencias

La tendencia es esencial para el análisis técnico del estudio de mercado de cualquier proyecto, utilizando herramientas con el fin de detectar y medir dichas tendencias de precios, para establecer y manejar situaciones de compra y venta dentro del mercado objetivo.

Es un patrón de comportamiento de la dirección del mercado, son figuras que advierten los posibles cambios de dirección de los precios ya sean altos o bajos.

Se ha demostrado que la ciudad y por ende el cantón Ibarra, se encuentra en constante crecimiento y evolución, la tasa de crecimiento poblacional del cantón para el año 2010 es de 1,9%, realizando una comparación a nivel nacional y provincial, esta tasa de crecimiento poblacional es mayor a la tasa provincial 1,6% y a la tasa nacional de 1,52 %. INEC 2010.

## Ⓢ Valores culturales

Son el conjunto de creencias, conceptos y actividades que permiten la comunicación del ser humano. Se considera valores culturales a las tradiciones, arte, vestimenta, deporte, etc.

Dentro del grupo de valores culturales también se consideran los que una sociedad adopten como forma de vida entre estos tenemos, los valores religiosos, morales, afectivos, sociales, físicos y económicos.

El cantón Ibarra es reconocido por ser multicultural. Según datos del INEC, 2010 la población ibarreña tiene las siguientes etnias: Indígena, afro ecuatoriana, montubios, mestiza, mulatos. La etnia que con mayor peso demográfico, es la mestiza.

Los valores altos de densidad conllevan problemas en la forma de vida de la población, uno de los principales problemas es la pobreza, desempleo y el hacinamiento.

**GRÁFICO 2 GRUPOS ÉTNICOS DEL CANTÓN IBARRA**



**Fuente:** Perfil de Ordenamiento Territorial  
**Elaborado por:** La Autora

➤ **Factores socio - económicos**

Ⓢ Nivel de Ingresos

De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos en la encuesta realizada de empleo, subempleo y desempleo ENEMDU de marzo 2012, elaborada por la Unidad de Procesamiento (UP) de la Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (DESAE) – INEC. El nivel de ingresos se lo hace a nivel de la provincia, ya que solo se puede generar a esta desagregación (provincial).

**CUADRO 2 INGRESOS TOTALES PROMEDIO**

<b>Ingresos Totales Promedio de las Personas, Según Sexo de la Provincia de Imbabura</b>		
		<b>Provincia</b>
		Imbabura
		Ingreso total de la persona
		Media (\$)
<b>SEXO</b>	Hombre	616,55
	Mujer	389,09
	<b>Total</b>	<b>507,12</b>

**Fuente:** INEC

**Elaboración:** Unidad de procesamiento de la Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos

Ⓢ Población económicamente activa

La estructura económica esencial del cantón Ibarra la marca la Población Económicamente Activa (PEA) que para el 2010 la tasa de crecimiento es del 2,99% lo que representa a 20.587 personas, distribuidas en tres sectores productivos: agropecuario, industria y de servicios.

Ibarra es el eje comercial de la Región. El comercio da empleo a 46855 ibarreños, De los 181 175 habitantes de Ibarra, los jóvenes

son el 62%. Las entidades públicas son la tercera fuente de empleo. Hay 11 355 funcionarios. La PEA en Ibarra es de 80 669 personas.

Las actividades principales por sectores son:

### CUADRO 3 ACTIVIDADES PRINCIPALES POR SECTORES

Actividad	PEA	%
Sector agropecuario	9367	11,61
Sector industrias	15630	19,38
Sector servicios	46855	58,02
Otros	8817	10,93
<b>TOTAL PEA</b>	<b>80669</b>	<b>99,9</b>

Fuente: ET-Plan De Ordenamiento Territorial-CI 2010.

Elaborado por: La Autora

El Sector Servicios tiene un 58,02% que representa a 46.855 habitantes, que evidencia el crecimiento de esta actividad de la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector.

#### Ⓢ Nivel de desempleo

De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial, Ibarra 2012 “El porcentaje de personas desempleadas en relación de la población económicamente activa total a la fecha del censo, para el año 2001 es el 2,54% y las parroquias con los más altos porcentajes son las rurales:

- ✚ Esperanza (3,28%)
- ✚ Angochagua (2,43%)
- ✚ San Antonio (2,23%)

No así las parroquias de Lita, Carolina y Salinas se considera que su localización, las condiciones de su entorno y su cultura son factores que determinan esta tasa. Así tenemos que la migración y la falta de terrenos productivos u otras condiciones hacen elevar los porcentajes de desempleo y en el otro caso las condiciones de sus

terrenos y su cultura hace que continúen trabajando en sus localidades y no engrosen las altas tasas de desempleo siendo parte de los asentamientos urbano-marginales de las grandes ciudades”

Para el año 2010 de acuerdo a la información proporcionada por el INEC, mediante el último censo efectuado la tasa de desempleo a nivel provincial es de 5,1.

Actualmente no se dispone en la página del INEC la tasa de desempleo a nivel cantonal.

### ➤ **Servicios Públicos y Privados**

#### 🌐 **Servicios básicos**

Se determina que existe una masiva agrupación en el área urbana, lo que conlleva a que la población tenga mayor demanda de servicios básicos, vivienda, educación y empleo y que la gran mayoría de los proyectos de infraestructura y servicios e instituciones públicas y privadas se concentren en esta área.

A continuación se detallan los servicios con los que cuenta el Cantón de Ibarra:

#### • **Conectividad**

🚦 Vía Principal (Panamericana).- es un sistema compuesto por carreteras, en la cual la población puede hacer uso de ella para trasladarse de una ciudad a otra.

🚦 Puente sobre el río Chota.- en la comunidad de Pusir Grande está ubicado el puente colgante con una extensión aproximada de 200 metros, da servicio a los moradores de la comunidades negras del valle, conecta las provincias de Carchi e Imbabura, es un lugar de atracción turística, aquí

encontramos las fábricas de panela y una variada producción de frutas y cultivos de ciclo corto.

✚ Terminal Terrestre de Ibarra.- entro en funcionamiento en enero de 2004, con el objetivo de organizar el tránsito en la ciudad y el cantón, brindando a la ciudadanía un medio de transporte para poder trasladarse a cualquier parte del Ecuador.

- **Abastecimiento de combustible**

✚ Envasadora de gas.- esa ubicada en el barrio la dolorosa de Priorato, líder en profesionalismo, experiencia y calidad de servicio en la comercialización de gas licuado de petróleo.

- **Infraestructura sanitaria**

✚ Relleno sanitario.- ubicado en la comunidad del Chota, el cual aplica las exigencias técnicas en su implementación, sujeta a normas que eliminan el impacto ambiental y la contaminación.

- **Abastecimiento de energía eléctrica**

✚ Sub-estación eléctrica principal “Bellavista”.- está destinada a modificar y establecer los niveles de extensión de una infraestructura eléctrica, con el fin de facilitar el transporte y distribución de la energía eléctrica.

✚ Línea de transmisión de energía eléctrica.- es la parte del suministro eléctrico constituida por los elementos necesarios para llevar hasta los puntos de consumo y a través de grandes distancias de energía eléctrica generada en las centrales eléctricas.

- **Abastecimiento de agua potable**

- ✚ Planta de capacitación y tratamiento de agua potable “Guaraczapas”.- es la que cuantifica y monitorea los actores meteorológicos de la cuenca alta del río Tahuando.

- ✚ Planta de captación y potabilización de agua potable “La Carbonería”.- la empresa distribuye el agua potable a sectores como Aloburo, El Panecillo, Cuatro Esquinas, Priorato, Flor del Valle y el Churro, pertenecientes a la parroquia del Priorato.

- ✚ Sistema de conducción de agua potable.- incluyen tanques de regulación para efectuar la compensación entre la producción máxima diaria y el consumo máximo diario y disponer de reserva para casos de emergencia, tales como incendio, ruptura de tuberías, cortes de energía.

- ✚ Sistema de alcantarillado.- son estructuras de tipo hidráulico que funcionan a presión atmosférica, se considera un servicio básico.

- **Comunicación**

- ✚ Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT).- es la empresa pública de telecomunicaciones del Ecuador creada el 14 de enero de 2010, opera servicios de telefonía fija local, regional e internacional, acceso a internet estándar y de alta velocidad.

- ✚ Antenas de comunicación (Ubicadas fuera y dentro del cantón).- son dispositivos diseñados para emitir o recibir ondas electromagnéticas hacia el espacio libre.

- ✚ Centrales Telefónicas.- es el lugar utilizado por una empresa operadora de telefonía donde se alberga equipos de

operación para llamadas telefónicas, en el país las empresas que brindan este servicio son tres: Claro, Movistar y Alegro.

- **Abastecimiento de alimentos**

- ✚ Mercado Amazonas, Mayorista y Santo Domingo.- cuentan con pequeños puestos de vendedores, los cuales ofrecen una variedad de productos alimenticios de primera necesidad, y otros.

- **Educación**

- ✚ Instituto Técnico Superior “17 de Julio”, Unidad educativa experimental “Teodoro Gómez de la Torre; Colegio Nacional “Ibarra”; Universidad Técnica del Norte.- instituciones educativas que tienen como misión contribuir al desarrollo social, cultural, económico, educativo, científico y tecnológico del norte del país.

- **Administración**

- ✚ Ilustre Municipio de Ibarra.- Institución de derecho público, que vela por el bienestar de los ibarreños e ibarreñas.
- ✚ Gobierno Provincial de Imbabura.- se consolida como una institución de derecho público, autónoma, descentralizada, transparente, eficiente, equitativa y solidaria, líder del desarrollo económico, social y ambiental provincial.

- **Seguridad y Organismos de Apoyo**

- ✚ Comando de la Policía.- entidad encargada de brindar seguridad pública a todos los habitantes del Ecuador.

## **Servicios complementarios**

 Internet.- son bandas anchas que brindan la facilidad de poder tener acceso a internet para realizar consultas, comunicarse con amigos y familiares, entre otros.

 TV. Cable.- brinda canales internacionales y nacionales, en donde la ciudadanía puede tener acceso a noticias, películas, dibujos, etc. de otros países.

## **Infraestructura vial**

La principal vía del cantón es la Panamericana Norte, la cual atraviesa el cantón y es el mecanismo de conexión a tres provincias, al norte con las provincias de Carchi, y Esmeraldas y al sur con la provincia de Pichincha. La longitud de la carretera dentro del cantón es de 99,66 kilómetros. La vía es de cuatro carriles pero a partir del centro poblado de la Florida es de seis carriles conformado la autovía Ibarra-Otavalo. La carretera atraviesa la ciudad de norte a sur cruzando por el lado oeste de la misma y presenta dos entradas a la ciudad, una en la parte norte ubicado en el centro poblado Mascarilla y otra al sur ubicado en el centro poblado de la Florida .

La vía se entrecruza con dos ríos a largo del cantón, por lo que existen dos puentes que sirven como puntos de conexión. El primer puente se ubica en la parroquia de Ambuquí sobre el río Chota en el centro poblado del Juncal y este interconecta las provincias de Carchi e Imbabura. Mientras que el segundo puente se ubica en la zona noroeste de la ciudad, entre el entrecruce del río Tahuando y la vía en sí, el mismo que a la vez sirve para interconectar la parte norte de la ciudad con la parte céntrica-urbana de la misma.

Con la rehabilitación del tramo del ferrocarril Ibarra-Salinas con una longitud de 30 km, la línea férrea se ha convertido en una importante

opción de interconexión entre la ciudad y varios centros poblados de la parroquia rural, Salinas.

El flujo de transporte terrestre de carácter intercantonal e interprovincial se ve regulado a través de un importante centro estratégico, el Terminal Terrestre. El terminal es una localidad que permite controlar el flujo de pasajeros en la ciudad (alrededor de 200000 diarios) y organizar las frecuencias de llegada y salida de buses a diferentes cantones de la provincia de Imbabura y a otras provincias de la nación. La terminal ocupa un área que sobrepasa los 50 000 m<sup>2</sup>, de estos, 15 000 m<sup>2</sup> están construidos y 5 000 son áreas verdes y jardines con juegos infantiles.

➤ **Oferta Turística**

🌐 **Crecimiento del turismo**

El turismo ha ido creciendo significativamente en la ciudad de Ibarra, a través de los diferentes lugares turísticos que oferta la ciudad.

**CUADRO 4 VISITAS TURÍSTICAS**

VISITAS TURÍSTICAS 2012		VISITAS TURÍSTICAS 2011	
PUNTOS DE INFORMACIÓN	NÚMERO DE VISITANTES	PUNTOS DE INFORMACIÓN	NÚMERO DE VISITANTES
OFICINA I-TUR	1.234	OFICINA I-TUR	1206
TERMINAL IMBABUS	784	TERMINAL IMBABUS	613
<b>TOTAL</b>	<b>2018</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1819</b>

Fuente: Touribarra  
Elaborado por: La Autora.

## Desarrollo Económico de la Actividad Turística

Se ha ido desarrollando significativamente a través de los proyectos y el apoyo al fomento turístico y la cadena productiva sustentable en el cantón Ibarra, con la adecuación del museo Atahualpa e implementación de un centro de operaciones turísticas, y con el apoyo a la comercialización turística de Ibarra.

En el desarrollo del turismo existen algunas asociaciones dedicadas a esta actividad, las que tienen mayor incidencia son las que están en la microcuenca de la laguna de Yahuarcocha y las de Valle del Chota. Además el cantón cuenta con la Cámara de Comercio de Ibarra quien apoya el desarrollo de la actividad comercial dentro del cantón.

## Alternativas de Recreación

Hay una ciudad por descubrir, una sociedad por investigar, una gente por amar y un tiempo por recordar. A través de éstos espacios pretendemos perpetuar la conciencia colectiva con imágenes, documentos, vídeos que sin duda tendrán un valor positivo para el conocimiento de nuestra identidad como asentamiento urbano y para el reconocimiento de nuestros espacios que son paraíso en la tierra. A continuación se detallan las alternativas de recreación de la Ciudad de Ibarra:

- **Sitios naturales**

-  Volcán Imbabura

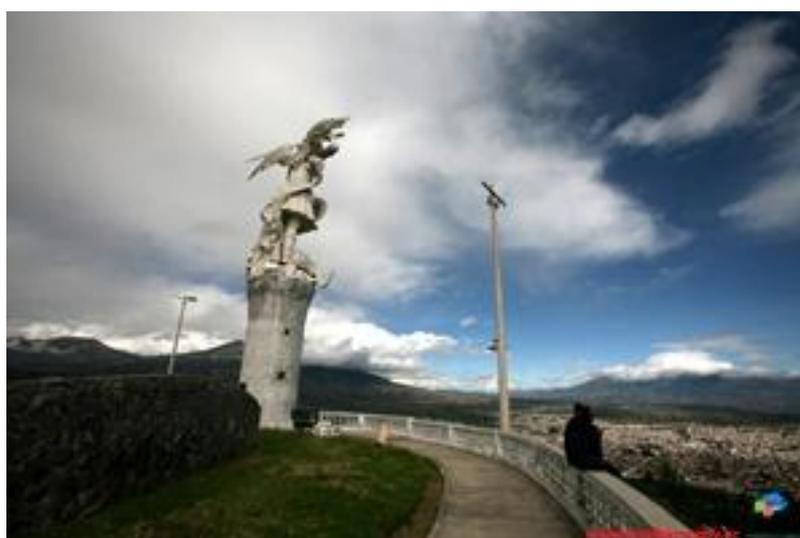
-  Mirador San Miguel Arcángel

-  Mirador de Yuracruz

-  Valle de Salinas

- 🚩 Valle del Chota
- 🚩 Laguna de Yahuarcocha
- 🚩 Río Chota
- 🚩 Bosque Protector de Guayavillas

### GRÁFICO 3 MIRADOR SAN MIGUEL ARCÁNGEL



**Fuente:** Ibarra Puro Encanto  
**Elaborado por:** La Autora

- **Museos y manifestaciones culturales**

- 🚩 Museo de Caranqui
- 🚩 Museo de Sal
- 🚩 Museo del Banco Central
- 🚩 Torreón
- 🚩 Antiguo Colegio Teodoro Gómez de la Torre
- 🚩 Hacienda Chorlaví
- 🚩 Hacienda Zuleta

✚ Catedral de Ibarra

✚ Iglesia de San Agustín

#### GRÁFICO 4 IGLESIA DE SAN AGUSTÍN



**Fuente:** Ibarra Puro Encanto

**Elaborado por:** La Autora

✚ Iglesia de Santo Domingo

✚ Iglesia La Merced

✚ Antiguo Cuartel Militar

✚ Centro histórico de Ibarra Grupo Étnico

✚ La Huaca de Caranquí

✚ La esquina del Coco

✚ La piedra Chapetona

✚ El Obelisco

✚ Plazoleta Francisco Calderón

✚ Las Tolas de Zuleta, San Clemente y Socapamba

## **1.7. Mecánica operativa**

### **1.7.1. Información primaria**

En este proyecto se utilizó la técnica de la observación; y la técnica de la entrevista realizada al Ing. Víctor Palaguachi Comunicador Social del Ministerio de Turismo, con el fin de conocer su punto de vista y la aceptación de la implementación de este nuevo servicio.

### **1.7.2. Información secundaria**

La documentación que se utilizó para el sustento documental bibliográfico para la presentación del presente proyecto es:

- Ilustre Municipio de Ibarra
- Plan de Ordenamiento Territorial(PDOT)
- Población económicamente activa de la Ciudad de Ibarra PEA
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC
- Internet

## **1.8. Análisis de la información (ENTREVISTA)**

Resultados de la entrevista realizada al Ingeniero Víctor Palaguachi Comunicador Social del Ministerio de Turismo.

### **1. ¿Cómo percibe el desarrollo turístico actual en la ciudad de Ibarra?**

El desarrollo turístico en la ciudad de Ibarra se ha desarrollado con las políticas que ahora maneja el Ministerio de Turismo conjuntamente con el Gobierno Nacional.

**2. ¿Desde su punto de vista cree que el turismo en la ciudad de Ibarra se ha incrementado?**

El turismo en la ciudad de Ibarra se ha incrementado significativamente, como Ministerio de Turismo se está apoyando a proyectos, además se está trabajando con el Municipio de Ibarra en el fortalecimiento turístico de la ciudad.

**3. ¿Considera usted que la actividad turística es una oportunidad para crecer empresarialmente?**

El Gobierno Nacional le apuesta al turismo como el futuro para el Ecuador, estamos preparándonos para una época en donde el turismo es la principal actividad generadora de recursos económicos en el país.

**4. Piensa que la actividad turística, permite que las empresas se desarrollen económicamente:**

Por supuesto, no solo las empresas sino todo el estrato social se benefician de la actividad turística fortalecida.

**5. ¿Cree que la creación de la Sala de Juego de Bolos generaría una oferta turística?**

Claro, en el tema de creación de este tipo de juego se crea un atractivo diferente al turista y no solamente al turista extranjero, también al turista nacional, y a la población Ibarreña.

**6. ¿Usted cree que la implementación de una Sala de Juego de Bolos tendrá acogida en la ciudad de Ibarra?**

Yo podría decir que si tendría acogida, pero esto depende del trabajo de marketing que se desarrolle para la implementación de esta Sala, puesto que no es un deporte promovido o conocido se

debe realizar un trabajo de difusión de mercadeo para ofrecer al mercado este producto turístico.

**7. ¿Piensa que esta empresa generaría plazas de empleo en la ciudad?**

Por supuesto, toda actividad turística genera empleo y dinamiza la economía local.

**8. ¿Cree que este tipo de negocio es un juego saludable o es un juego que causa adicción?**

Los Bolos son conocidos como un deporte y ningún deporte causa adicción.

**9. Considera importante que este proyecto se implemente en la ciudad de Ibarra ¿Por qué?**

Evidentemente, sería importante implementar un servicio de este tipo, generaría plazas de empleo, movilizaría el flujo de capital de la ciudad y atraería a que los visitantes locales, nacionales y extranjeros tengan una nueva forma de divertirse.

**10. A su criterio a que estrato poblacional estaría dirigido este proyecto**

El estrato poblacional de este proyecto según mi criterio es de medio a alto es un segmento de mercado bastante fuerte que posiblemente acudiría a este lugar por la cultura que existe en la ciudad de Ibarra.

**11. ¿Cuáles serían las oportunidades que se presentarían al momento de ejecutar este proyecto?**

Las oportunidades que podrían presentarse en la ejecución de este proyecto podrían ser expandir el negocio, llegar a tener un nivel máximo de ventas y crear sucursales.

## 1.9. MATRIZ A.O.O.R.

**CUADRO 5 MATRIZ A.O.O.R.**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Adecuada Infraestructura</li> <li>➤ Financiamiento proyectos atractivos turísticos (Entidades financieras del Estado)</li> <li>➤ Innovación del Servicio</li> <li>➤ Acceso a tecnología sofisticada</li> <li>➤ Ubicación de la empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Restricciones en los créditos(Entidades financieras privadas)</li> <li>➤ Altos costos de aduana</li> <li>➤ Equipos y maquinaria costosos</li> <li>➤ Resistencia al cambio</li> <li>➤ Restricción a las importaciones</li> </ul>
<b>RIESGOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Baja acogida por parte de la población</li> <li>➤ Ocurrencia de siniestros</li> <li>➤ Competencia futura</li> <li>➤ Cambio en las Políticas de Estado</li> <li>➤ Ausencia de asistencia técnica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Expansión en el mercado</li> <li>➤ Generación de Empleo</li> <li>➤ Promover nuevas alternativas de deporte</li> <li>➤ Formación de alianzas estratégicas</li> <li>➤ Generación de utilidades para los accionistas</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa,

**Elaborado por:** La autora

### **1.10. Determinación de la oportunidad de inversión**

En la ciudad de Ibarra no existen empresas que presten este tipo de servicio el cual brinda una sana diversión, como lo es el practicar el deporte de los bolos.

Al realizar el diagnóstico situacional podemos notar que la ciudad de Ibarra ofrece un sin número de variables como lo son los servicios básicos, complementarios, vías de comunicación y transporte, financiamiento por parte del Gobierno de atractivos turísticos; y las diferentes oportunidades que brinda el crear este tipo de negocio, como la expansión hacia otras ciudades; lo que da a conocer las ventajas que se tendrá si se pone en marcha la Sala de Juego de Bolos.

Además se pudo determinar los oponentes y riesgos que posiblemente tendrá este proyecto, para lo cual se pretende tomar las medidas necesarias para contrarrestar las posibles pérdidas o desventajas que tiene el mismo.

Es una oportunidad para crecer empresarialmente y mejorar la economía de la ciudad de Ibarra ofreciendo fuentes de empleo.

Se puede afirmar la existencia de la oportunidad de crear una sala de juego de bolos en la ciudad de Ibarra, creando una oferta turística que atraiga el turismo local, nacional y extranjero; además es un negocio que proporciona rentabilidad y diseña un futuro de éxito, esto lo demuestra diferentes indicadores que ofrecer al mercado objetivo un centro de entretenimiento deportivo para disfrutar con familia y amigos es una excelente inversión.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Empresa

**Zapata P. (2011)** Afirma: “Una empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general”. Pág. 5.

Es indispensable que una empresa se dedique a la prestación de un servicio, o comercialización de un bien, a través de recursos humanos, tecnológicos, financieros, económicos, los cuales permitirán conseguir el objetivo de su creación, la generación de utilidades.

##### 2.1.1 Objetivos de la empresa

Para **Asencio, E., Vásquez B. (2008)**, se clasifican en diversos grupos:

- **Objetivos basados en la maximización de los beneficios:** normalmente los beneficios se miden en relación con una variable, como beneficios por unidad de capital invertida, por volumen de ventas, etc.
- **Objetivos de crecimiento:** el crecimiento de la empresa forman parte de las estrategias de la mayor parte de las empresas por diversos motivos de vitalidad y fortaleza.
- **Objetivos de estabilidad y adaptabilidad al medio:** para garantizar la supervivencia a largo plazo es imprescindible que la empresa se adapte al medio en el que desarrolla sus actividades.

- **Objetivos sociales:** la empresa es una institución social y debe asumir una responsabilidad social con el entorno que le rodea. Pág. 8.

### 2.1.2 Elementos que componen la empresa

En lo referente a los elementos que componen una empresa

**Asencio, E.; Vasquez, B. (2009)** expresa los siguientes:

Una empresa combina dos factores que son:

- **Factores activos:** Personas físicas y/o jurídicas (entre otras entidades mercantiles, cooperativa, fundaciones, etc.) Constituyen una empresa realizando, entre otras, aportación de capital (sea puramente monetario, sea de tipo intelectual, patentes, etc.). Estas “personas” se convierten en accionistas de la empresa.
- **Factores pasivos:** Todos los que son usados por los elementos activos y ayudan a conseguir los objetivos de la empresa. Como la tecnología, las materias primas utilizadas, los contratos financieros de los que dispone, etc. Pág. 121.

### 2.1.3 Clasificación de las Empresas

Para **Zapata P. (2011)** en lo referente a la clasificación de las empresas se realiza bajo los siguientes criterios:

#### a) Según su naturaleza:

- **Industriales:** transforman materias primas en nuevos productos. Ej.: Textiles San Pedro, Pronaca S.A.
- **Comerciales:** compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores. Ej.: Importadora Tomebamba S.A.

- **Servicios:** generación y ventas de productos intangibles. Ej.: Banco del Pichincha, Multicines.
- **Agropecuarias:** explotan productos agrícolas y pecuarios.
- **>Mineras:** explotan los recursos del subsuelo.

**b) Según el sector o la procedencia del capital:**

- **Públicas:** el capital pertenece al sector público. Ej.: empresa de Correos del Estado.
- **Privadas:** el capital pertenece al sector privado. Ej.: Pintulac Cía. Ltda.
- **Mixtas:** el capital es público y privado. Ej. ExploCEM.

**c) Según la integración del Capital o número de socios:**

- **Unipersonales:** el capital es el aporte de una sola persona.
- **Sociedades:** aporte de capital por personas jurídicas o naturales. Sociedad de personas, sociedad de capital.

Es de vital importancia lograr la estabilidad y prestigio de una empresa con altos rendimientos; con el fin de lograr un buen crecimiento empresarial, hay que tener en claro lo que debe tener una empresa para poder estar al nivel de otras y poder surgir en el mercado.

## **2.2 Microempresa**

**Chorro M. (2010)** manifiesta: "Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un establecimiento fijo o ambulante." Pág. 17.

Una microempresa es la forma que tienen los ciudadanos de crear fuentes de empleo e inyectar capital en la ciudad, pudiendo con ello llegar a conseguir el buen vivir de las personas tanto de los socios, como de los trabajadores que se benefician por la implementación de estas microempresas.

### **2.2.1 Características**

- La administración de la empresa es independiente; por lo común, los gerentes son los propietarios del negocio.
- El capital de la empresa generalmente es aportado por una persona o por un grupo pequeño de ellas.
- El radio de operaciones es local y los propietarios y empleados se ubican en la misma región.
- El tamaño relativo de la empresa se relaciona con la industria en la cual se desenvuelve. Es pequeña cuando se compara con utilidades más grandes.

Las microempresas ayudan al crecimiento de las personas, puesto que se emprende de tal manera, que se logra un ingreso económico que ayuda a mejorar la calidad de vida.

### **2.3 Empresas de Servicio**

**Limas S. (2011)** manifiesta: “actividades que pueden identificarse aisladamente, son actividades esencialmente intangibles que proporcionan satisfacción y que no se encuentran forzosamente ligadas a la venta de bienes.” Pág. 123.

Son actividades que no se pueden ver es decir que son intangibles, las cuales dan al cliente la satisfacción de sus necesidades, gustos, deseos o preferencias.

### 2.3.1 Características empresas de servicios

Según **Arrellano R. (2010)**, las características de las empresas de servicios son los siguientes:

- **Intangibles:** el cliente no puede tocar su producto, sino únicamente sentir sus beneficios o resultados.
- **Inseparables:** implica que es muy difícil separar el servicio de la persona que lo proporciona.
- **Con la Participación de los Clientes:** la calidad de un servicio está íntimamente ligada a la calidad de los clientes que lo usan.
- **Perecederos:** esta característica implica que, en su mayor parte, los servicios solo se dañen el momento mismo de la fabricación y no se pueden almacenar o guardar.
- **Diversos:** cada actividad de servicio es única y diferente a las otras, pues el resultado depende de una gran combinación de circunstancias y actores: el prestador del servicio, el receptor del servicio, los otros clientes, el momento de la prestación del servicio, y, por sobre todo, la percepción que los clientes tengan de los resultados intangibles del mismo. Págs. 129,130

### 2.4 Marketing turístico

Para **Ojeda C.; Marmol P. (2012)**: "Es la parte del marketing encargada de guiar la comercialización de los productos o los servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico. Para ello, deberá estudiar al consumidor turístico y sus necesidades y sus deseos." Pág. 8.

## 2.4.1 Instrumentos

Se presentan dos dimensiones:

- **Marketing estratégico.-** se refiere a la orientación de la empresa a mantener o aumentar sus ventajas competitivas, esto lo hará mediante objetivos y estrategias orientadas al mercado, tales como investigación de mercados análisis de la competencia, etc.
- **Marketing operativo.-** también denominado marketing-mix, está orientado al diseño y ejecución de todas aquellas ocasiones concretas, que la empresa debe llevar a cabo para la consecución de las estrategias previamente planteadas. Para diseñarlas, la empresa dispone de instrumentos básicos que combinados adecuadamente permiten conseguir los objetivos previstos. Estos instrumentos son los elementos son las denominadas 4P"s (Producto, precio, promoción y plaza).

Pág. 9

El marketing turístico nos ayuda a ofrecer un producto o servicio que satisfaga las necesidades, gustos, deseos y preferencias de los turistas.

## 2.5 Emprendimiento

### 2.5.1 Definición

Según Marulanda J. (2009): "Es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar".<http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista>

El emprendimiento es la manera en la cual una persona decide tomar sus ideas y ponerlas en marcha, dándoles un valor agregado

que sirva para el posicionamiento de su emprendimiento, tomando consigo nuevos retos alcanzando mayores logros

## **2.5.2 Emprendedor**

De acuerdo con **Longenecker J., Moore J., Petty N., Palich L., (2010)**, lo definen como: “Aquella persona que identifica necesidades de mercado e inicia nuevos negocios o empresas para satisfacerlas. Son personas que asumen riesgos y proveen el ímpetu para el cambio, la innovación, y el progreso en la vida económica.”Pág. 6

Una persona emprendedora es la que tiene la capacidad de administrar un negocio y llevarlo a flote por sus capacidades ya sean estas físicas o intelectuales.

## **2.6 Servicio Principal**

### **2.6.1 El Bowling**

De acuerdo al **Diccionario de la Lengua**: “Deporte que se realiza en recintos cerrados, el que consiste en derribar un conjunto de piezas de madera”.pág. [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com).

Es un deporte que ha servido para distraerse sanamente, despejar la mente: en lugares apropiados como lo son las boleras.

#### **2.6.1.1 Beneficios del Bowling**

**[http://vivabien.co/4-beneficios-para-la-salud-de-bowling-descalzo\\_14abd.html](http://vivabien.co/4-beneficios-para-la-salud-de-bowling-descalzo_14abd.html) (2013)**, Menciona los siguientes:

1. El exceso de grasa que se quema: El cuerpo quema el exceso de grasa cada vez que use sus músculos en un ejercicio. Los movimientos de balanceo que trabajan en este deporte son suficientes para quemar algo de grasa cada vez que se realice. Esto va un largo camino para mantener el peso recomendado y niveles de grasa corporal por lo tanto,

reduciendo el riesgo de enfermedades relacionadas con el corazón.

2. Construcción de relaciones sociales: Muchas personas mayores tienden a sentirse solos y abandonados. Esto conduce a altos niveles de estrés y la depresión que puede ser fatal. Cuando las personas de edad están involucradas en actividades deportivas, hacen amigos y competir uno contra el otro lo que les da algo que esperar y trabajar para su salud.

3. Mejora la coordinación: Edad viene con una pérdida de muchas cosas, incluyendo las habilidades y la coordinación. Saber el momento justo al recipiente y la cantidad de energía a aplicar es un gran logro para el elderly. Coordination determina la idoneidad seres en el juego con los que tienen problemas de coordinación resulta difícil hacer un progreso razonable en el juego.

4. Aptitud física y mental: Este juego no es exactamente la versión diaria de un deporte activo, sino que involucra a las personas de edad tanto física como mentalmente. También son capaces de mantener resultados y calcular el ángulo en el que jugar a los bolos con el fin de conseguir más puntos.

Los beneficios que se tienen por practicar el Bowling son de vital importancia porque recrean la mente y el cuerpo de los jugadores, ayudando también a reducir la enfermedad que está ahora de moda el estrés.

## **2.6.2 Accesorios del Bowling**

### **2.6.2.1 Pistas de Bowling**

**La Federación Española de Bolos** Expresa: “La pista tiene unas dimensiones de 19,20 metros de largo por 1,06 de ancho y una zona de aproximación como mínimo de 4,60 metros. Se utilizan pistas sintéticas, simulando las líneas de los listones que sirven de

referencia a los jugadores en sus lanzamientos”. [www.febolos.es/Default.asp](http://www.febolos.es/Default.asp)

### **2.6.2.2 Bolas de Bowling**

“Esta pieza del juego es de forma esférica y deben tomarse en cuenta los factores que influirán en su desplazamiento sobre la pista, el correspondiente a su masa (entre 6 y 16 libras), que permite jugar a cualquier persona sin importar su edad y de acuerdo a su comprensión podrá hacerla rodar sobre la pista”.

### **2.6.2.3 Zapatos de Boliche**

“Existen muchos y muy variados modelos de este tipo de calzado especial para jugar boliche, los hay flexibles o de contextura más dura, pero su característica principal es que uno de ellos (el izquierdo para jugadores derechos y el derecho para zurdos) cuentan con una o varias plantillas que sirven para detener la inercia o favorecer el deslizamiento o patinado durante un tiro o lanzamiento”.

Los implementos mencionados anteriormente las pistas, los zapatos y las bolas de Bowling son necesarios para poder practicar este deporte y sirven para el éxito del juego.

## **2.6.3 Reglas del juego**

El jugador debe observar las siguientes reglas:

- No lanzará la “Bola” mientras no estén pinados todos los “Bolos”.
- No se saldrá de la “Mano” cuando lanza la “Bola”, hasta que esta no haya tocado el suelo.

- Aceptará y obedecerá las instrucciones del árbitro que juzga el juego y acatará sus fallos, en orden a la validez de “Bolas” y “Tantos” obtenidos.
- No interferirá a los jugadores del equipo contrario, para que estos realicen el juego en las condiciones más favorables a su gusto o conveniencia.
- Ningún jugador se situará dentro de la “Raya de Parada”, excepto cuando tenga que pinar los bolos caídos.
- No tocarán los “Bolos” mientras estén jugando y el árbitro los haya valorado debidamente.
- Durante cualquier competencia solamente puede estar en el “Campo de Juego” los jugadores que estén actuando en ese momento.
- El jugador necesariamente deberá ir uniformado.  
<http://bolos.galeon.com/reglas-bolos.htm>

En todo deporte existen reglas, que deben ser respetadas y cumplidas, para el éxito del mismo, las reglas son claras y precisas; deben ser conocidas por los jugadores, para hacer que las partidas de bolos sean placenteras y cumplan con las expectativas de los jugadores.

## **2.7 Servicios Complementarios**

**D`Andrea G., Huete C., Lovelock J., Reynoso J., Wirtz J. (2011)**

Cita: “amplían el servicio básico, facilitando su uso e implementando su valor y atractivo.” Pág. 70

### **2.7.1 Bar –Cafetería**

Según García, Francisco; García , Pedro; Gil, Mario; (2010) define como: “Establecimiento donde se sirve café y otras bebidas, así como alimentos fríos o que requieran poca preparación” pág. 3

### **2.7.2 Sala de Estar.**

Lapos S. (2009): “La sala de estar es un lugar para trabajar, relajarse y jugar. Es también una habitación donde la familia y amigos se reúnen, así que tiene que ser un lugar que invite a quedarse. Es el lugar perfecto para "ponerse al alcance de todos" y mostrar arte, colores, y colecciones que usted ama.” <http://www.decoration.com/es/disenos-recamaras/sala-de-estar/index.html>

### **2.7.3 Fútbolín**

De acuerdo a la **Federación Española del Fútbolín**: “Se juega sobre una mesa especial sobre la cual ejes transversales con palancas con formas de futbolistas son girados por los jugadores para golpear la pelota”.<http://www.fefm.es/index/futbolines>

### **2.7.4 Billar**

Para **Quijano S. (2012)**: “Juego de destreza que se ejecuta impulsando con tacos, bolas de marfil en una mesa rectangular forrada de paño, rodeada de barandas elásticas y con troneras o sin ellas”. <http://stevenqbillar.blogspot.com>

## **2.8 Estudio de Mercado**

Baca G. (2010) Cita: “Estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.”Pág. 7

De acuerdo a **Limas S. (2011)**: "El estudio de mercado relaciona a la organización con el medio de su mercado, comprende la especificación, recolección, análisis e interpretación de información, para apoyar a la gerencia en la toma de decisiones al identificar y definir las oportunidades y problemas en el mercado y a desarrollar y evaluar las diferentes actividades de marketing." Pág. 56

### **2.8.1 Mercado**

**Murcia J. (2009)** lo define: "Un mercado es el sitio físico o no físico (virtual), en donde encontramos compradores (demandantes, consumidores de bienes y servicios), y vendedores (oferentes, productores de bienes y servicios), que interactúan entre ellos a través de comunicar sus múltiples necesidades y de dar respuestas efectivas para solucionarlas." Pág. 43

### **2.8.2 Precio**

Expresa **Baca G. (2010)**: "Es la expresión monetaria que los productores están dispuestos a vender, y por ende los consumidores a comprar los bienes o servicios." Pág. 53

### **2.8.3 Demanda**

Demanda: "necesidad de deseo y poder de compra. Un usuario puede necesitar un bien o servicio pero solo su poder de compra determina la demanda" Pág. 45.

### **2.8.4 Oferta**

Según **Sapag N. Sapag R. (2010)**: "Número de unidades de un determinado producto o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios." Pág. 55

## **2.8.5 Publicidad y promociones**

Para **Anzola S. (2010)** Publicidad es: “Cualquier tipo de presentación de ventas no personal, pagada por un patrocinador determinado y la promoción promueve el conocimiento y venta de los bienes o servicios de la empresa”. Pág. 165 y 166

En el estudio de mercado podemos observar el precio, que es el valor monetario que se le asigna a un bien o servicio por el usufructo del mismo. De igual forma la demanda cantidad de bienes o servicios que una persona (comprador), está dispuesta a adquirir dependiendo de su capacidad de adquisición. Que se complementa con la oferta, cantidad de dinero en la cual se dispone a vender los productores o vendedores de un producto o de un servicio, y por último la publicidad, medio por el cual se puede realizar promociones y de alguna forma dar a conocer un producto o servicio que oferta una empresa, esta se puede hacer por diferentes medios de comunicación, como la televisión, la radio, el periódico, etc.

## **2.9 La Administración**

### **2.9.1 Concepto**

Para **Sisk H. (2012)** Es: “La fusión de todos los recursos que se poseen a través de un esquema planificado, un proceso formado por: planeación, dirección y control; cuyo objetivo es lograr todo aquello que la compañía se proponga como meta”.  
<http://definicion.de/administracion/>

La administración es la forma en la cual se coordina las actividades que se van a realizar para alcanzar los objetivos o metas que una empresa se propone lograr.

## 2.9.2 Características de la Administración

Según **Llanos J. (2009)**, las características de la administración son las siguientes:

- Amplitud del ejercicio. La administración puede aplicarse en todos los niveles de una estructura formal.
- Valor Instrumental: permite la solución de conflictos y el crecimiento de la productividad.
- Valor científico: contribuye de manera amplia a la investigación de los complejos fenómenos del trabajo identificada en múltiples contextos, épocas y circunstancias.
- Flexibilidad: la administración no es una ciencia rígida, debido a la necesidad que tiene de auxiliarse de los métodos cualitativos y cuantitativos.
- Especificidad: mantiene una arquitectura de conocimientos y técnicas propias, de principios y paradigmas y estructuras conceptuales cognoscitivas específicas que la diferencian de las demás.
- Universalidad: corresponde a su aplicabilidad en cualquier tipo de organización.
- Interdisciplinariedad: necesidad de adaptarse a aquellas disciplinas que la presiden.
- Unidad temporal: las diversas etapas que conforman la administración, se integran e interrelacionan dinámicamente como un todo que tiene movimiento acorde con el fenómeno en el cual se aplica o investiga. Págs. 55-56

Las características de la administración ayudan a poder llevar a cabo una administración basada en principios que ayuden a maximizar las utilidades de una empresa.

## 2.9.3 Proceso Administrativo

### 2.9.3.1 Definición

Para **Hurtado D. (2009)**: “Serie ordenada de actos que sirve de cause formal, a la actividad administrativa”. Pág. 47

### 2.9.3.2 Elementos

El proceso administrativo se clasifica en:

Proceso Administrativo:

- **Planeación:** visión, misión, objetivos, estrategias, programas.
- **Organización:** estructura, puestos, comunicación, responsabilidades.
- **Integración:** Administración de personal, compras
- **Dirección:** motivación, toma de decisiones, atender conflictos.
- **Control:** fijar objetivos y estándares, vigilar cumplimiento, realizar ajustes. Pág. 48.

En el proceso administrativo existen dos fases, mecánica y dinámica, la mecánica es la teoría que tiene en empresario para realizar su labor, y la dinámica es la forma en cómo realiza su trabajo.

## 2.10 Estructura organizacional

### 2.10.1 Misión

De acuerdo a **Maqueda J. (2010)** Misión es: “la declaración del propósito y del alcance de la empresa en términos de producto y mercado. La misión de la organización está definida en términos de

la satisfacción de alguna necesidad del ambiente externo y no de ofrecer un simple producto o servicio” Pág. 55.

La misión es la razón de ser de la empresa, el objetivo por el cual se ha creado.

### **2.10.2 Visión**

Manifiesta: “se refiere aquello que la organización desea ser en el futuro. Cuanto más vinculada esté la visión del negocio con los intereses de sus socios, tanto más podrá la organización cumplir con sus propósitos”. Pág. 55

La visión es lo que la empresa desea llegar hacer a futuro para crecer económicamente.

### **2.10.3 Objetivos**

Cita: “los objetivos indican la orientación que la organización busca seguir, constituyen una fuente de legitimidad, así mismo sirven como estándares, los cuales se comunican mediante documentos, oficiales como estatutos, actas de asamblea, informes anuales”. Pág. 56

Los objetivos son las acciones que deberán ser desarrolladas de acuerdo a la misión de la empresa, y puedan modificarse.

### **2.10.4 Políticas**

“Se entenderá por política al conjunto de criterios generales que establecen el marco de referencia para el desempeño de las actividades en materia de obra y servicios relacionados con la misma, constituirán el instrumento normativo de más alta jerarquía en la materia al interior de la universidad y servirá de base para la emisión de los lineamientos.

<http://info4.juridicas.unam.mx/unijus/obr/3/1.htm>

Las políticas son lineamientos de los cuales se tiene una base para poder actuar con responsabilidad, a demás es un instrumento que ayuda a la toma de decisiones.

### **2.10.5 Organigrama Funcional**

"Representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad, (cadena de mando), relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación".

<http://www.promonegocios.net/organigramas/definicionorganigramas.html>

El organigrama funcional es la estructura que tiene una empresa para poder reconocer las jerarquías existentes y el mando de autoridad de cada una.

## **2.11 Estudio Técnico**

### **2.11.1 Definición**

Para **Baca G. (2010):** "El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal." Pág. 7.

### **2.11.2 Tamaño del proyecto**

Según **Murcia J. (2009)** "El tamaño se refiere básicamente a la capacidad de producción que el proyecto va a tener durante cada uno de los años del horizonte de vida que el proyectista le ha definido. Y esta capacidad de producción se expresa en el número de unidades del bien o en el número de usuarios del servicio que el proyecto va a producir o comercializar o atender anualmente en el transcurso de ese período". Pág. 219.

El tamaño del proyecto como cita el texto anterior es la capacidad de producción que tiene una empresa diaria, quincenal, mensual, dependiendo del equipo que se posea y de la capacidad para producir del mismo.

### **2.11.3 Localización del Proyecto**

La localización de un proyecto: “será desarrollada en términos de la localización de dicho proyecto, pues una apropiada selección influirá directamente tanto en los ingresos o como en los egresos del proyecto” Pág. 239.

La localización del proyecto busca que se tengan mayores ingresos con menores costos de transporte y lograr rapidez en el servicio prestado, con ello se pretende poder tener un negocio que sea rentable, y mejorarlo a través del tiempo de vida de la empresa.

### **2.11.4 Ingeniería del proyecto**

Así lo afirma **Baca G. (2010)**: “La ingeniería del proyecto resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.” Pág. 86.

En la ingeniería del proyecto tomamos en cuenta todo lo que tiene que ver con la instalación y funcionamiento de la maquinaria que será de guía para la labor diaria que tendrá la empresa que se creará, además definir su organización y estructura jurídica.

## **2.12 Estudio Financiero**

De acuerdo a **Ochoa G. (2009)**: “Se refiere al proceso por el cual se hacen los cálculos necesarios para determinar si el proyecto es viable desde el punto de vista de la rentabilidad de la inversión.” Pág. 349

**Baca G. (2010)** Señala: "El estudio económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica" Pág. 8.

### **2.12.1 Inversión**

Inversión Según **Baca G. (2010)**: "Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa" Pág. 143

La inversión constituye el dinero que se ha utilizado para realizar una actividad económica, dando esta un resultado positivo o negativo, en un período de tiempo determinado.

### **2.12.2 Ingresos**

De acuerdo a **Alcarría J. (2009)**: "El ingresos también conocido como ganancias o utilidad resume en términos financieros las actividades de operación de un negocio. Es la parte más solicitada de la información de una compañía en los mercados financieros. El ingreso constituye tanto una medida del cambio en el capital de los accionistas durante un período, como un estimado de la futura capacidad de una compañía para generar utilidades". Pág. 28.

Los ingresos son las ventas que tienen una empresa o una persona que ofrece un producto o servicios, recibidos en forma monetaria, y que generan beneficios económicos futuros.

### **2.12.3 Egresos**

Según **Zapata P. (2011)** Egresos son: "Desembolsos presentes, pasados o futuros realizados al adquirir bienes y servicios, que al ser usados, consumidos o utilizados, proporcionan beneficios o satisfacciones e impulsan directamente a la generación de una renta". Pág. 312.

#### **2.12.4 Costos**

De acuerdo a **Sarmiento R. (2010)** costo: “Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable e inventariable”. Pág. 11

#### **2.12.5 Gastos Administrativos**

Los gastos administrativos son: “Costes que no están directamente relacionados con la venta o distribución de bienes y servicios. Dichos gastos pueden incluir gastos administrativos, indirectos, amortización de activos no específicos, sueldos y salarios”  
.http://es.mimi.hu/economia/gastos\_administrativos.html

#### **2.12.6 Gastos Financieros**

De acuerdo a la Gran Enciclopedia de la Economía los gastos financieros son: “Aquellos en los que incurre un sujeto económico para la obtención, uso o devolución de capitales financieros puestos a su disposición por terceras personas”.

<http://www.economia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>

#### **2.12.7 Estados Financieros**

De acuerdo a **Amaru A. (2009)**: “son informes que clasifican y cuantifican las cuentas de una empresa.”Pág. 82.

##### **2.12.7.1 Balance de Situación Inicial**

Según **Alcaraz R. (2011)**: “El Balance de Situación Inicial presenta la situación actual del negocio en un momento particular al mostrar, a una fecha determinada, los activos, pasivos y capital contable de una empresa”. pág. 213.

El Balance de Situación Financiera es aquel que representa en su forma, los activos, pasivos y patrimonio; el cual nos indica la realidad

de una empresa y del cual se toman decisiones para mejorar la estabilidad económica de la empresa.

#### **2.12.7.2 Estado de pérdidas y ganancias proyectados**

Define al estado de pérdidas y ganancias como: “Instrumento que utiliza la administración para informar las operaciones que se realizan en la empresa en un periodo de tiempo determinado.” Pág. 205.

El Estado de Resultados nos muestra los ingresos y egresos que tiene una empresa y cuál es el valor de su utilidad, realizando todas las deducciones que por Ley corresponde, y saber el grado de utilidades que genera la empresa en un período económico, de igual manera poder saber si la empresa genera beneficios económicos o está teniendo pérdidas para poder tomar decisiones.

#### **2.12.7.3 Estado de flujo de efectivo**

**Zapata P. (2011)** El Estado de Flujo de Efectivo: “Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en su función de su liquidez presente y futura”. Pág. 389.

### **2.13 Indicadores de Evaluación Financiera**

#### **2.13.1 Capital de trabajo**

**Murcia J. (2009)** Cita: “recurso financiero requerido para las operaciones del proyecto, de acuerdo con un programa de acción.” Pág. 273.

Son los recursos económicos que una empresa requiere para realizar todas las operaciones correspondientes a la producción o comercialización de un bien o un servicio.

### **2.13.2 Inversión diferida**

Según **Meza J. (2013)** las inversiones diferidas son: “Aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos adquiridos que son necesarios para el estudio e implementación de un Proyecto”. Pág. 96.

La investigación diferida es la adquisición de implementos necesarios para la elaboración de un proyecto.

### **2.13.3 Presupuesto de Ingresos**

Según **Rincon C. (2011)**, el presupuesto de ingresos: “hace parte en algunas ocasiones del presupuesto financiero, según su nivel de liquidez. Pero para algunas organizaciones es muy importante conocer y proyectar la manera como se moverán sus recursos financieros, de tal manera que puedan proyectar los pagos y los préstamos que deben realizar”. Pág. 23.

El presupuesto de ingresos es una estimación a futuro de lo que una empresa espera percibir por las ventas realizadas en un período de tiempo.

### **2.13.4 Presupuesto de Egresos**

Según **Zapata P. (2011)** el presupuesto de egresos: “se prepara tomando como referencia los estados financieros históricos, a los que se acondicionará la información que se dispone sobre la inflación, contratos colectivos de trabajo, convenios de arriendo, etc., según el concepto específico del egreso que se trate”. Pág. 404.

El presupuesto de egresos es una estimación a futuro que se realiza de las posibles erogaciones de dinero que tendrá una empresa.

#### **2.13.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Así lo afirma **Murcia J. (2009)**: “es la Tasa de descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero. La TIR como indicador que muestra la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto que todos los ingresos son reinvertidos directamente y automáticamente a la misma tasa.” Pág. 311.

La Tasa Interna de Retorno es aquella en la que nos muestra lo que se recupera la inversión, y se tiene un porcentaje de utilidad si el TIR es mayor a 1 y no tiene un beneficio económico cuando es menor a 1.

#### **2.13.6 Valor Actual Neto (VAN)**

De acuerdo a **Gitman L.; Zutter Ch., (2012)** el VAN es: “la técnica más desarrollada de elaboración del presupuesto de capital; se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo descontados a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa”. Pág. 368.

El valor actual neto nos permite saber el valor real de una renta una vez realizada una inversión para la determinación de la viabilidad de un proyecto.

#### **2.13.7 Costo Beneficio**

Según **Murcia J. (2009)**: “Indicador que consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos.” Pág. 318.

## **CAPÍTULO III**

### **3 ESTUDIO DE MERCADO**

Es de vital importancia la realización del estudio de mercado en cualquier proyecto que se desee implementar, esto ayudará a un análisis de los consumidores de un bien o servicio que se espera vender y ofrecer, estableciendo un precio. De igual manera nos permite conocer los deseos, gustos, necesidades y preferencias del mercado meta, y cuales están interesados en la creación de un nuevo producto; y si existe o no la factibilidad de invertir.

Ibarra es una ciudad visitada por turistas nacionales y extranjeros que ven en ella la posibilidad de interactuar con la naturaleza, conocer las culturas, lagunas, lagos, parques e iglesias; de los cuales también disfruta la población ibarreña.

Los lugares de diversión en la ciudad son los bares, discotecas, karaokes, billares, juegos electrónicos, peñas entre otros, pero no ofrece una Sala de Juego de Bolos, donde se pueda divertirse sanamente y compartir con la familia y amigos.

La realización del estudio de mercado permitió ver la aceptación del presente proyecto por parte de la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, y los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad, con la finalidad de tomar la decisión de invertir en una Sala de Juego de Bolos.

#### **1.1 Objetivos**

##### **1.1.1 Objetivo general**

- Realizar un Estudio de Mercado, con el fin de determinar la demanda, la oferta, precios y promoción del presente proyecto.

### 1.1.2 Objetivos específicos

- Determinar la demanda que tendrá la creación de una sala de juego de bolos.
- Conocer la aceptación del mercado objetivo del proyecto que es población económicamente activa de la ciudad de Ibarra y de los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la misma.
- Establecer precios de acuerdo al servicio y a los requerimientos del mercado.
- Formular estrategias de promoción que va a brindar la Sala de Juego de Bolos.

### 1.2 Identificación del Servicio

#### Gráfico 5 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO



**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

El servicio principal del presente proyecto es el juego de bolos, el cual contará con pistas de Bowling de alta tecnología y conteo de puntos computarizado, alquiler de zapatos y bolas de Bowling. El juego consiste en el lanzamiento de la bola con el fin de derribar los pines.

## GRÁFICO 6 FUTBOLINES BILLAR JUEGOS ELECTRÓNICOS

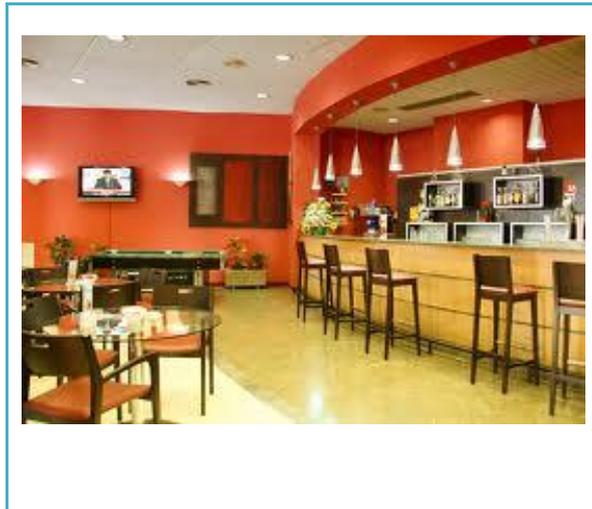


**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

Servicios básicos como lo son mesas de futbolín, billar y juegos electrónicos.

## GRÁFICO 7 CAFETERÍA



**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

Servicios complementarios sala de star y bar-cafetería.

Creados con el objetivo de brindar a la ciudadanía de Ibarra, y a los turistas nacionales y extranjeros un lugar en donde puedan entretenerse, relajarse, desestresarse o disipar la mente, con algo nuevo e innovador en compañía de sus amigos y/o familiares, solo se necesita ponerle muchas ganas y deseos de divertirse.

“El Boliche es un juego fácil de aprender, pero difícil de dominar”.

### 1.3 Mecánica Operativa

#### 1.3.1 Identificación de la Población

Para la población objeto de estudio se tomó en cuenta a la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Ibarra (Población I) comprendida desde los 15 años a los 74 años de edad, como se lo detalla en la Cuadro N°6; tomando en cuenta la disminución del porcentaje de desempleo (5,58%) y subempleo (44,25%), valores tomados del sistema integrado de encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos de marzo 2014; y a los turistas nacionales y extranjeros (Población II) Cuadro N°7; que visitan la misma.

La población económicamente activa son las personas que están facultadas para realizar una actividad laboral de cualquier índole, considerando q no todas tiene un empleo (desempleados y subempleados), por lo que se consideró como población objeto de estudio la población que tiene una ocupación plena y por ende poder adquisitivo, para satisfacer sus necesidades.

**CUADRO 6 P.E.A. SEGÚN GRUPOS DE EDADES AÑO 2010  
(POBLACIÓN I)**

<b>Grupos de Edad</b>	<b>PEA</b>
De 15 a 19 años	4893
De 20 a 24 años	9576
De 25 a 29 años	11218
De 30 a 34 años	10263
De 35 a 39 años	9588
De 40 a 44 años	8575
De 45 a 49 años	7581
De 50 a 54 años	5662

De 55 a 59 años	4503
De 60 a 64 años	3175
De 65 a 69 años	2070
De 70 a 74 años	1302
<b>Total PEA</b>	<b>78406</b>
Porcentaje Desempleo 5,58%	4375
Porcentaje Subempleo 44,25%	34695
<b>Total Población Objeto / estudio</b>	<b>39336</b>
<b>PROYECCIÓN (AÑO 2013)</b>	<b>41291</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: La Autora

### **Cálculo de la Población Económicamente Activa proyectada a 2013**

$$Pp = Po (1 + i)^n$$

$$Pp = 39336 (1 + 0,0163)^3$$

$$Pp = 41291,05$$

La Proyección de la población económicamente activa es de 41291 calculada con la fórmula anterior, en donde Pp es la proyección al año 2013, Po la Población al año 2010, tomada del Censo de Población Nacional (año 2010), (i) la tasa de crecimiento poblacional obtenida del fascículo provincial de Imbabura Sección 01 Estructura de la Población, y n los años a proyectar.

### **CUADRO 7 TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS (POBLACIÓN II)**

<b>Visitas Turísticas 2011</b>	
<b>Puntos de Información</b>	<b>Número de Visitantes</b>
OFICINA I-TUR	1206
MUSEO DE CARANQUI	5762

TERMINAL IMBABUS	613
LOMA DE GUAYABILLAS	26784
TOTAL (AÑO 2011)	<b>34365</b>
<b>PROYECCIÓN (AÑO 2013)</b>	<b>35978</b>

Fuente: Touribarra

Elaborado por: La Autora

### **Cálculo de los Turistas Nacionales y Extranjeros proyectado a 2013**

$$P_p = P_o (1 + i)^n$$

$$P_p = 34365 (1 + 0,0232)^2$$

$$P_p = 35978,03$$

La información detallada en el cuadro anterior fue tomada del Ilustre Municipio de Ibarra, Dirección de turismo oficina Touribarra, página web (Ibarra Puro Encanto, pág. <http://www.touribarra.gob.ec/>.) La proyección de los turistas nacionales y extranjeros al año 2013 es de 35978, la población inicial (Po) 34365, la tasa de Histórica de turismo (Anexo 1) (i), y n los años a proyectar.

#### **1.3.2 Determinación de la Muestra.**

Los universos a utilizar para determinar la muestra son la Población Económicamente Activa (Población I) y los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad de Ibarra (Población II) Por medio de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 \delta^2}{E^2(N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

**n:** Tamaño de la muestra.

**N:** Población objeto de estudio.

**Z:** Nivel de confianza 95% (1,96).

**$\delta^2$ :** Varianza, valor constante que equivale a 0,25

**E:** Límite aceptable de error de 5% (0,05).

➤ **Aplicación de la fórmula para la Población Económicamente Activa.**

$$n = \frac{(41291) * 1,96^2 * 0,5^2}{0,05^2((41291 - 1) + 1,96^2 * 0,5^2)}$$

$$n = 381$$

➤ **Aplicación de la fórmula para los Turistas Nacionales y Extranjeros.**

$$n = \frac{(35494) * 1,96^2 * 0,5^2}{0,05^2((35978 - 1) + 1,96^2 * 0,5^2)}$$

$$n = 380$$

Se obtiene una muestra de 381 personas de la Población Económicamente Activa y una muestra de 380 para los turistas nacionales y extranjeros.

#### **1.4 Tabulación y análisis de la encuesta**

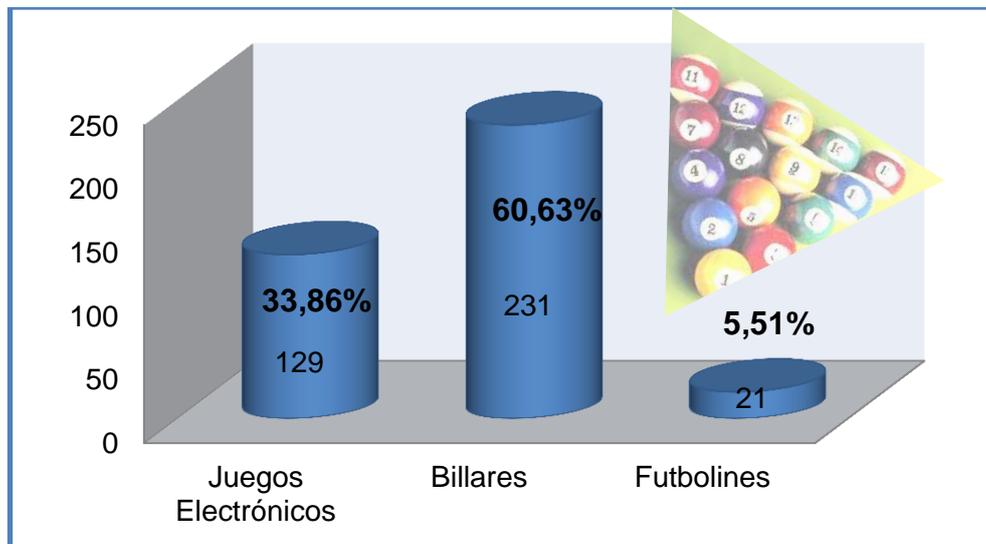
**RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA CIUDAD DE IBARRA COMPRENDIDA EN LAS EDADES DE 15 A 74 AÑOS.**

1. ¿Qué lugares de entretenimiento frecuenta usted?

**CUADRO 8 LUGARES DE ENTRETENIMIENTO**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Juegos Electrónicos	129	33,86
2	Billares	231	60,63
3	Futbolines	21	5,51
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO 8 LUGARES DE ENTRETENIMIENTO**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

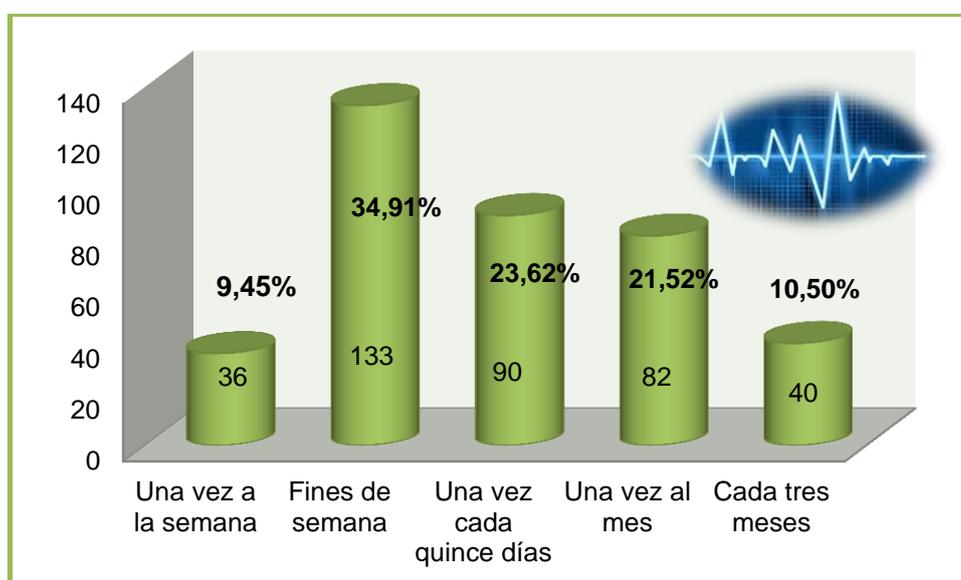
Como se observa en el gráfico un grupo inferior al 50% asiste a los juegos electrónicos, la mayoría de la población asiste a los billares, un pequeño porcentaje asiste a futbolines. Estos datos nos dan una idea clara de los lugares de entretenimiento que la población económicamente activa frecuenta.

2. ¿Con qué frecuencia asiste usted a estos lugares de entretenimiento?

**CUADRO 9 FRECUENCIA DE ASISTENCIA**

Nro.	Indicadores	Juegos Electrónicos	Billares	Futbolines	Total	Porcentaje
1	Una vez a la semana	7	29	0	36	9,45
2	Fines de semana	43	90	0	133	34,91
3	Una vez cada quince días	29	61	0	90	23,62
4	Una vez al mes	37	45	0	82	21,52
5	Cada tres meses	9	11	20	40	10,50
	<b>TOTAL</b>	<b>125</b>	<b>236</b>	<b>20</b>	<b>381</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO 9 FRECUENCIA DE ASISTENCIA**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

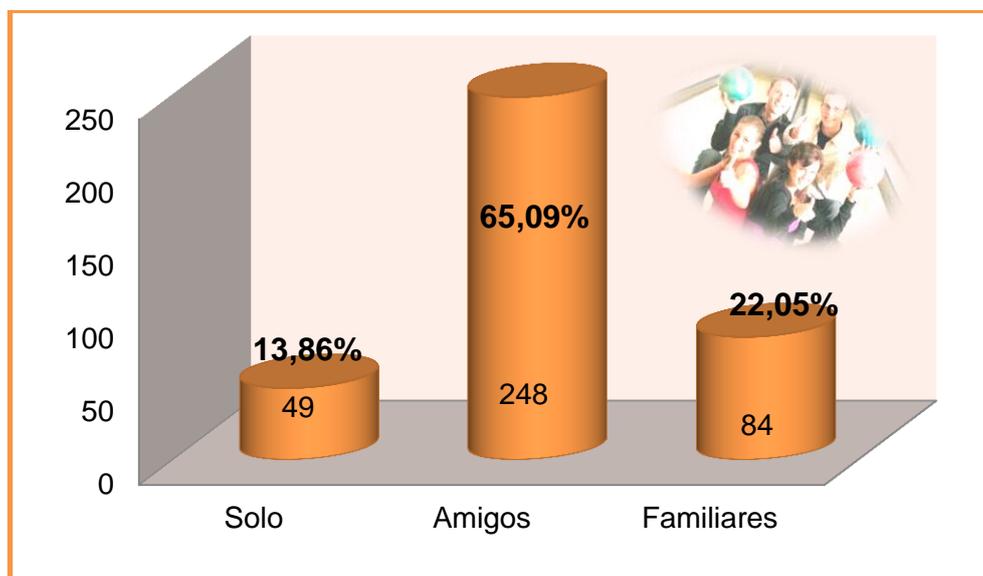
Con respecto a la frecuencia, la mayoría del porcentaje está concentrado desde fines de semana hasta una vez al mes, y un pequeño porcentaje asiste cada tres meses. Por lo que se determina necesaria la implementación de estrategias, para lograr captar el interés de los futuros clientes.

### 3. ¿Con quién asiste a los lugares de entretenimiento?

**CUADRO 10 VISITA A LOS LUGARES DE ENTRETENIMIENTO**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Solo	49	12,86
2	Amigos	248	65,09
3	Familiares	84	22,05
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 10 VISITA A LOS LUGARES DE ENTRETENIMIENTO**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### **ANÁLISIS:**

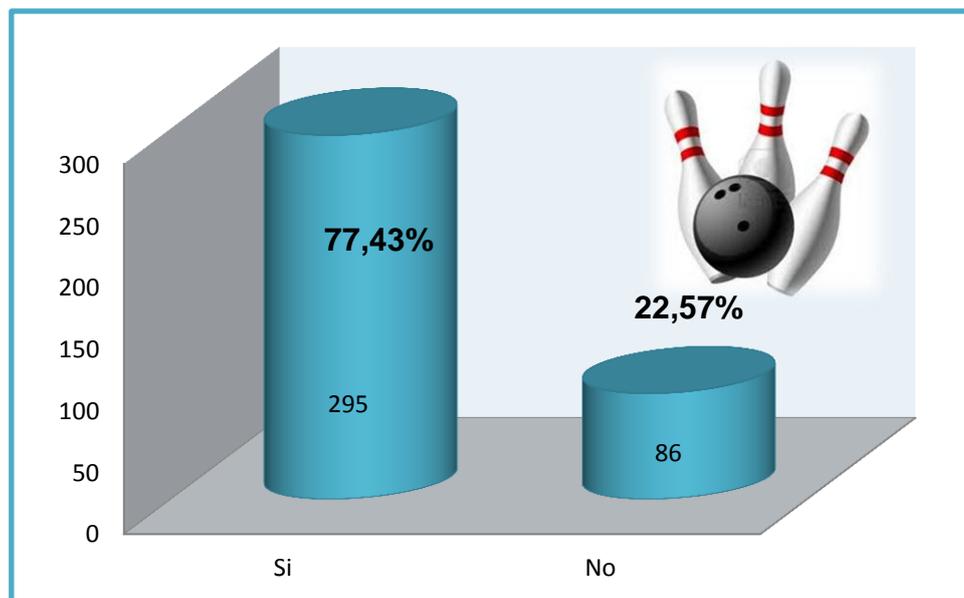
Un pequeño grupo de las personas encuestadas afirma que asisten solos a los lugares de entretenimiento; la gran mayoría frecuenta los lugares de entretenimiento acompañados por amigos y un porcentaje moderado asisten en compañía de familiares. Con los resultados obtenidos se puede establecer que las personas asistirán en grupo, lo que generará mayores ingresos.

4. ¿Conoce acerca del juego de los bolos?

**CUADRO 11 CONOCE EL JUEGO DE LOS BOLOS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	295	77,43
2	No	86	22,57
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 11 CONOCE EL JUEGO DE LOS BOLOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

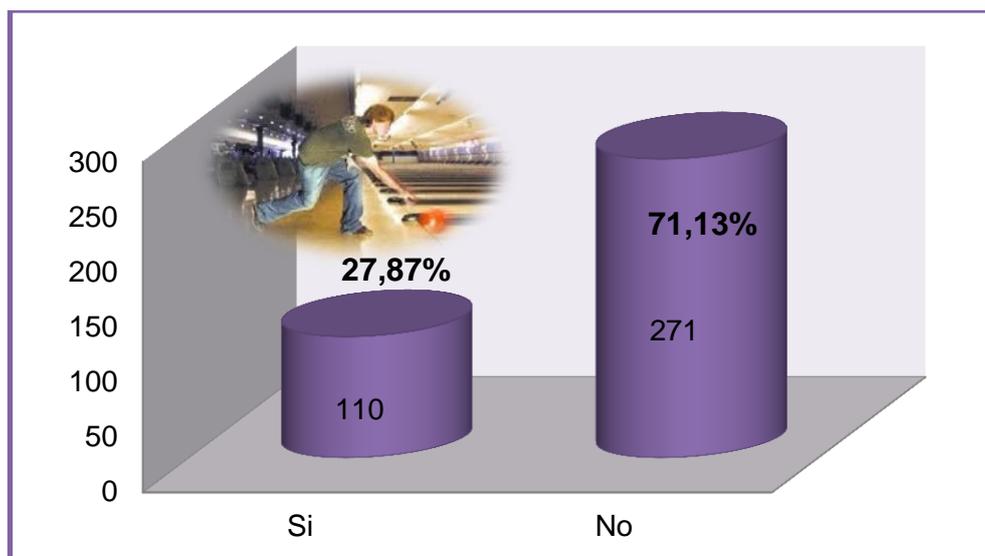
El resultado obtenido de la encuesta realizada a la Población Económicamente Activa, nos hace saber que gran parte de la población conoce acerca de este deporte, un pequeño grupo de los encuestados no conocen sobre este juego, lo que da la pauta para realizar campañas publicitarias y llegar a todas las personas y dar a conocer los beneficios y lo divertido que es jugar bolos.

5. ¿Ha practicado alguna vez el deporte de los Bolos?

**CUADRO 12 PRACTICA DEL DEPORTE DE BOLOS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	110	28,87
2	No	271	71,13
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 12 PRACTICA DEL DEPORTE DE BOLOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

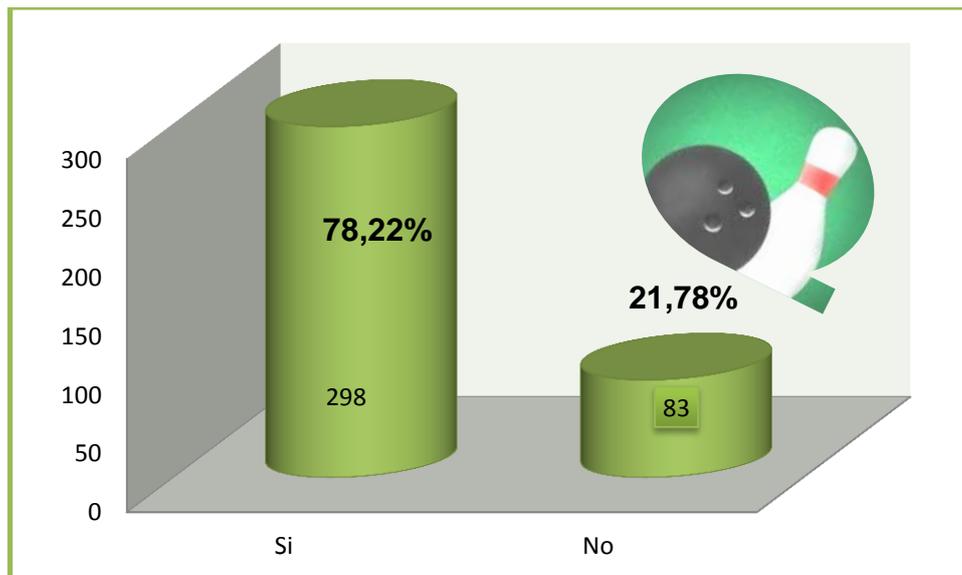
Mediante la información recolectada se logra determinar que un pequeño grupo de la población económicamente activa ha practicado este deporte y la gran mayoría no lo ha practicado; por lo que se realizará una fuerte campaña publicitaria dando a conocer la existencia de este nuevo servicio para que las personas tengan la oportunidad de poder practicar este deporte.

6. ¿Le gustaría aprender a jugar Bolos?

CUADRO 13 JUGAR BOLOS

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	298	78,22
2	No	83	21,78
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

GRÁFICO 13 JUGAR BOLOS



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

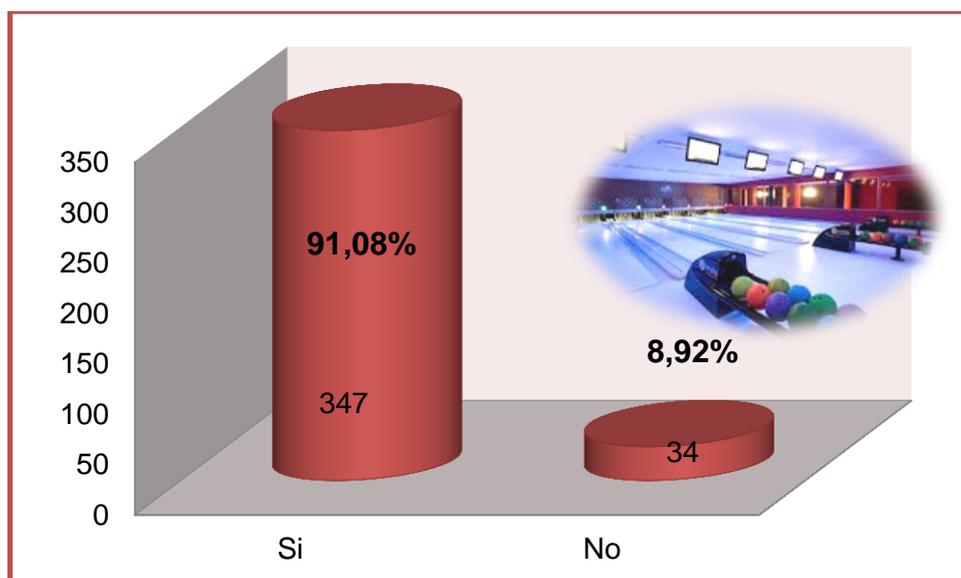
Con respecto a esta pregunta se puede observar que gran parte de las personas encuestadas les agrada aprender a jugar este deporte, a la minoría de los encuestados no les interesa aprender; se determina que el grupo que respondió positivamente es nuestro mercado objetivo.

7. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una Sala de Juego de Bolos?

**CUADRO 14 CREACIÓN SALA DE JUEGO DE BOLOS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	347	91,08
2	No	34	8,92
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 14 CREACIÓN SALA DE JUEGO DE BOLOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

De la información recolectada casi la totalidad respondieron que están de acuerdo con la creación de esta Sala de Juego de Bolos, lo que nos indica que hay una gran aceptación por parte de la población ibarreña; un grupo muy reducido de la Población Económicamente Activa no está de acuerdo. Se considera que es necesaria la implementación de un lugar para la sana diversión.

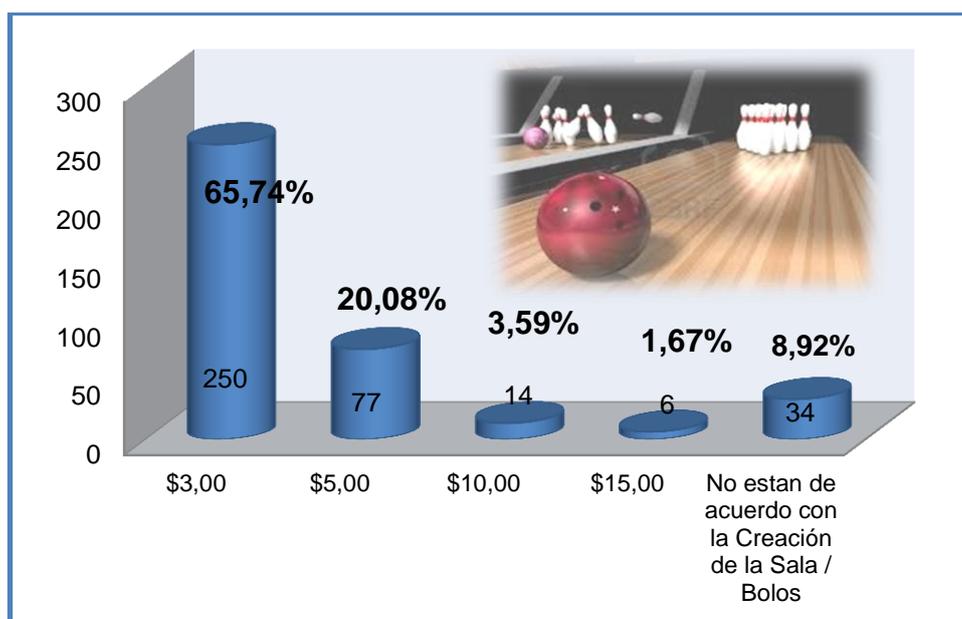
8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el Servicio de una Sala de Juego de Bolos?

🚩 Precio por el servicio de la pista de bolos

**CUADRO 15 PRECIO BOLOS**

BOLOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$3,00	250	65,74
\$5,00	77	20,08
\$7,00	14	3,59
\$10,00	6	1,67
No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	34	8,92
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 15 PRECIO BOLOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### ANÁLISIS:

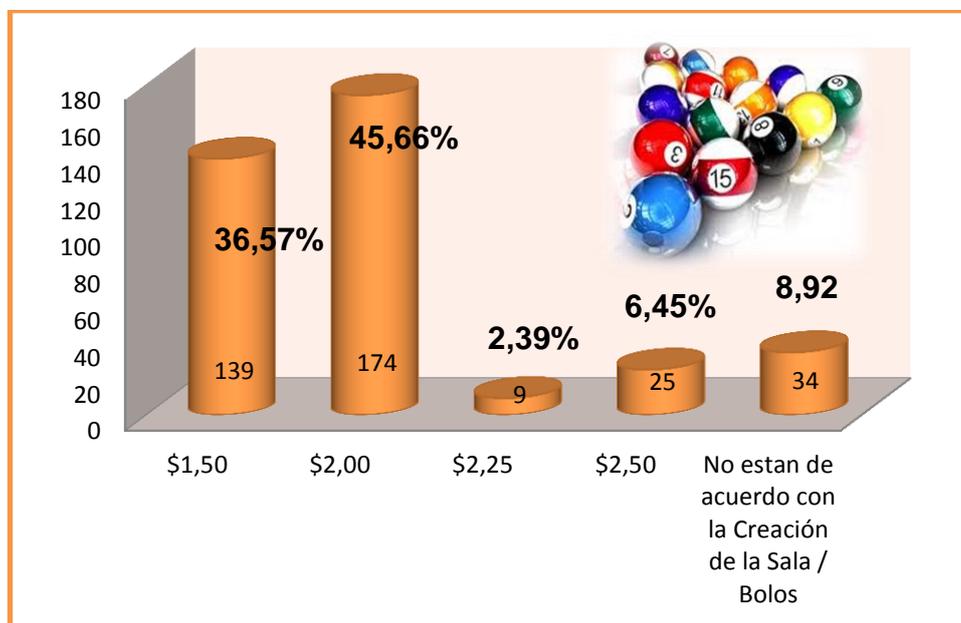
La mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar tres dólares por el servicio de los bolos, consideran un precio razonable para el pago por este servicio; seguidos por un pequeño porcentaje que pagarían el valor de cinco dólares por el servicio.

 **Precio por el servicio de billar**

**CUADRO 16 PRECIO BILLAR**

BILLAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,50	139	36,57
\$2,00	174	45,66
\$2,25	9	2,39
\$2,50	25	6,45
No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	34	8,92
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 16 PRECIO BILLAR**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

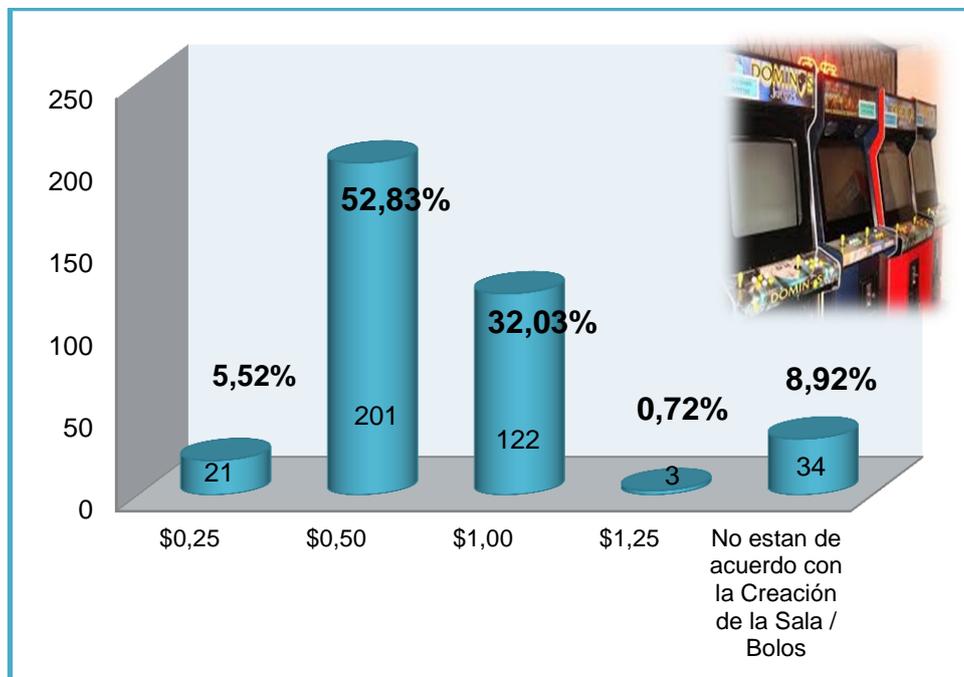
Por el servicio de billar la mayoría de la población económicamente activa está de acuerdo en pagar dos dólares, valor que servirá como referencia en el precio de billar.

**Precio por el servicio de Juegos Electrónicos**

**CUADRO 17 PRECIO JUEGOS ELECTRÓNICOS**

JUEGOS ELECTRÓNICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0,25	21	5,50
\$0,50	201	52,83
\$1,00	122	32,03
\$1,25	3	0,72
No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	34	8,92
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 17 PRECIO JUEGOS ELECTRÓNICOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

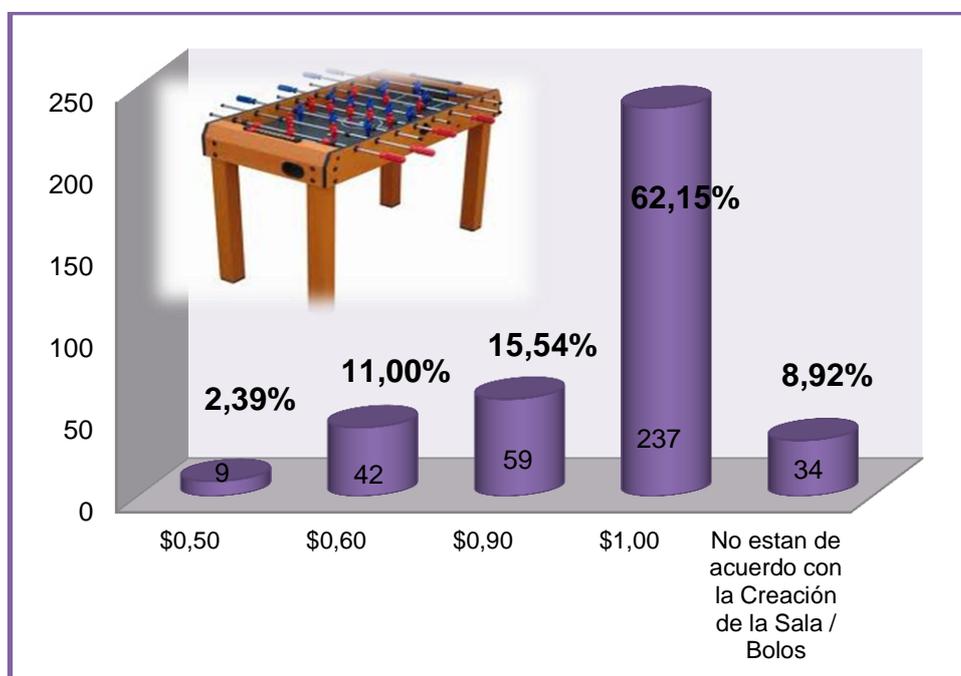
En esta pregunta identificamos que gran parte de la población ibarreña pagarían por los Juegos Electrónicos un valor de cincuenta centavos a un dólar, valor que se estima que gasten en cada juego que vayan a utilizar.

 **Precio por el servicio de futbolines**

**CUADRO 18 PRECIO FUTBOLINES**

FUTBOLINES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0,50	9	2,39
\$0,60	42	11,00
\$0,90	59	15,54
\$1,00	237	62,15
No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	34	8,92
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 18 PRECIO FUTBOLINES**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

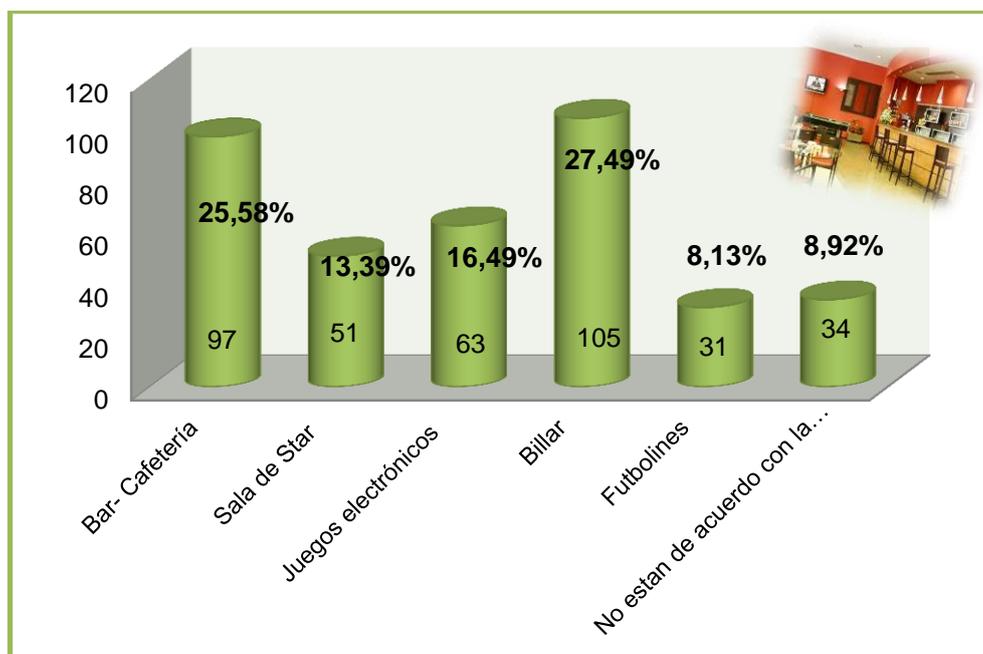
En referencia a esta pregunta se puede observar que por el servicio de futbolines la gran mayoría pagará un dólar, por lo que se puede determinar el precio que se cobraría posiblemente por este servicio, después de realizar un análisis de precios.

9. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que ofrezca la Sala de Juego de Bolos?

**CUADRO 19 SERVICIO A OFRECER**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Bar- Cafetería	97	25,58
2	Sala de Star	51	13,39
3	Juegos electrónicos	63	16,49
4	Billar	105	27,49
5	Futbolines	31	8,13
6	No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	34	8,92
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 19 SERVICIO A OFRECER**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

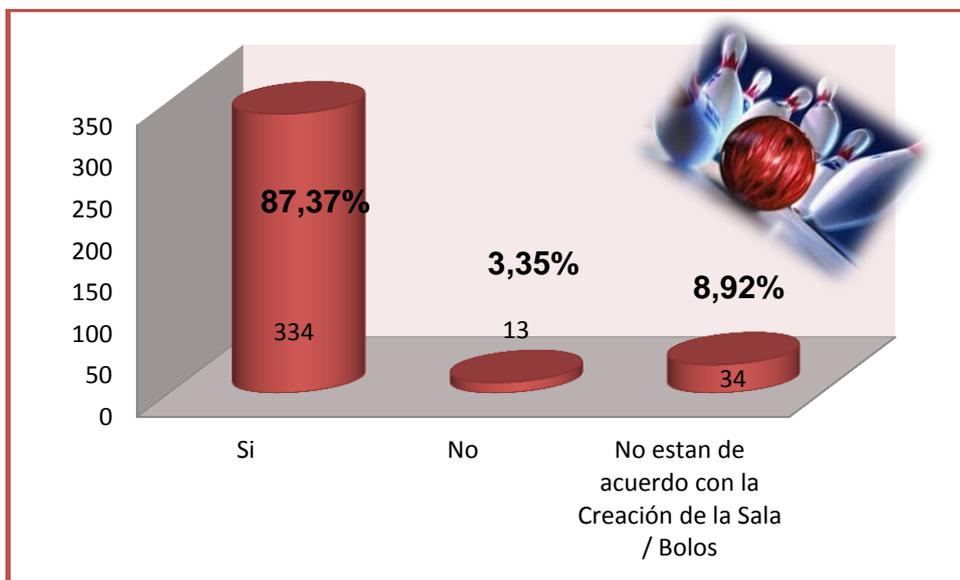
Un número considerable de encuestados les gustaría que se ofrezca el Billar, seguidos por pequeños grupos que les agradaría los demás servicios que se piensa ofertar, existe una gran aceptación en los servicios adicionales que la empresa desea ofrecer.

10. ¿Desearía que de lunes a jueves sean más económicos los costos por el servicio?

**CUADRO 20 PRECIOS DE SERVICIO ECONÓMICOS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	334	87,73
2	No	13	3,35
3	No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	34	8,92
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 20 PRECIOS DE SERVICIO ECONÓMICOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### **ANÁLISIS:**

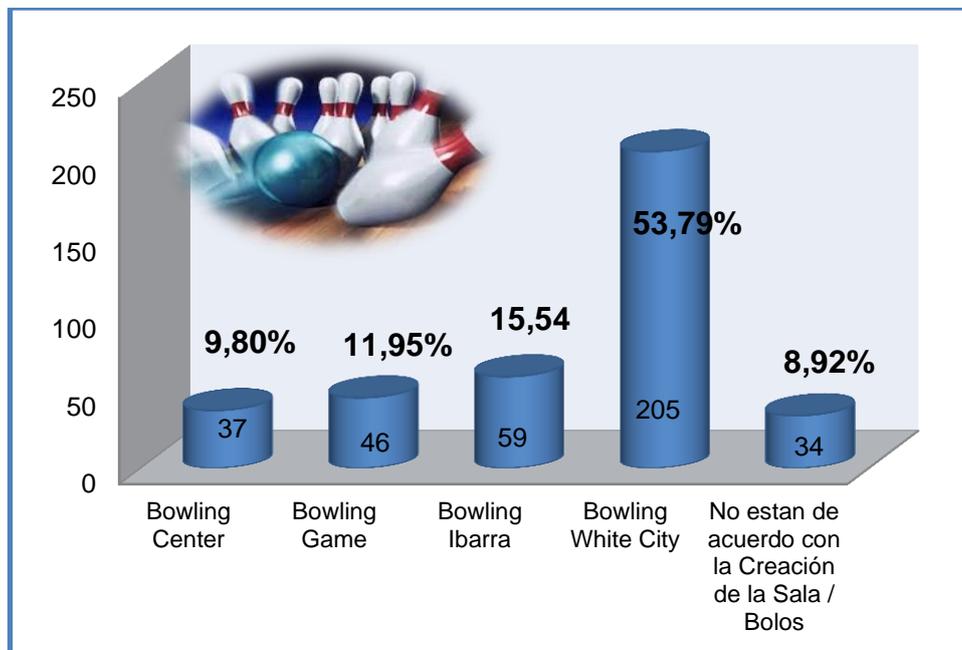
En referencia a la existencia de precios económicos de lunes a jueves la mayoría de las personas están de acuerdo, y un porcentaje muy reducido respondieron negativamente a esta pregunta. Por lo que se considera que sería una buena estrategia de atraer a los clientes entre semana, puesto que de acuerdo a indicadores de mercado los lugares de diversión no tienen mucha concurrencia entre semana a comparación del fin de semana.

11. ¿Cuál de los siguientes nombres le parece mejor para la nueva Sala de Bolos?

**CUADRO 21 NOMBRES DE LA EMPRESA**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Bowling Center	37	9,80
2	Bowling Game	46	11,95
3	Bowling Ibarra	59	15,54
4	Bowling White City	205	53,79
5	No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	34	8,92
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 21 NOMBRES DE LA EMPRESA**



**Fuente:** Investigación de Mercado  
**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

De los cuatro nombres expuestos en esta pregunta notamos que más de la mitad de los encuestados, les gustaría que la Sala de Juego de Bolos se llame Bowling White City, los demás nombres no tienen mucha aceptación. Por lo que este nombre se pondrá en consideración para la Sala de Juego de Bolos.

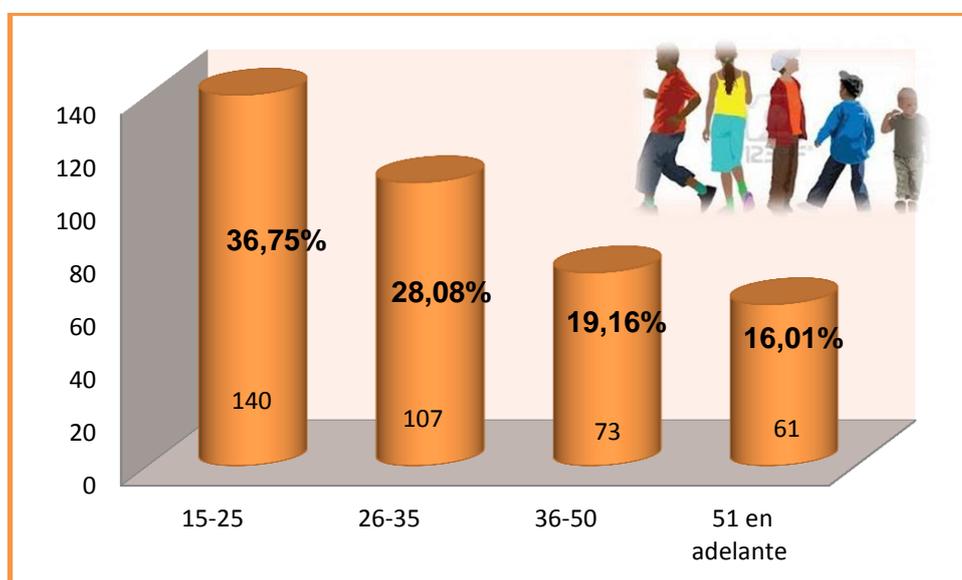
## DATOS TÉCNICOS

➤ **Edad:**

**CUADRO 22 EDAD POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	15-25	140	36,75
2	26-35	107	28,08
3	36-50	73	19,16
4	51 en adelante	61	16,01
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 22 EDAD POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

## ANÁLISIS:

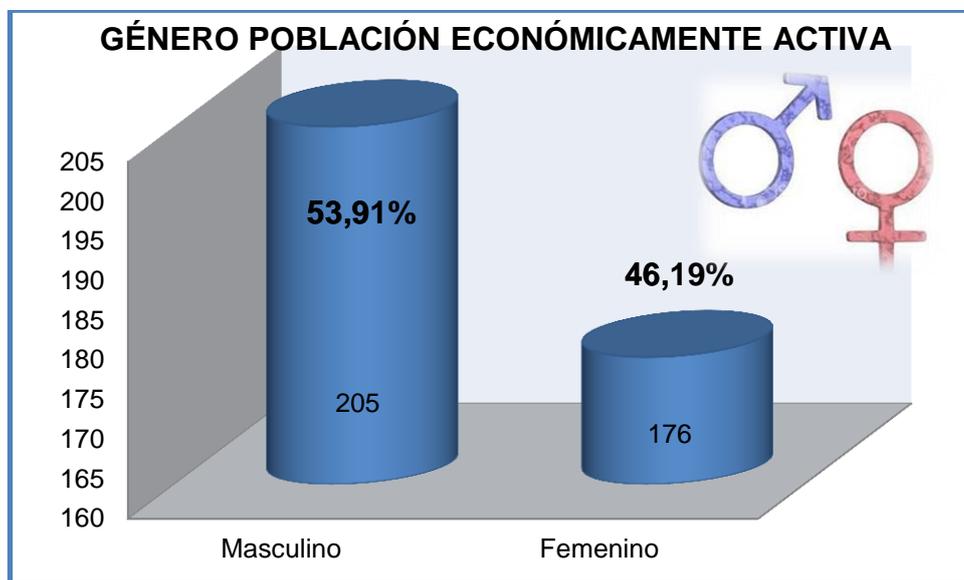
En esta pregunta podemos notar que la mayoría de las personas encuestadas van desde los 15 a los 35 años, teniendo como una minoría los grupos de 36 a 50 años, y de 52 en adelante.

➤ **Género:**

**CUADRO 23 GÉNERO POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Masculino	205	53,81
2	Femenino	176	46,19
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 23 GÉNERO POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

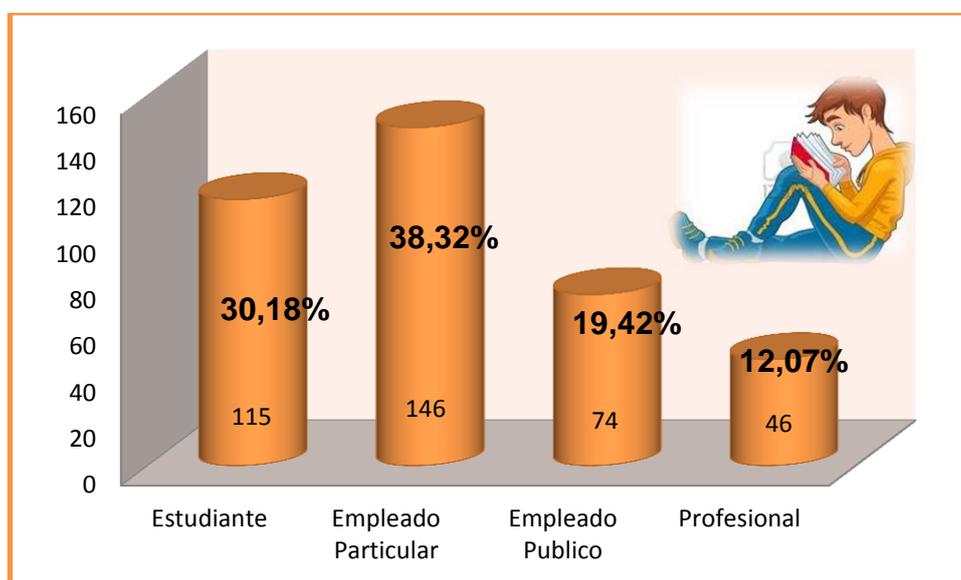
La mayoría de los encuestados son de género masculino, seguido por un porcentaje considerable del género femenino.

➤ **Ocupación:**

**CUADRO 24 OCUPACIÓN POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE  
ACTIVA**

<b>Nro.</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1</b>	Estudiante	115	30,18
<b>2</b>	Empleado Particular	146	38,32
<b>3</b>	Empleado Público	74	19,42
<b>4</b>	Profesional	46	12,07
	<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 24 OCUPACIÓN POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE  
ACTIVA**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

De los resultados obtenidos de los encuestados se nota que un grupo considerable son estudiantes; seguidos por una gran mayoría de personas empleadas ya sea que trabajan particularmente o en instituciones públicas, continuados por un pequeño grupo de profesionales.

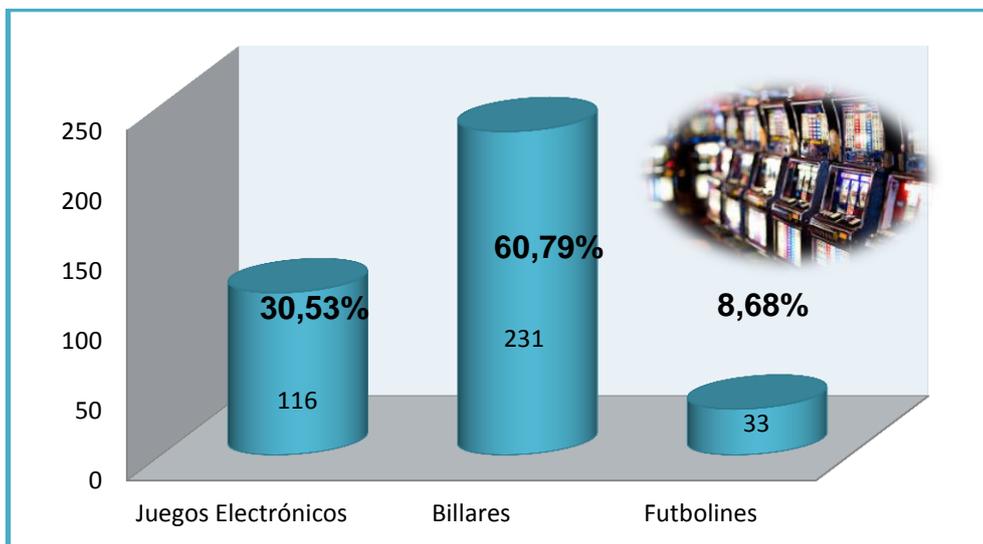
## RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE INGRESAN A LA CIUDAD DE IBARRA.

### 1. ¿Qué lugares de entretenimiento frecuenta usted?

**CUADRO 25 LUGARES DE ENTRETENIMIENTO**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Juegos Electrónicos	116	30,53
2	Billares	231	60,79
3	Futbolines	33	8,68
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO 25 LUGARES DE ENTRETENIMIENTO**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### ANÁLISIS:

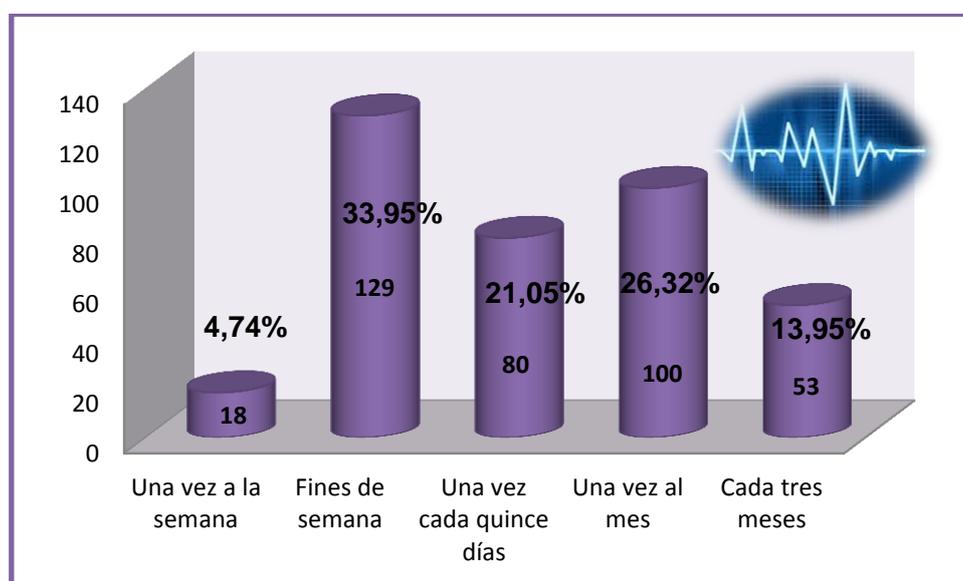
Más de la mitad de los turistas nacionales y extranjeros frecuentan más lo que son billares, seguidos por un mediano grupo que visitan en los juegos electrónicos, notamos que un pequeño grupo van a los futbolines puesto que no hay muchos lugares para divertirse practicando este juego.

**2. ¿Con Qué frecuencia asiste usted a estos lugares de entretenimiento?**

**CUADRO 26 FRECUENCIA DE ASISTENCIA**

Nro.	Indicadores	Juegos Electrónicos	Billares	Futbolines	Total	Porcentaje
1	Una vez a la semana	10	8	0	18	4,74
2	Fines de semana	27	102	0	129	33,95
3	Una vez cada quince días	16	64	0	80	21,05
4	Una vez al mes	50	50	0	100	26,32
5	Cada tres meses	20	23	10	53	13,95
	<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>247</b>	<b>10</b>	<b>380</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO 26 FRECUENCIA DE ASISTENCIA**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

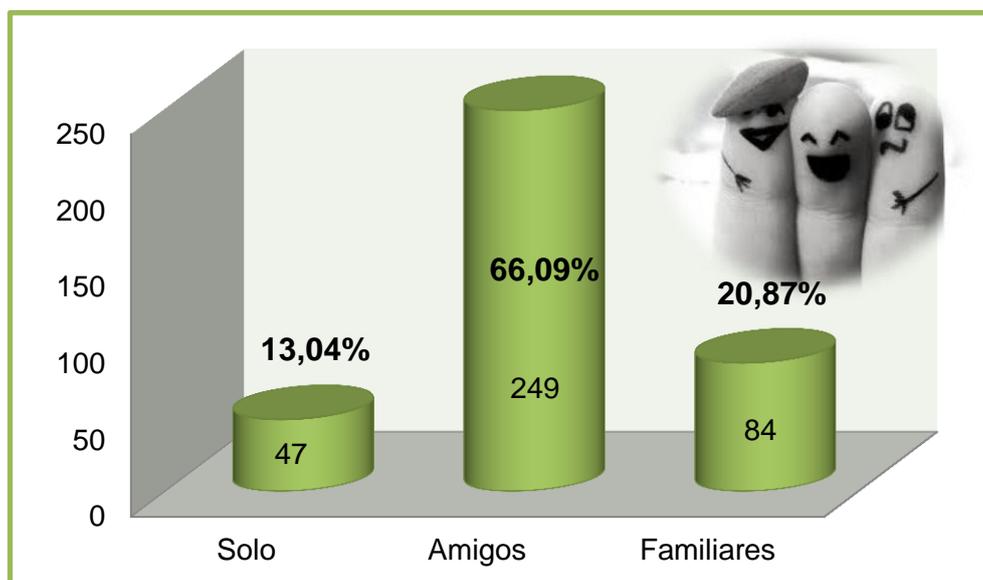
Como podemos observar la frecuencia de asistencia está concentrada de fines de semana a una vez al mes. Los datos obtenidos son de suma importancia para tener una idea clara de la frecuencia de visita de los turistas nacionales y extranjeros a los lugares de diversión o entretenimiento.

### 3. ¿Con quién asiste a los lugares de entretenimiento?

**CUADRO 27 VISITA A LOS LUGARES DE ENTRETENIMIENTO**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Solo	47	12,37
2	Amigos	249	65,53
3	Familiares	84	22,11
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 27 VISITA A LOS LUGARES DE ENTRETENIMIENTO**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autor

### **ANÁLISIS:**

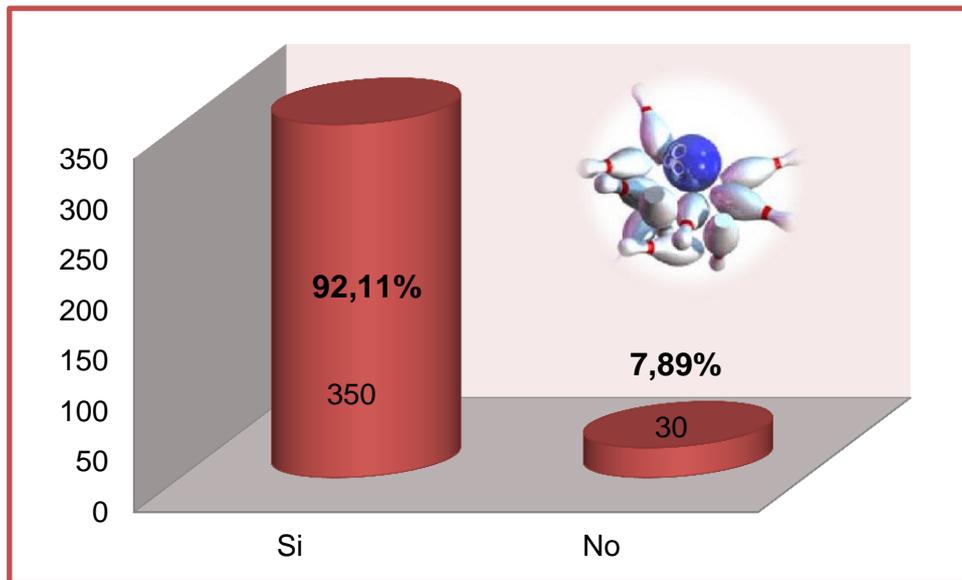
La mayoría asiste a lugares de entretenimiento acompañados por sus amigos, seguido de un pequeño grupo que va con sus familiares; y un escaso grupo que acuden solos. Se puede interpretar, que las los futuros cliente asistirán a la Sala de Bolos acompañados.

4. ¿Conoce acerca del juego de los bolos?

**CUADRO 28 CONOCE EL JUEGO DE LOS BOLOS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	350	92,11
2	No	30	7,89
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 28 CONOCE EL JUEGO DE LOS BOLOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

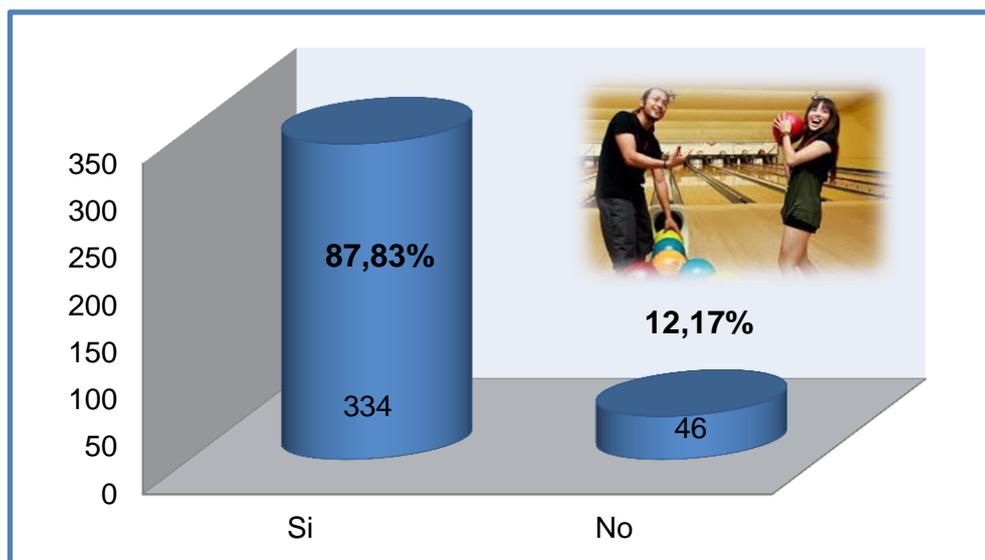
Como resultado de las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros sobre el conocimiento del deporte de los bolos, se obtuvo que casi la totalidad de ellos, conoce sobre este deporte y una minoría no conoce. Es necesario realizar la socialización de la existencia de este centro de entretenimiento en la ciudad de Ibarra, a través del Ministerio de Turismo, y los lugares como agencias que preparan tours, con el fin de que los extranjeros puedan conocer sobre la existencia de este nuevo servicio.

5. ¿Ha practicado alguna vez el deporte de los Bolos?

**CUADRO 29 PRACTICA DEL DEPORTE DE BOLOS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	334	87,89
2	No	46	12,11
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 29 PRACTICA DEL DEPORTE DE BOLOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

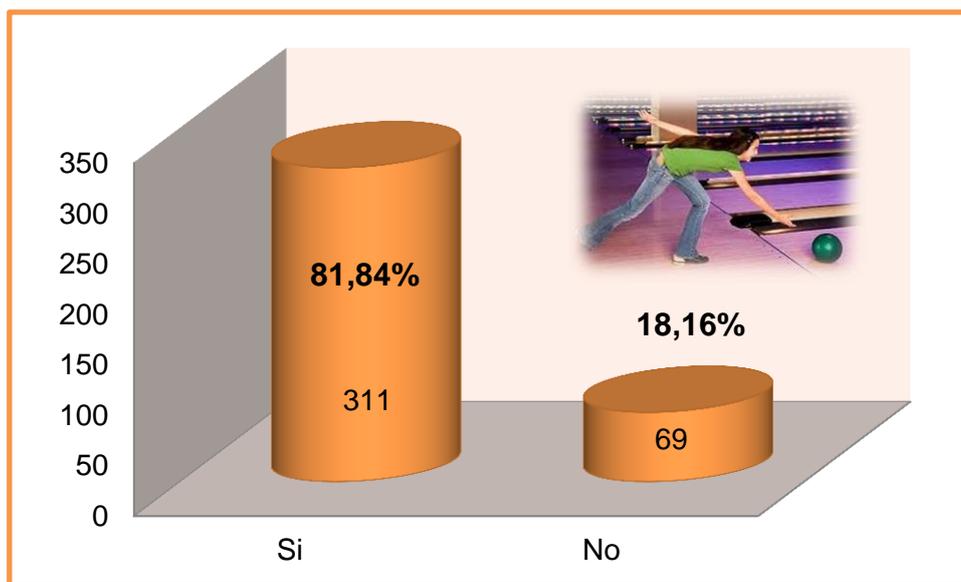
La gran parte de los encuestados ya sean turistas nacionales o extranjeros han practicado este deporte, un pequeño grupo de personas respondieron negativamente a la pregunta de práctica de bolos. Se puede mencionar que el resultado positivo obtenido tiene relación directa, dado que en otros países o ciudades del Ecuador existen centros que brindan este tipo de servicio.

6. ¿Le gustaría aprender a jugar Bolos?

CUADRO 30 JUGAR BOLOS

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	311	81,84
2	No	69	18,16
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

GRÁFICO 30 JUGAR BOLOS



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS:**

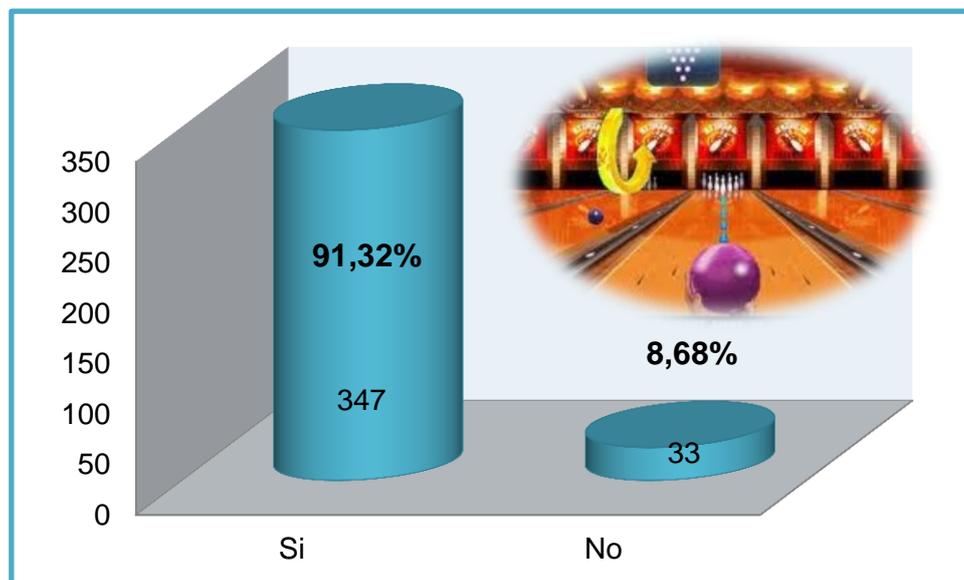
Dentro de esta pregunta podemos ver, que a una gran mayoría les interesa aprender a jugar bolos, existe un pequeño grupo que no le interesa. Se determina la necesidad de poder practicar este deporte en la ciudad de Ibarra, pudiendo así mejorar la técnica, relajarse y divertirse sanamente.

7. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una Sala de Juego de Bolos?

**CUADRO 31 CREACIÓN SALA DE JUEGO DE BOLOS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	347	91,32
2	No	33	8,68
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 31 CREACIÓN SALA DE JUEGO DE BOLOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

De los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad de Ibarra, una gran mayoría están de acuerdo con la creación de esta Sala de Juego de Bolos, una pequeña parte de encuestados no están de acuerdo. Se determina que existe una gran aceptación por los turistas.

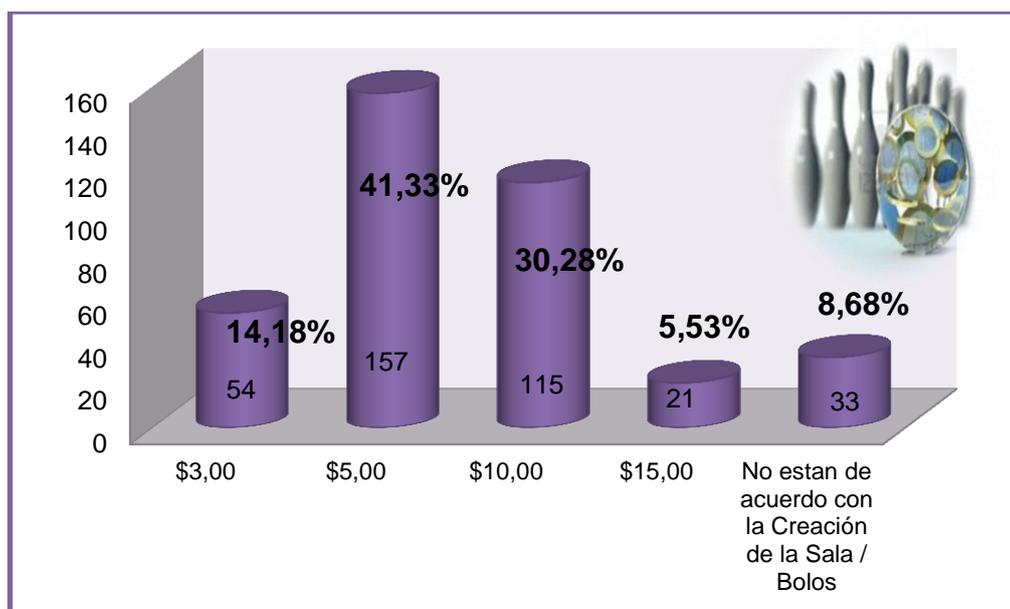
8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el Servicio de una Sala de Juego de Bolos?

🚩 Precio por el servicio de la pista de bolos

CUADRO 32 PRECIO BOLOS

Bolos	Frecuencia	Porcentaje
\$3,00	54	14,18
\$5,00	157	41,33
\$7,00	115	30,28
\$10,00	21	5,53
No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	33	8,68
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

GRÁFICO 32 PRECIO BOLOS



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS:**

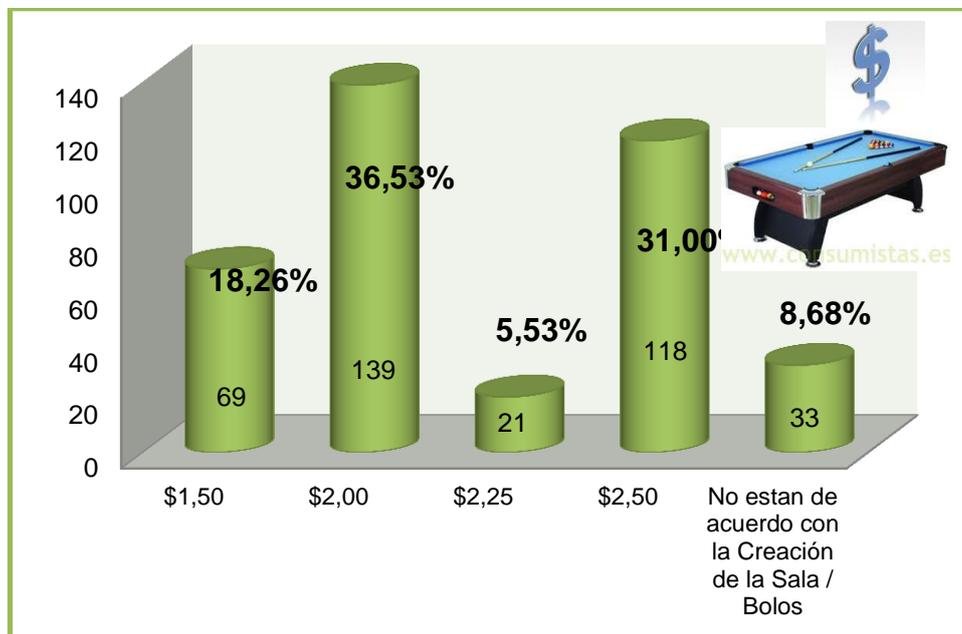
Los turistas están dispuestos a pagar un valor de cinco dólares, seguidos por un grupo considerable que pagaría siete dólares por el servicio de juego de bolos. Valor que se tendrá en cuenta para el precio de este servicio.

 **Precio por el servicio de billar**

**CUADRO 33 PRECIO BILLAR**

Billar	Frecuencia	Porcentaje
\$1,50	69	18,26
\$2,00	139	36,53
\$2,25	21	5,53
\$2,50	118	31,00
No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	33	8,68
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 33 PRECIO BILLAR**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

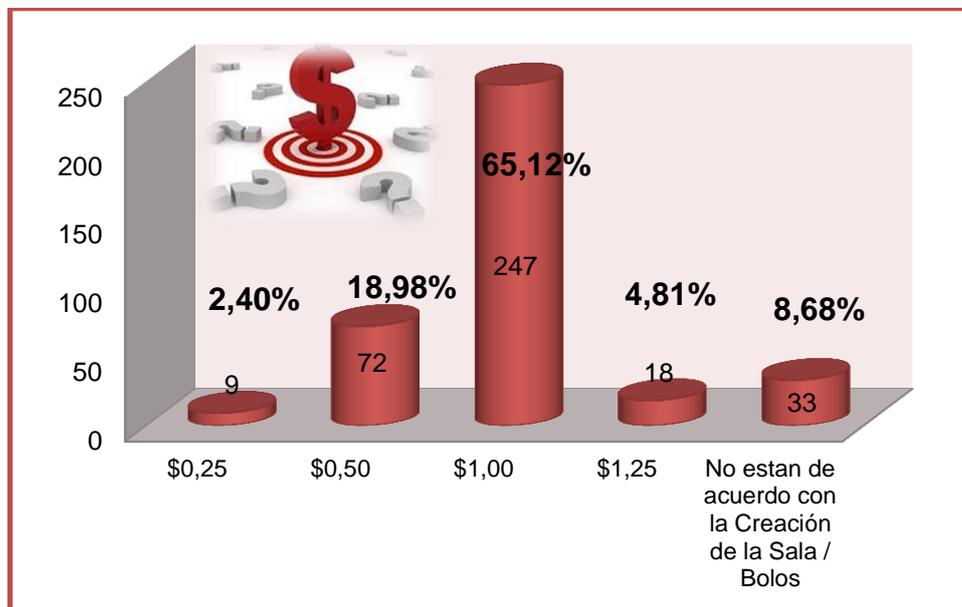
Los turistas están dispuestos a pagar dos dólares por el servicio de billar, seguidos por un porcentaje considerable que pagaría por el servicio dos dólares con cincuenta centavos. Valor que ayudará a determinar el valor para este servicio.

 **Precio por el servicio de Juegos Electrónicos**

**CUADRO 34 PRECIO JUEGOS ELECTRÓNICOS**

Juegos Electrónicos	Frecuencia	Porcentaje
\$0,25	9	2,40
\$0,50	72	18,98
\$1,00	247	65,12
\$1,25	18	4,81
No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	33	8,68
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 34 PRECIO JUEGOS ELECTRÓNICOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

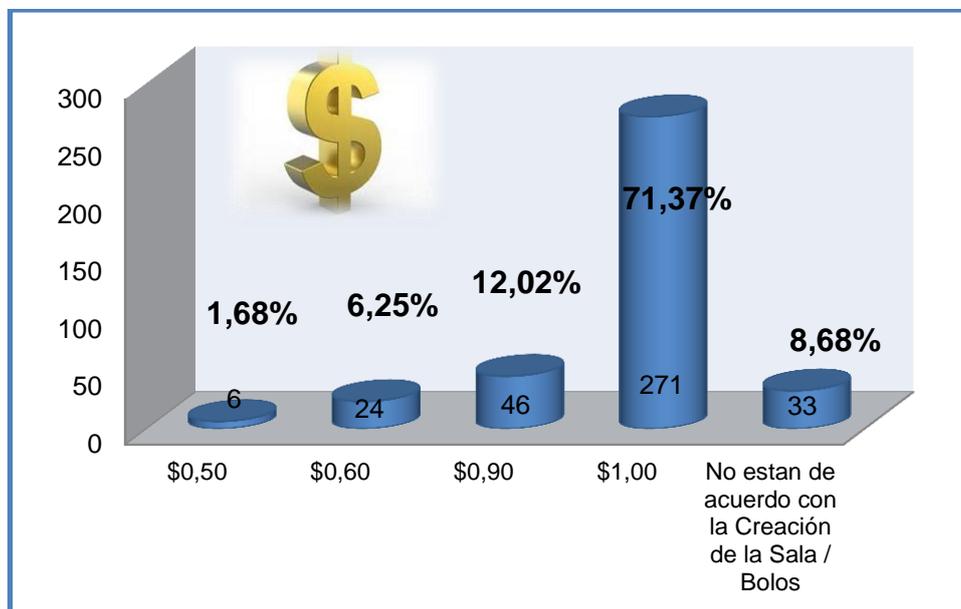
Para los Juegos Electrónicos la mayoría de los encuestados están dispuestos a gastar un dólar por este servicio.

 **Precio por el servicio de futbolines**

**CUADRO 35 PRECIO FUTBOLINES**

Futbolines	Frecuencia	Porcentaje
\$0,50	6	1,68
\$0,60	24	6,25
\$0,90	46	12,02
\$1,00	271	71,37
No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	33	8,68
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 35 PRECIO FUTBOLINES**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

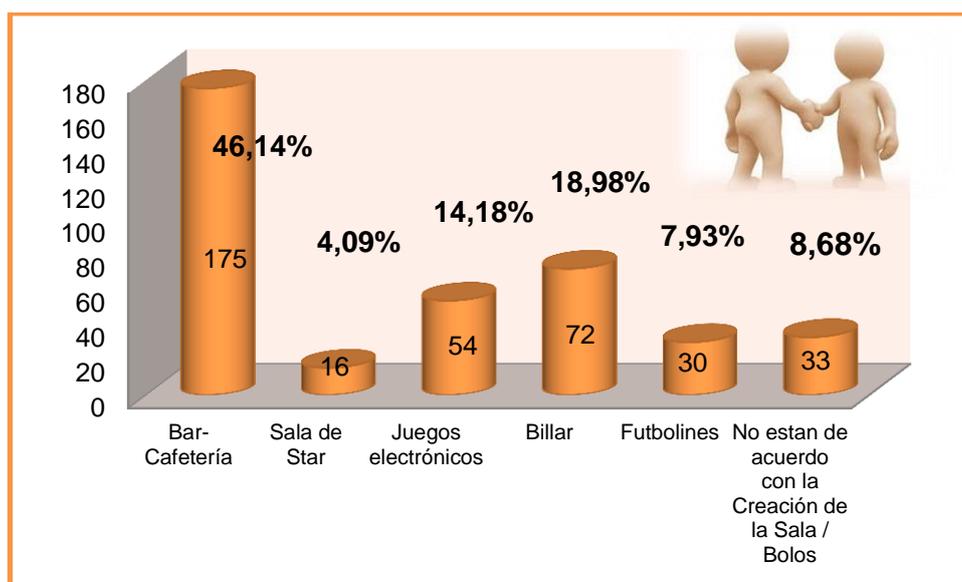
La mayoría están dispuestos a cancelar un dólar por este servicio de futbolines, y pequeños grupos pagarán el valor inferior a un dólar. Servirá como referencia para el precio de este servicio.

9. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que le ofrezca la Sala de Juego de Bolos?

**CUADRO 36 SERVICIO A OFRECER**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Bar- Cafetería	175	46,14
2	Sala de Star	16	4,09
3	Juegos electrónicos	54	14,18
4	Billar	72	18,98
5	Futbolines	30	7,93
6	No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	33	8,68
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 36 SERVICIO A OFRECER**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

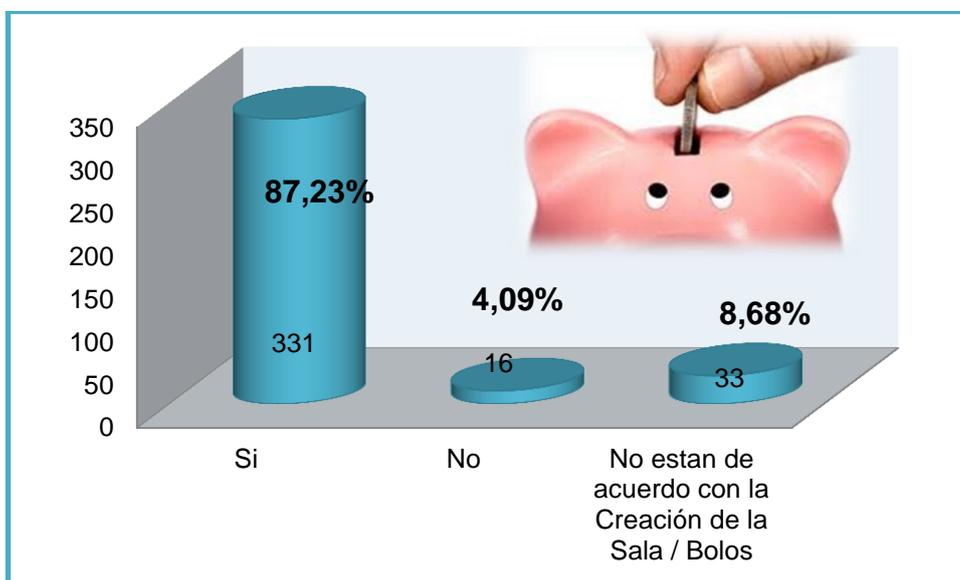
Para esta pregunta a los turistas nacionales y extranjeros, les gustaría en su gran mayoría que se ofrezca el servicio de bar-cafetería, seguidos por porcentajes minoritarios de los demás servicios a ofrecer.

10. ¿Desearía que de lunes a jueves sean más económicos los costos por el servicio?

**CUADRO 37 PRECIOS DE SERVICIO ECONÓMICOS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	331	87,23
2	No	16	4,09
3	No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	33	8,68
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 37 PRECIOS DE SERVICIO ECONÓMICOS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

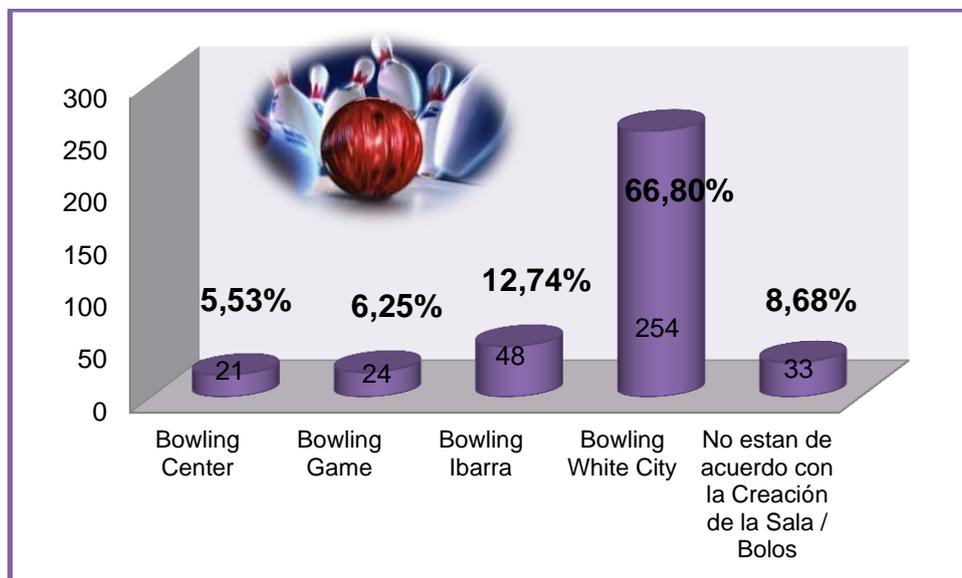
Podemos notar que casi la totalidad desearían que los precios sean más económicos los días que no habría mucho flujo de personas, existe un escaso grupo al cual no le interesa que exista esta reducción en el costo más económico, pagarían por el servicio el mismo precio por cualquier día de la semana.

11. ¿Cuál de los nombres siguientes le parece mejor para la nueva Sala de Bolos?

**CUADRO 38 NOMBRES DE LA EMPRESA**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Bowling Center	21	5,53
2	Bowling Game	24	6,25
3	Bowling Ibarra	48	12,74
4	Bowling White City	254	66,80
5	No están de acuerdo con la Creación de la Sala / Bolos	33	8,68
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 38 NOMBRES DE LA EMPRESA**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### **ANÁLISIS:**

A la gran mayoría les agrada más que el nombre de la Sala de Juego de Bolos sea Bowling White City por ser un nombre llamativo, y a pequeños grupos de los encuestados les gustan los demás nombres expuestos.

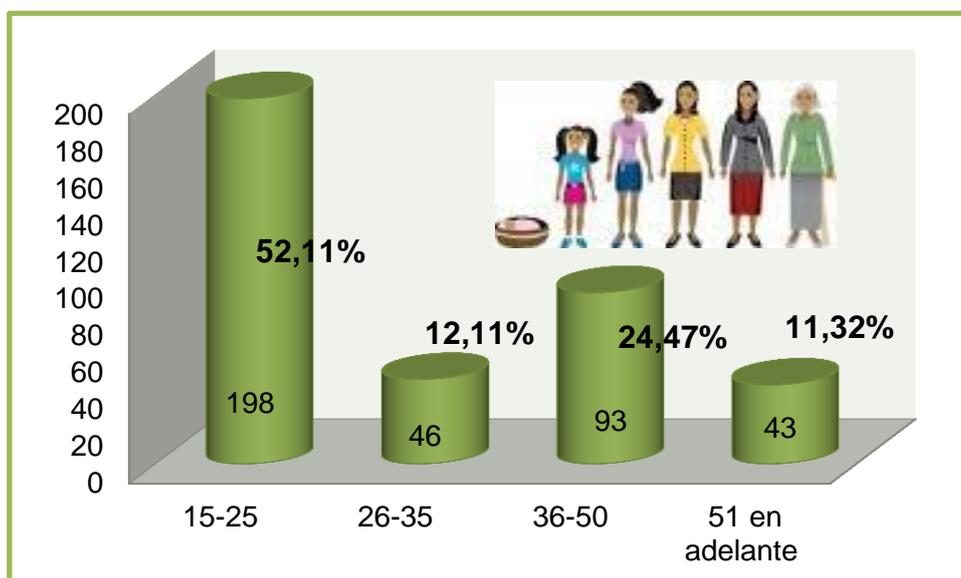
## DATOS TÉCNICOS

➤ **Edad:**

**CUADRO 39 EDAD TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	15-25	198	52,11
2	26-35	46	12,11
3	36-50	93	24,47
4	51 en adelante	43	11,32
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 39 EDAD TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

## ANÁLISIS:

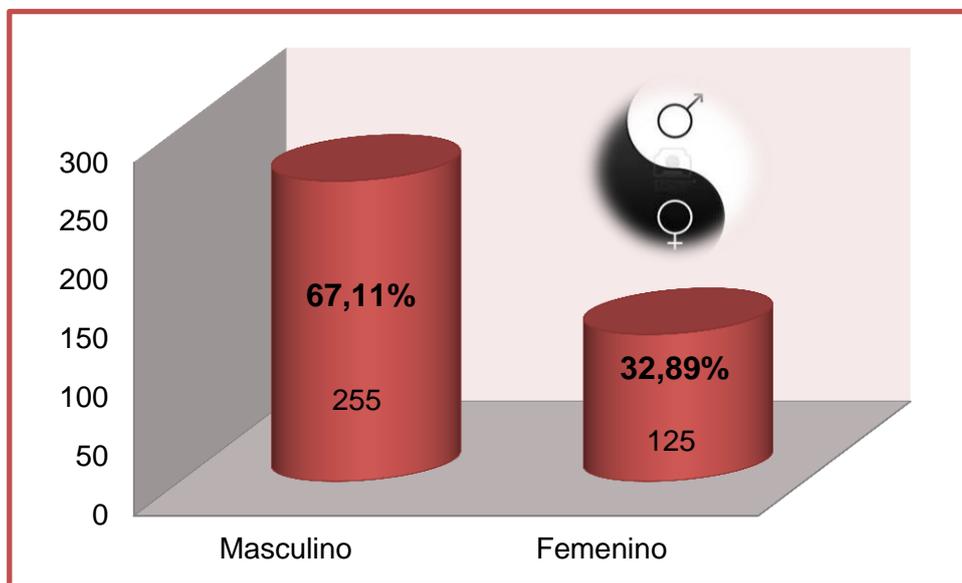
De las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad de Ibarra, un gran número están en edades de quince a veinte y cinco años de edad, seguidos por pequeños grupos de las edades descritas en la pregunta anterior.

➤ **Género:**

**CUADRO 40 GÉNERO TURISTAS NACIONALES Y  
EXTRANJEROS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Masculino	255	67,11
2	Femenino	125	32,89
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 40 GÉNERO TURISTAS NACIONALES Y  
EXTRANJEROS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

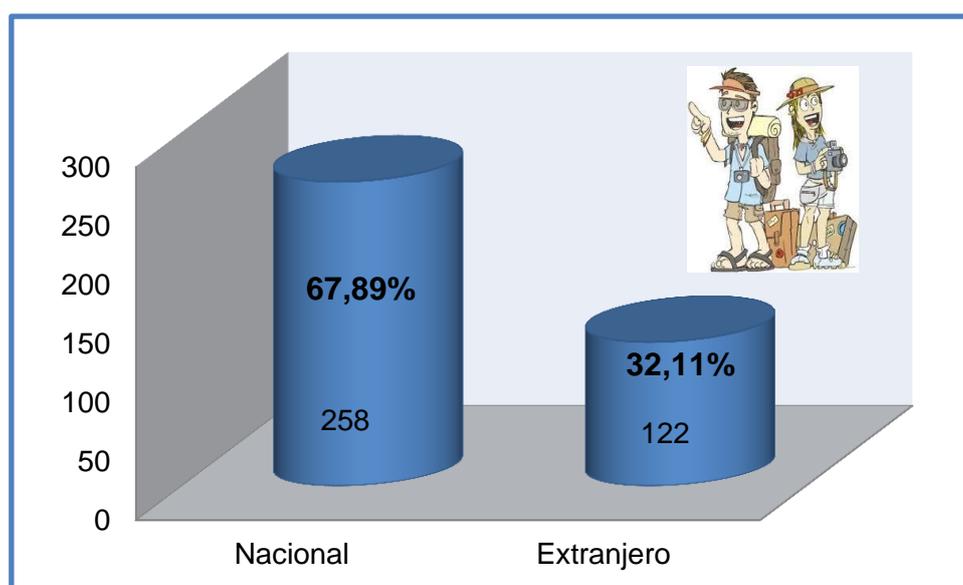
Existe un gran número encuestados correspondientes al género masculino, y el restante comprendido por el género femenino.

➤ **Turista:**

**CUADRO 41 TURISTA NACIONAL O EXTRANJERO**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Nacional	258	67,89
2	Extranjero	122	32,11
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 41 TURISTA NACIONAL O EXTRANJERO**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

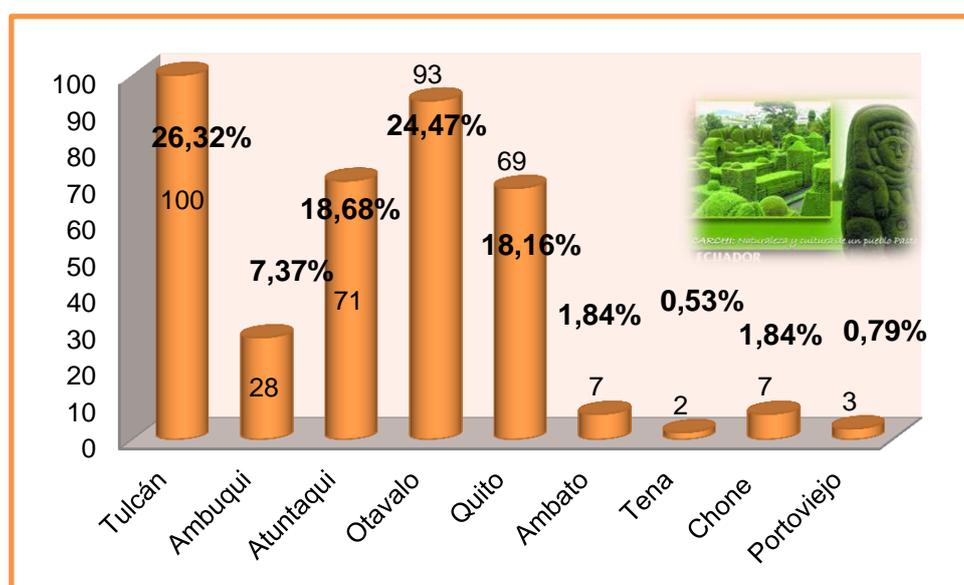
En este cuadro se refleja que existe una mayoría en los turistas nacionales, seguidos por un porcentaje considerable de turistas extranjeros.

➤ **Ciudad:**

**CUADRO 42 CIUDAD TURISTAS NACIONALES**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Tulcán	100	26,32
2	Ambuqui	28	7,37
3	Atuntaqui	71	18,68
4	Otavallo	93	24,47
5	Quito	69	18,16
6	Ambato	7	1,84
7	Tena	2	0,53
8	Chone	7	1,84
9	Portoviejo	3	0,79
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 42 CIUDAD TURISTAS NACIONALES**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

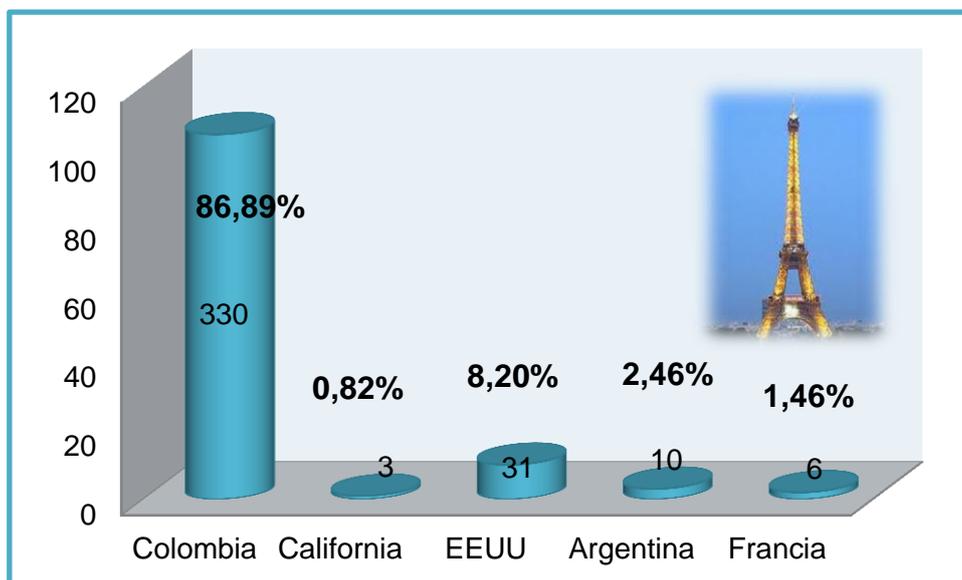
De la totalidad de los turistas nacionales, una gran mayoría son de Otavallo, Quito, Tulcán, Atuntaqui y pequeños porcentajes precedidos por diferentes ciudades del Ecuador.

➤ País:

**CUADRO 43 PAÍS TURISTAS EXTRANJEROS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Colombia	330	86,84
2	California	3	0,79
3	EEUU	31	8,16
4	Argentina	10	2,63
5	Francia	6	1,58
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 43 PAÍS TURISTAS EXTRANJEROS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

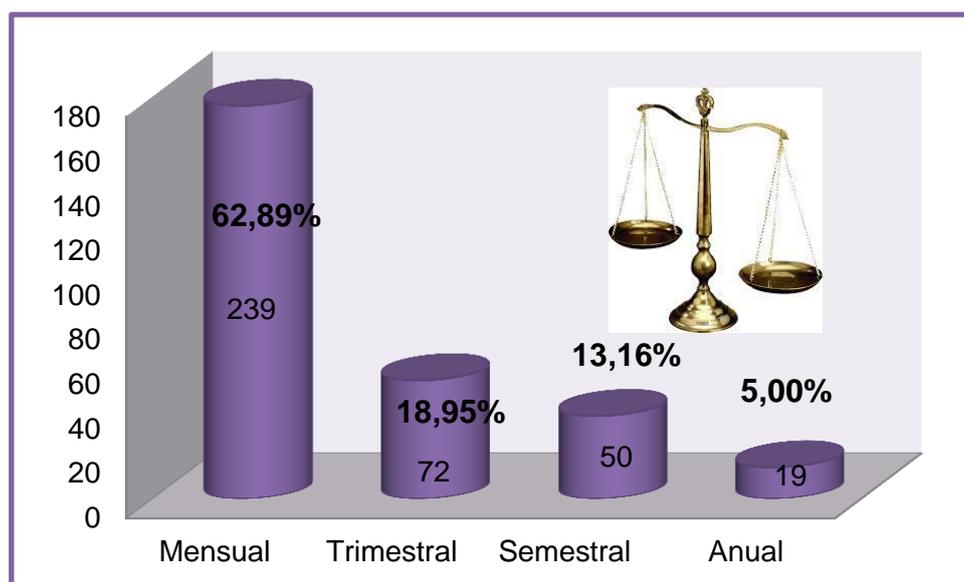
Del resultado obtenido de los países de los cuales proviene los turistas extranjeros existe un gran porcentaje de colombianos, y los demás provienen de distintos países del mundo.

➤ **Frecuencia de Visita a la Ciudad de Ibarra:**

**CUADRO 44 FRECUENCIA DE VISITA TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS**

Nro.	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Mensual	239	62,89
2	Trimestral	72	18,95
3	Semestral	50	13,16
4	Anual	19	5,00
	<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 44 FRECUENCIA DE VISITA TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**ANÁLISIS:**

De acuerdo al resultado obtenido por la frecuencia de visita de los turistas observamos que la gran mayoría ingresa a la ciudad de Ibarra con una frecuencia mensual, la periodicidad trimestral, semestral y anual tienen porcentajes casi bajos de visita a la ciudad.

## **1.5 Mercado Meta**

El mercado meta para la Sala de Juego de Bolos es la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra desde los 15 a los 74 años de edad, así como a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la misma, pudiendo así disfrutar de esta alternativa de recreación.

## **1.6 Tipo de Segmentación**

El tipo de segmentación para la creación de la Sala de Juego de Bolos es demográfica, se tomó en cuenta:

- Ⓢ La edad: que va desde los 15 a los 74 años de edad, porque se consideran que son personas que tienen poder adquisitivo, para poder adquirir un bien o un servicio.
- Ⓢ Género: no hay distinción, pudiendo ser este masculino o femenino ya que los bolos son un deporte que no requiere de mucha fuerza sino de precisión y muchas ganas de querer divertirse.
- Ⓢ Ingresos: de acuerdo a las estadísticas realizadas en el último censo de Población y vivienda del año 2010, se puede notar que los ingresos promedio en la provincia de Imbabura, dan lugar a que las personas puedan invertirlos, en una sana diversión.

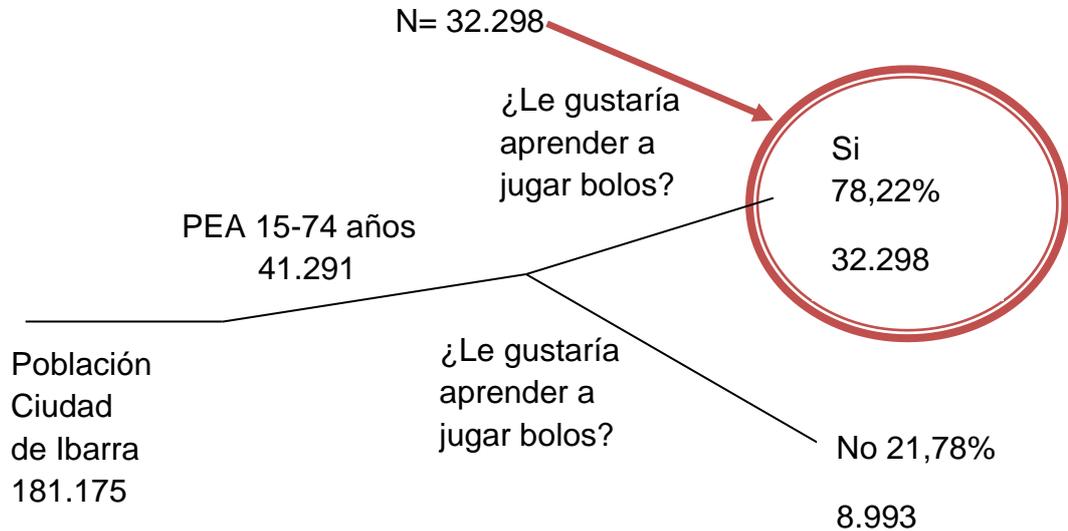
## **1.7 Análisis de la demanda**

El mercado objetivo lo constituye la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra y los turistas nacionales y extranjeros. En base a los datos estadísticos recogidos en las encuestas realizadas en la pregunta número 6 ¿Le gustaría aprender a jugar Bolos?, se realiza el siguiente razonamiento con el fin de determinar el número de consumidores potenciales.

En lo referente al tiempo. La demanda se puede considerar continua, debido a que este deporte se lo puede practicar durante todo el año.

**CUADRO 45 MERCADO OBJETIVO PEA  
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

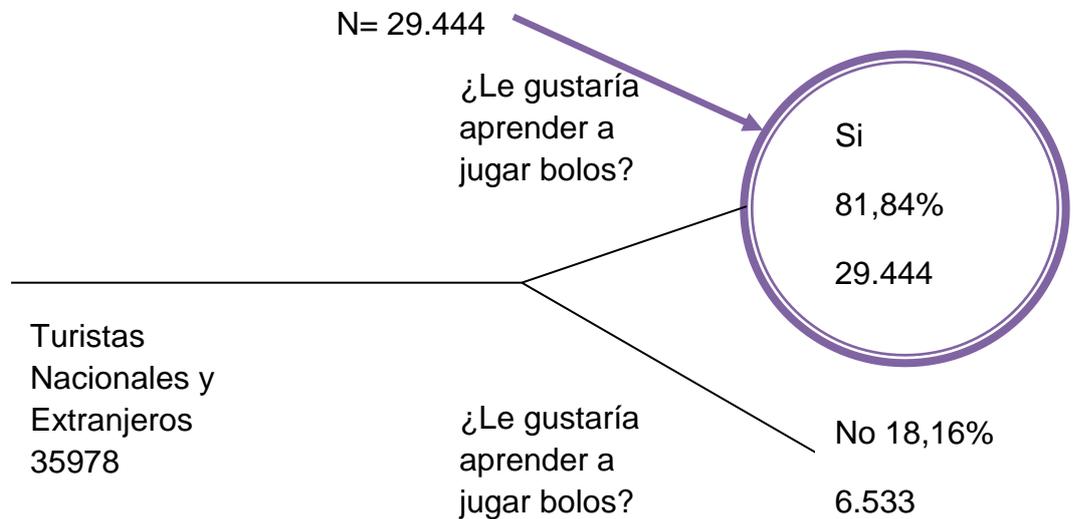
**Número de consumidores potenciales**



**Fuente:** Investigación de Mercado  
**Elaborado por:** La Autora.

**CUADRO 46 MERCADO OBJETIVO TURISTAS NACIONALES Y  
EXTRANJEROS**

**Número de consumidores potenciales**



**Fuente:** Investigación de Mercado  
**Elaborado por:** La Autora.

### CUADRO 47 DEMANDA BOLOS

Población económicamente activa	32.298
<b>Turistas nacionales y extranjeros</b>	<b>29.444</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61.742</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

Para la demanda de juegos electrónicos, billares y futbolines se realizó un análisis de los resultados estadísticos de la pregunta N° 2 ¿Con qué frecuencia asiste a estos lugares de entretenimiento?, una vez a la semana, fines de semana, cada 15 días, una vez al mes o trimestralmente.

### CUADRO 48 FRECUENCIA DE ASISTENCIA (PREGUNTA N°2) POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Nro.	Indicadores	Juegos Electrónicos	Billares	Futbolines	Total	Porcentaje
1	Una vez a la semana	7	29	0	36	9,45
2	Fines de semana	43	90	0	133	34,91
3	Una vez cada quince días	29	61	0	90	23,62
4	Una vez al mes	37	45	0	82	21,52
5	Cada tres meses	9	11	20	40	10,50
	<b>TOTAL</b>	<b>125</b>	<b>236</b>	<b>20</b>	<b>381</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro 49 FRECUENCIA DE ASISTENCIA (PREGUNTA N°2)  
TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS**

Nro.	Indicadores	Juegos Electrónicos	Billares	Futbolines	Total	Porcentaje
1	Una vez a la semana	10	8	0	18	4,74
2	Fines de semana	27	102	0	129	33,95
3	Una vez cada quince días	16	64	0	80	21,05
4	Una vez al mes	50	50	0	100	26,32
5	Cada tres meses	20	23	10	53	13,95
	<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>247</b>	<b>10</b>	<b>380</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

En el cuadro anterior se tiene un análisis de la muestra para la población económicamente activa que fue de 381 y para los turistas nacionales y extranjeros se obtuvo una muestra de 380, de acuerdo al cuadro N°5 P.E.A según grupo de edades y N° 6 turistas nacionales y extranjeros tenemos una proyección al año 2013 de 41291 personas y de 35978 respectivamente. Se realiza el siguiente análisis partiendo de una regla de tres, con el fin de obtener los porcentajes correspondientes para el cálculo de la demanda

**CUADRO 50 PORCENTAJES POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

Indicadores	Porcentaje Juegos Electrónicos	Porcentaje Billares	Porcentaje Futbolines
Una vez a la semana	5,60	12,29	0,00
Fines de semana	34,40	38,14	0,00
Una vez cada quince días	23,20	25,85	0,00
Una vez al mes	29,60	19,07	0,00
Cada tres meses	7,20	4,66	100,00
<b>TOTAL %</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>TOTAL % MUESTRA</b>	<b>32,72</b>	<b>61,78</b>	<b>5,50</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 51 PORCENTAJES TURISTAS NACIONALES Y  
EXTRANJEROS**

<b>Indicadores</b>	<b>Porcentaje Juegos Electrónicos</b>	<b>Porcentaje Billares</b>	<b>Porcentaje Futbolines</b>
Una vez a la semana	8,13	3,24	0,00
Fines de semana	21,95	41,30	0,00
Una vez cada quince días	13,01	25,91	0,00
Una vez al mes	40,65	20,24	0,00
Cada tres meses	16,26	9,31	100,00
<b>TOTAL %</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>TOTAL % MUESTRA</b>	<b>32,37</b>	<b>65,00</b>	<b>2,63</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

Para obtener el total % muestra se realizó el siguiente análisis si 381 encuestas son el 100%, cuanto será 125 en el caso de juegos electrónicos, 236 en billares y 20 en futbolines para la P.E.A., en el caso de los turistas nacionales y extranjeros si 380 encuestas son el 100%, cuanto será 123 en el caso de juegos electrónicos, 247 en billares y 10 en futbolines

Para las columnas Porcentajes juegos electrónicos, billares y futbolines se ejecutó la siguiente operación en el caso de juegos electrónicos si 125 personas son el 100%, cuanto serán 7 que asisten una vez a la semana, 43 que asisten fines de semana, 29 una vez cada quince días, y 9 cada tres meses, y así sucesivamente para cada una de las frecuencias tanto para la población económicamente activa como para los turistas nacionales y extranjeros.

**Cuadro 52 DEMANDA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE  
ACTIVA**

<b>Indicadores</b>	<b>Juegos Electrónicos</b>	<b>Billares</b>	<b>Futbolines</b>	<b>TOTAL</b>
Una vez a la semana	757	3135	0	3892
Fines de semana	4648	9729	0	14377
Una vez cada quince días	3134	6594	0	9729
Una vez al mes	3999	4865	0	8864
<b>Cada tres meses</b>	973	1189	2271	4433
<b>TOTAL</b>	<b>13510</b>	<b>25510</b>	<b>2271</b>	<b>41291</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro 53 DEMANDA TURISTAS NACIONALES Y  
EXTRANJEROS**

<b>Indicadores</b>	<b>Juegos Electrónicos</b>	<b>Billares</b>	<b>Futbolines</b>	<b>TOTAL</b>
Una vez a la semana	947	757	0	1704
Fines de semana	2556	9657	0	12214
Una vez cada quince días	1515	6059	0	7574
Una vez al mes	4734	4734	0	9468
Cada tres meses	1894	2178	947	5018
<b>TOTAL</b>	<b>11646</b>	<b>23386</b>	<b>947</b>	<b>35978</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

Para Obtener los resultados arrojados por la tabla anterior, en el caso TOTAL se multiplico el Total % muestra por la población económicamente activa al año 2013 de 41291 y para los turistas nacionales y extranjeros que son 35978, por ejemplo  $(41291 * 32.72\% = 13510)$  y para obtener las variables juegos electrónicos, billares y futbolines se realizó la operación matemática multiplicación

con el porcentaje de juegos electrónicos, billares y futbolines, citando como ejemplo ( $13510 \times 5,60\% = 757$ ) donde se puede obtener la demanda potencial para cada uno de los servicios nombrados con anterioridad.

Multiplicando cada respuesta obtenida de la frecuencia por las semanas al año: 52 semanas en una vez a la semana y fines de semana, 26 semanas cada 15 días, 12 semanas una vez al mes y 4 semanas trimestralmente; con el fin de obtener las veces al año que utilizan estos servicios.

En el caso de juegos electrónicos se tomará en cuenta, las prohibiciones de Ley la cual cita que los jóvenes menores de 12 años y estudiantes uniformados, no podrán utilizar estos juegos.

**CUADRO 54 VECES AL AÑO JUEGOS ELECTRÓNICOS  
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Semanas</b>	<b>Veces al año</b>
Una vez a la semana	757	52	39364
Fines de Semana	4648	52	241696
Una vez cada 15 días	3134	26	81484
Una vez al mes	3999	12	47988
Cada tres meses	973	4	3892
<b>TOTAL</b>	<b>13510</b>		<b>414424</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado  
**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 55 VECES AL AÑO JUEGOS ELECTRÓNICOS  
TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS**

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Semanas</b>	<b>Veces al año</b>
Una vez a la semana	947	52	49244
Fines de Semana	2556	52	132912
Una vez cada 15 días	1515	26	39390
Una vez al mes	4734	12	56808
Cada tres meses	1894	4	7576
<b>TOTAL</b>	<b>11646</b>		<b>285930</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 56 DEMANDA JUEGOS ELECTRÓNICOS**

Población económicamente activa	414424
Turistas nacionales y extranjeros	285.930
<b>TOTAL VECES AL AÑO</b>	<b>700354</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 57 DEMANDA BILLARES POBLACIÓN  
ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Semanas</b>	<b>Veces al año</b>
Una vez a la semana	3135	52	163027
Fines de Semana	9729	52	505926
Una vez cada 15 días	6594	26	171450
Una vez al mes	4865	12	58376
Cada tres meses	1189	4	4755
<b>TOTAL</b>	<b>25510</b>		<b>903534</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 58 DEMANDA BILLARES TURISTAS NACIONALES Y  
EXTRANJEROS**

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Semanas</b>	<b>Veces al año</b>
Una vez a la semana	757	52	39364
Fines de Semana	9657	52	502164
Una vez cada 15 días	6059	26	157534
Una vez al mes	4734	12	56808
Cada tres meses	2178	4	8712
<b>TOTAL</b>	<b>23386</b>		<b>764582</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 59 DEMANDA BILLARES**

Población económicamente activa	903.534
Turistas nacionales y extranjeros	764.582
<b>TOTAL VECES AL AÑO</b>	<b>1,669.116</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 60 DEMANDA FUTBOLINES POBLACIÓN  
ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Semanas</b>	<b>Veces al año</b>
Una vez a la semana	0	52	0
Fines de Semana	0	52	0
Una vez cada 15 días	0	26	0
Una vez al mes	0	12	0
Cada tres meses	2271	4	9084
<b>TOTAL</b>	<b>2271</b>		<b>9084</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 61 DEMANDA FUTBOLINES TURISTAS NACIONALES  
Y EXTRANJEROS**

<b>Indicadores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Semanas</b>	<b>Veces al año</b>
Una vez a la semana	0	52	0
Fines de Semana	0	52	0
Una vez cada 15 días	0	26	0
Una vez al mes	0	12	0
Cada tres meses	947	4	3788
<b>TOTAL</b>	<b>947</b>		<b>3788</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 62 DEMANDA FUTBOLINES**

Población económicamente activa	9.084
Turistas nacionales y extranjeros	3.788
<b>TOTAL VECES AL AÑO</b>	<b>12.872</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 63 TOTAL DEMANDA SALA DE JUEGO DE BOLOS**

	<b>Población económicamente activa</b>	<b>Turistas nacionales y extranjeros</b>
Bolos	32.298	29.444
Juegos Electrónicos	414.424	285.930
Billares	903.534	764.582
Futbolines	9.084	3.788
<b>TOTAL</b>	<b>1.359.340</b>	<b>1.083.744</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### 1.7.1 Proyección de la Demanda

Al no existir datos históricos de la prestación de este tipo de servicio, se realiza la proyección de la demanda a través de la tasa de crecimiento poblacional obtenida del fascículo provincial de Imbabura Sección 01 Estructura de la Población para la Población Económicamente Activa que es de 1,63% y para los turistas nacionales y extranjeros con la tasa histórica de turismo de las personas que ingresaron a la oficina I-TUR que es del 2,32%, (Ver anexo 1).

$$C_f = C_1(1 + i)^n$$

**C<sub>f</sub>** = Proyección de la demanda

**C<sub>1</sub>** = demanda

**i** = tasa promedio

**n** = tiempo

**CUADRO 64 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PEA  
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA  
TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL 1,63%**

<b>Año</b>	<b>Juegos electrónicos</b>	<b>Billar</b>	<b>Futbolines</b>	<b>Bolos</b>	<b>Total Demanda Futura</b>
Año 1	826.012	1.800.766	826.012	64.204	<b>3.516.994</b>
Año 2	839.476	1.830.118	839.476	65.251	<b>3.574.321</b>
Año 3	853.159	1.859.949	853.159	66.314	<b>3.632.582</b>
Año 4	867.066	1.890.267	867.066	67.395	<b>3.691.794</b>
Año 5	881.199	1.921.078	881.199	68.494	<b>3.751.970</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 65 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURISTAS  
NACIONALES Y EXTRANJEROS  
TASA HISTÓRICA DE TURISMO 2,32%**

<b>Año</b>	<b>Juegos Electrónicos</b>	<b>Billar</b>	<b>Futbolines</b>	<b>Bolos</b>	<b>Total Demanda Futura</b>
Año 1	414.424	903.534	9.084	32.298	<b>1.359.340</b>
Año 2	421.179	918.262	9.232	32.824	<b>1.381.497</b>
Año 3	428.044	933.229	9.383	33.359	<b>1.404.016</b>
Año 4	435.021	948.441	9.535	33.903	<b>1.426.901</b>
Año 5	442.112	963.900	9.691	34.456	<b>1.450.160</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 66 TOTAL PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

<b>Año</b>	<b>Juegos Electrónicos</b>	<b>Billar</b>	<b>Futbolines</b>	<b>Bolos</b>	<b>Total Demanda Futura</b>
Año 1	700.354	1.668.116	12.872	61.742	<b>2.443.084</b>
Año 2	713.743	1.700.582	13.108	62.952	<b>2.490.384</b>
Año 3	727.395	1.733.699	13.348	64.186	<b>2.538.629</b>
Año 4	741.317	1.767.482	13.593	65.444	<b>2.587.837</b>
Año 5	755.514	1.801.943	13.843	66.729	<b>2.638.029</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### **1.8 Oferta**

En vista que en la ciudad de Ibarra no existe una competencia directa por el hecho de no contar con un lugar que satisfaga este tipo de necesidad, no se detalla la oferta para los Bolos. Los lugares como discotecas, karaokes, bares, peñas se los considera como competencia indirecta.

La Sala de Juego de Bolos del presente proyecto ofrecerá como servicios básicos mesas de futbolín, billar y juegos electrónicos;

cabe recalcar que en la ciudad de Ibarra no existen negocios que ofrezcan mesas de fútbolín.

Los datos de las salas de billar y juegos electrónicos que existen en la ciudad, fueron proporcionados por el Ministerio de Salud Pública de la Provincia de Imbabura (M.S.P.), que lleva un registro de todos los establecimientos que existen en la misma, puesto que este ministerio es el encargado de la vigilancia de higiene y salubridad. Este requerimiento se puede observar en el anexo N°4; donde se realiza la solicitud de requerimiento de esta información.

Para el cálculo la oferta de los juegos electrónicos y billares, se tomo en cuenta la información obtenida por el Ministerio de Salud Pública. A través de una Investigación Directa realizada por un período de tres meses en el año 2013, se detalla el ingreso de personas de lunes a jueves y los fines de semana obteniendo las veces a la semana que ingresan las personas, multiplicando por 4 semanas al mes y por 12 meses del año se obtiene las veces al año que ofertan estos servicios. En el anexo N°5 se observan los datos proporcionados por el Ministerio de Salud Pública. A continuación se describen las Fichas de Observación efectuadas.

#### **CUADRO 67 FICHA DE OBSERVACIÓN: DIRECTA BILLARES**

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN: DIRECTA</b>					
<b>TEMA: BILLARES</b>					
<b>SUB TEMA: Ingreso de personas</b>					
				<b>Ingreso de personas</b>	
<b>Nº</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Propietario</b>	<b>Dirección</b>	<b>Lunes a Jueves</b>	<b>Fines de semana</b>
1	Sala de Billar	Morales Rosero Pedro	Av. Mariano Acosta 26-41	120	160
2	Billares	Rosero Villalba Luisa	Av. Mariano Acosta 26-41	100	140

3	Club Euro Ibarra	Osorio Casallas Jhon	Av. Pérez Guerrero 6-22	110	180
4	Salón de Billares	Sierra De Parreño Rosa	Cabezas Borja 2-75	80	120
5	Billares Gabriel	Valencia Garzón Gabriel	Calle 13 de abril y Ambato	90	130
6	Billas el Retorno	Salas Juma Hilda	Colón 9-49	100	140
7	Billares el Chance	Sánchez García Jorge	Francisco Moncayo s/n y José Tobar	120	120
8	Billares Don Pedro	Yumbay Lucero Pedro	Juan Hernández y Prof. Julio Paredes	110	140
9	Billares Ciudad de Ibarra	Palacios Moreta Teresa	Juan León Mera 3-58 y Rafael Troya	120	150
10	El palacio del Billar	López Aida Fabiola	Obispo Mosquera 3-65	120	170
11	Soda Bar y Billas	Chamorro Castro Pablo	Luis Felipe Borja 3-02	80	140
12	Euro Ibarra	Osorio Casallas Julio	Olmedo 10-65	90	180
13	Club Euro Ibarra	Osorio Cassallas Jhon	Olmedo 10-65 y Colón	100	180
14	Ocaso	Caicedo Acosta Luz	Río Blanco 7-30 y Río Jubones	120	150
<b>Total Veces al semana</b>				1460	2100
				3560	
<b>Total Veces al mes</b>				14240	
<b>Total Veces al año</b>				<b>170880</b>	

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO 68 FICHA DE OBSERVACIÓN: DIRECTA JUEGOS  
ELECTRÓNICOS**

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN: DIRECTA</b>					
<b>TEMA: JUEGOS ELECTRÓNICOS</b>					
<b>SUB TEMA: Ingreso de personas</b>					
					<b>Ingreso de personas</b>
<b>Nº</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Propietario</b>	<b>Dirección</b>	<b>Lunes a Jueves</b>	<b>Fines de semana</b>
1	Crazy Games	Getial Sonia	Alfredo Albuja Galindo y Hugo Guzmán	120	180
2	Juegos Electrónicos	Solís Cesar	Alfredo Gómez 2-75 y Víctor Manuel Guzmán	100	110
3	Juegos Electrónicos	Aguirre María	Alfredo Gómez 6-64	100	130
4	Video Juegos	García Edison	Antonio Cordero 5-17	120	150
5	Lemplay's	Melo Sonia	Av. Eugenio Espejo 36-37	150	200
6	Nintendo Play Center	López Bolívar	Av. Mariano Acosta 10-08 y Chica Narváez	200	230
7	Juegos Electrónicos	Bedoya María	Av. Pérez Guerrero y Av. Eugenio Espejo	180	250
8	Juego de Videos	León Roberto	Av. Pérez Guerrero 6- 62 C.C. la Fortuna	180	200
9	Video Games	Paz Josefa	Bolívar 10- 82 C.C. LoyRiver	200	230
10	SmigarSystems	Vallejos Edgar	Bolívar y Pérez Guerrero	150	180

11	Video Games	Paz Josefa	C.C. Amazonas local 106	180	200
12	Juegos Electrónicos	Reina Javier	Calixto Miranda 2-114	150	170
13	Gamavisión	Salguero María	Calixto Miranda 2-90	130	160
14	Rincón de los Amigotes	Alba Patricio	La Huerta S/N	100	130
15	Cosmos Internet	Defaz Silvano	Obispo Mosquera 6-33	140	90
16	Ultra Games	Amador Salomón	Plaza Shopping Center	200	300
17	MuchGames	Aguirre Armando	Rafael Larrea 3-62 y Bolívar	120	150
18	VideiGames	Hernández Jorge	Rafael Larrea 4-12	130	140
19	Games Play Station	Jojoa Esteban	Sánchez y Cifuentes 4-54	150	190
20	Juegos Electrónicos	Pineda Susana	Sánchez y Cifuentes CCA Local 102	160	200
21	Internet Redes	Gallegos Byron	Sucre 9-18	140	180
22	Leo Games	Paz Josefa	Terminal Terrestre	170	190
23	Lemplay's	Eraza Luis	Terminal Terrestre Local 36-37	180	330
<b>Total Veces al semana</b>				3450	4290
				7740	
<b>Total Veces al mes</b>				30960	
<b>Total Veces al año</b>				<b>371520</b>	

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 69 OFERTA SALA DE JUEGO DE BOLOS

	Oferta	Juegos Electrónicos	Billares	Futbolines	Bolos
<b>Veces al año</b>	Total Oferta	371520	170880	0	0

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

#### 1.8.1 Proyección de la Oferta

La proyección de la Oferta, se realizó con la tasa de crecimiento poblacional de 1,63%.

### CUADRO 70 PROYECCIÓN OFERTA TASA DE CRECIMIENTO 1,63%

AÑO	Juegos Electrónicos	Billar	Futbolines	Bolos	Total Oferta Futura
Año 1	371.520	170.880	0	0	<b>542.400</b>
Año 2	377.576	173.665	0	0	<b>551.241</b>
Año 3	383.730	176.496	0	0	<b>560.226</b>
Año 4	389.985	179.373	0	0	<b>569.358</b>
Año 5	396.342	182.297	0	0	<b>578.639</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

#### 1.9 Demanda Insatisfecha

Como se ha mencionado en anteriores oportunidades el servicio que se plantea no existe en la ciudad de Ibarra, por lo que se considera que los ciudadanos no pueden acceder a este tipo de servicio, por lo tanto se crea la necesidad de poder disfrutar de este deporte en un ambiente sano y relajante.

Al no contar con competencia, se obtiene una demanda insatisfecha total para el Juego de los Bolos y futbolines, para el caso de los

Billares y Juegos Electrónicos se realiza la operación matemática resta, para obtener la demanda insatisfecha de este tipo de juegos.

La demanda insatisfecha se la realizó detalladamente por cada servicio que ofrecerá la Sala de Juego de Bolos, con el fin de obtener un cuadro que muestre individualmente las oportunidades de cada una de estas variables, y así poder interpretar de mejor forma los resultados obtenidos.

**CUADRO 71 DEMANDA INSATISFECHA**

		AÑOS				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Demanda futura</b>	Juegos Electrónicos	700.354	713.743	727.395	741.317	755.514
	Billar	1.668.116	1.700.582	1.733.699	1.767.482	1.801.943
	Futbolines	12.872	13.108	13.348	13.593	13.843
	Bolos	61.742	62.952	64.186	65.444	66.729
	<b>TOTAL</b>	<b>2.443.084</b>	<b>2.490.384</b>	<b>2.538.629</b>	<b>2.587.837</b>	<b>2.638.029</b>
<b>Oferta futura</b>	Juegos Electrónicos	371.520	377.576	383.730	389.985	396.342
	Billar	170.880	173.665	176.496	179.373	182.297
	Futbolines	0	0	0	0	0
	Bolos	0	0	0	0	0
	<b>TOTAL</b>	<b>542.400</b>	<b>551.241</b>	<b>560.226</b>	<b>569.358</b>	<b>578.639</b>
<b>Demanda insatisfecha</b>	Juegos Electrónicos	328.834	336.167	343.665	351.332	359.172
	Billar	1.497.236	1.526.917	1.557.203	1.588.109	1.619.646
	Futbolines	12.872	13.108	13.348	13.593	13.843
	Bolos	61.742	62.952	64.186	65.444	66.729
	<b>TOTAL</b>	<b>1.900.684</b>	<b>1.939.143</b>	<b>1.978.403</b>	<b>2.018.479</b>	<b>2.059.390</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

## 1.10 Precio

Para el precio se tomó en cuenta los resultados arrojados en la encuesta con la pregunta 8, ¿cuánto dinero están dispuestos a pagar por cada tipo de servicio que se ofrecerá?, en el caso de la Población Económicamente Activa estarán dispuestos a cancelar un valor de tres dólares (\$3,00), y los turistas nacionales y extranjeros la cantidad de cinco dólares (\$5,00) por lo que se toma en consideración los resultados obtenidos realizando un promedio para cobrar por el servicio de los bolos un valor de cuatro dólares (\$4,00) por línea de juego, para el análisis de juegos electrónicos y futbolines se realizó el mismo análisis.

### 1.10.1 Determinación de precios

**CUADRO 72 DETERMINACIÓN DEL PRECIO**

Servicio	Valor en dólares	Detalle
<b>Bolos</b>	\$3,50 martes miércoles y jueves	Línea de juego
	\$4,00 viernes, sábado y domingo	
<b>Alquiler Zapatos</b>	\$ 0,50	Par de zapatos
<b>Billar</b>	\$ 2,00	Media hora
<b>Juegos Electrónicos</b>	\$ 1,00	Cuatro fichas
<b>Futbolines</b>	\$ 1,00	Cinco bolas

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

Cabe señalar que por el juego de bolos se cobrará cuatro dólares por línea de juego es decir por veinte tiros, adicionalmente un valor de cincuenta centavos por el alquiler de los zapatos de boliche; en el servicio de las mesas de billar dos dólares por media hora de juego, en los juegos electrónicos un dólar por cuatro fichas para máquinas, y en los futbolines de un dólar por 5 bolas.

### 1.10.2 Proyección de Precios

Con el fin de brindar un servicio novedoso y accesible para el mercado objetivo, se decidió no tomar en cuenta la tasa de inflación y se estima proyectar los precios en valores con un aumento de veinte y cinco centavos para los juegos electrónicos, billar y futbolines, y de cincuenta centavos para los bolos; por año a proyectar; además para el alquiler de zapatos se aumentará cada dos años un valor de veinte y cinco centavos; se propone precios cerrados ya que al hacer un incremento con la tasa de inflación se obtendrá valores con decimales; por ser una empresa de servicios se realizó una observación directa en 2 salas de juego de bolos en la ciudad de Quito con el fin de saber el precio que ofertan estas empresas boleras, valores que se aproximan al precio propuesto.

**CUADRO 73 PROYECCIÓN DEL PRECIO**

Servicio		Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
		<b>Bolos</b>	martes miércoles jueves	3,50	4,00	4,50
	viernes sábado domingo	4,00	4,50	5,00	5,50	6,00
<b>Alquiler Zapatos</b>		0,50	0,50	0,75	0,75	1,00
<b>Billar</b>		2,00	2,25	2,50	2,75	3,00
<b>Juegos Electrónicos</b>		1,00	1,25	1,50	1,75	2,00
<b>Futbolines</b>		1,00	1,25	1,50	1,75	2,00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora

### 1.11 Servicio

El servicio que la Sala de Juego de Bolos ofrecerá es muy amplio, y aspira cumplir con las necesidades, gustos y preferencias que tienen los futuros clientes, y brindará un servicio diferente, para disfrutar con su familia y amigos en un ambiente cómodo, relajante y divertido.

La sala de juego de bolos contará con lo siguiente:

- 6 pistas y conteo de puntos computarizado
- Alquiler de zapatos
- Billar
- Futbolines
- Juegos electrónicos
- Bar-cafetería
- Sala De Star

Se lo hace con el fin de crearlo como un atractivo turístico, el cual está dirigido a los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad de Ibarra, y a la población económicamente activa.

## **1.12 Plaza**

Se considera a la plaza como el lugar geográfico donde se ubicará el negocio, en este caso será en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; se lo implantará en un lugar estratégico, que atraiga el turismo y a las personas de la ciudad de Ibarra.

### 1.13 Estrategias de comercialización

Para la comercialización de la Sala de Juego de Bolos se tomará en cuenta la realización de una campaña publicitaria, que tenga como finalidad dar a conocer a las personas de la existencia de esta nueva empresa, con el propósito que asistan a divertirse con sus amigos o familias, para ello se tomará en cuenta la realización de:

- Vallas publicitarias
- Anuncios en la prensa
- Cuñas publicitarias
- Bolo Gigante
- Anuncios publicitarios en la empresa de Imbacable
- Volantes
- Creación de una página de internet

#### GRÁFICO 45 BOLO GIGANTE

---



**Elaborado por:** La Autora

## 1.14 Conclusiones

- En el presente capítulo se pudo determinar que a la población económicamente activa con un 91,10%, y a los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad de Ibarra con un 91,32%, les agradaría que exista este tipo de atractivo turístico.
- No existe una empresa que brinde este tipo de servicio, por esto tenemos como resultado una gran demanda insatisfecha, por lo que se considera que la creación de esta Sala de Juego de Bolos dará buenos resultados económicos, y un sitio para disfrutar y gozar de un momento agradable con su familia y amigos.
- Se determinó que en la ciudad de Ibarra, no existen competidores directos para la Sala de Juego de Bolos, pero si para los billares y juegos electrónicos que ofrecerá el proyecto.
- Las estrategias de comercialización del presente proyecto, son necesarias puesto que es un nuevo servicio y debe darse a conocer, para la afluencia de personas en el mismo, y evitar el desconocimiento de la creación de este lugar lleno de diversión.
- Al implantar este servicio se espera satisfacer las necesidades, gustos, deseos y preferencias del mercado objetivo, por ser un atractivo turístico a la ciudad de Ibarra.

## CAPITULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

En el presente capítulo se determinó algunos aspectos técnicos como la localización del proyecto, el tamaño, la ingeniería e inversiones fijas variables y diferidas, para la realización del mismo.

#### 4.1. Localización de la empresa

La Sala de Juego de Bolos estará ubicada en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, en la Avenida Mariano Acosta y Fray Vacas Galindo, puesto que es un lugar estratégico para poner en marcha este proyecto.

##### 4.1.1. Macrolocalización

La Macrolocalización está compuesta de un espacio geográfico, en el cual se implementará el proyecto, y se debe tomar en cuenta lo siguiente: Región, Provincia, Cantón. La Sala de Juego de Bolos estará ubicada en la región norte del País, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra.

- **Límites:** Limita al norte con la Provincia del Carchi, Noroeste Provincia de Esmeraldas, Al oeste con los Cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la Provincia de Pichincha.
- **Altura:** 2225 metros sobre el nivel del mar;
- **Clima:** Templado Seco;
- **Temperatura Promedio:** 14<sup>o</sup>, 18<sup>o</sup> y 19<sup>o</sup> grados Celsius
- **Población:** 180.000 habitantes aproximadamente

## GRÁFICO 46 MACROLOCALIZACIÓN



**Fuente:** Municipio de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora

### 4.1.2. Microlocalización

Para el análisis de la Microlocalización se tomó como referencia tres opciones, las cuales serán analizadas para, con el fin de obtener la mejor opción de ubicación para la Sala de Juego de Bolos.

#### 4.1.2.1. Opciones de Localización

**Opción A:** Centro Comercial Laguna Moll

**Opción B:** Junto al Terminal Terrestre Ibarra

**Opción C:** Plaza Shopping Center

Para cada opción se consideran las siguientes variables:

- ✓ Sector,
- ✓ Infraestructura
- ✓ Vías de acceso
- ✓ Transporte
- ✓ Mano de obra.

#### 4.1.2.2. Evaluación de las opciones de ubicación

Se detalla a continuación una matriz de valoración para cada una de las variables, con un puntaje de 0 a 10 puntos.

**CUADRO N° 73 EVALUACIÓN DE LAS OPCIONES DE UBICACIÓN**

<b>Variables de Localización</b>	<b>Opción A</b>	<b>Opción B</b>	<b>Opción C</b>
Sector	10	8	9
Infraestructura	9	9	8
Vías de Acceso	10	10	10
Transporte	10	9	10
Mano de Obra	10	9	9
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>45</b>	<b>46</b>

**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo a la valoración la opción con mayor puntaje es la opción A, se toma la decisión de realizar la implantación del presente proyecto en el Centro Comercial Laguna Moll, de acuerdo al siguiente análisis.

**a) Sector**

La ubicación del presente proyecto es en la parroquia San Francisco, barrio urbanizaciones de Mariano Acosta, Avenida Mariano Acosta y Fray Vacas Galindo, dentro del nuevo Centro Comercial Laguna Mall, que tiene una construcción de 40.000 metros cuadrados, cuatro niveles, más de 400 parqueaderos, y con más de 90 locales; lo que nos beneficia para el ingreso de una mayor demanda.

**b) Infraestructura.**

En el sector donde se implementará la Sala de Juego de Bolos que cuenta con los servicios indispensables para la implantación, como lo son las carreteras, suministros de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica.

**c) Vías de acceso**

El lugar donde se implantará el proyecto cuenta con vías de acceso terrestres en buen estado, lo que facilita la llegada de las personas a disfrutar de un ambiente cómodo y confortable en la nueva Sala.

**d) Transporte**

Con respecto al transporte de la Ciudad de Ibarra tenemos buses urbanos que transitan por la Avenida Mariano Acosta, además se cuenta con algunas cooperativas de taxis, y personas que poseen su vehículo propio para trasladarse de un lugar a otro.

**e) Mano de Obra**

Para las instalaciones se tomará en cuenta a Arquitectos para que realicen los planos para la Sala de Juego de Bolos; de igual manera a técnicos para la instalación y mantenimiento de las pistas de bolos, y personal capacitado para la parte administrativa, atención al cliente y seguridad.

**GRÁFICO 47 MICROLOCALIZACIÓN**

UBICACIÓN DE LA SALA DE JUEGO DE BOLOS



**Fuente:** Municipio de Ibarra  
**Elaborado por:** La Autora

## **4.2. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto demuestra las inversiones, costos, capacidad y ganancia para la implementación del mismo, viendo los resultados arrojados tomar la decisión de invertir o no el capital con el que se cuenta.

### **4.2.1. Factores Determinantes**

#### **4.2.1.1. Mercado**

Se ve la necesidad de implementar esta Sala de Juego de Bolos en la Ciudad de Ibarra, como un atractivo turístico y para la ciudadanía ibarreña, es un servicio innovador que no ofrece ninguna empresa de la ciudad, de igual forma para que las personas que gustan de este deporte no tenga que viajar para poder disfrutarlo.

#### **4.2.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros**

La disponibilidad de los recursos financieros, se la realizará en un porcentaje con capital propio, y un porcentaje a través de un préstamo en una Institución Financiera.

Se busca una Entidad del sistema Financiero en la cual se pueda acceder al préstamo a una tasa de interés baja, y una amortización a largo tiempo, dado que el capital que se necesita es alto.

Cabe indicar que el Ministerio de Turismo apoya a los emprendimientos de atractivos turísticos, a través del Banco Nacional del Fomento con una tasa de interés baja, por lo que se presentará este proyecto para poder acceder a este beneficio

#### **4.2.1.3. Disponibilidad de insumos, materiales y necesidades generales.**

Debido al servicio que se va a ofrecer, la Sala de Juego de Bolos deberá comprar equipos con tecnología sofisticada y abastecerse de materiales como zapatos y bolas de juegos, en una cantidad considerable y mantenerlos en buen estado, para mantener una buena imagen de la empresa y clientes satisfechos.

#### **4.2.1.4. Optimización del Tamaño del Proyecto**

De acuerdo al resultado arrojado por las encuestas realizadas en el Capítulo III Estudio de mercado, se llega a la conclusión que a gran parte de la población económicamente activa como a los turistas nacionales y extranjeros, les gustaría aprender a jugar este deporte por lo que se estima se tendrá una gran demanda, la cual ayudará a tener altos ingresos, con el fin de pagar el préstamo y obtener buenas utilidades.

#### **4.2.1.5. Capacidad de la empresa**

Se realiza un análisis consensuado de cada uno de los servicios que ofrecerá la Sala de Juego de bolos, considerando la capacidad que tendrá de acuerdo a los equipos que se va a ofertar, cabe señalar que los días de atención serán de martes a domingo 6 días a la semana, de 10 de la mañana a 10 de la noche de martes a jueves y los fines de semana de 10 de la mañana a 2 de la mañana de acuerdo a las leyes vigentes en el país.

### CUADRO 74 CAPACIDAD BOLOS

Variables	Valores
Nº de pistas	6
Horas al día	8
Personas por cada hora	4
Total capacidad al día	$(6\text{pistas} \times 8\text{horas al día} \times 4\text{ personas}) = 192$
Capacidad semana	$(192\text{ capacidad al día} \times 6\text{ días en la semana}) = 1152$
Capacidad al mes	$(1152\text{ capacidad a la semana} \times 4\text{ semanas al mes}) = 4608$
<b>CAPACIDAD ANUAL</b>	$(4608\text{ capacidad al mes} \times 12\text{ meses del año}) = \mathbf{55296}$

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 75 CAPACIDAD DE JUEGOS ELECTRÓNICOS

Variables	Valores
Nº de máquinas juegos electrónicos	7
Horas al día	8
Personas por cada hora	2
Total capacidad al día	$(7\text{ máquinas} \times 8\text{horas al día} \times 2\text{ personas}) = 112$
Capacidad semana	$(112\text{ capacidad al día} \times 6\text{ días en la semana}) = 672$
Capacidad al mes	$(672\text{ capacidad a la semana} \times 4\text{ semanas al mes}) = 2688$
<b>CAPACIDAD ANUAL</b>	$(2688\text{ capacidad al mes} \times 12\text{ meses del año}) = \mathbf{32256}$

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 76 CAPACIDAD DE BILLARES

Variables	Valores
Nº de mesas de billar	3
Horas al día	8
Personas por cada hora	2
Total capacidad al día	$(3\text{mesas} \times 8\text{horas al día} \times 2\text{personas}) = 48$
Capacidad semana	$(48\text{ capacidad al día} \times 6\text{ días en la semana}) = 288$
Capacidad al mes	$(288\text{ capacidad a la semana} \times 4\text{ semanas al mes}) = 1152$
<b>CAPACIDAD ANUAL</b>	$(1152\text{ capacidad al mes} \times 12\text{ meses del año}) = \mathbf{13824}$

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 77 CAPACIDAD DE FUTBOLINES

Variables	Valores
Nº de mesas futbolines	2
Horas al día	8
Personas por cada hora	1
Total capacidad al día	$(2\text{ mesas} \times 8\text{horas al día} \times 1\text{personas}) = 16$
Capacidad semana	$(16\text{ capacidad al día} \times 6\text{ días en la semana}) = 96$
Capacidad al mes	$(96\text{ capacidad a la semana} \times 4\text{ semanas al mes}) = 384$
<b>CAPACIDAD ANUAL</b>	$(384\text{ capacidad al mes} \times 12\text{ meses del año}) = \mathbf{4608}$

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 78 CAPACIDAD SALA DE BOLOS

Servicios	Capacidad Anual
Bolos	55296
Juegos Electrónicos	32256
Billares	13824
Futbolines	4608
<b>Total Capacidad Anual</b>	<b>105984</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

Con los resultados obtenidos de la tabla anterior se procede a realizar una proyección de la capacidad que tendrá la sala de juego de bolos, con la tasa de crecimiento poblacional de 1,63%.

### CUADRO 79 PROYECCIÓN CAPACIDAD SALA DE BOLOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Capacidad Sala de Bolos	Bolos	martes, miércoles jueves	27648	28099	28557	29022	29495
		viernes, sábado domingo	27648	28098	28556	29022	29495
	Juegos Electrónicos	32256	32782	33316	33859	34411	
	Billar	13824	14049	14278	14511	14748	
	Futbolines	4608	4683	4759	4837	4916	
	<b>TOTAL</b>	<b>105984</b>	<b>107711</b>	<b>109466</b>	<b>111251</b>	<b>113065</b>	

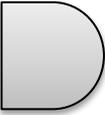
**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.3.1. Descripción de la prestación del Servicio

En el siguiente flujograma de proceso se demostrará como se realizará la prestación del servicio de una Sala de Juego de Bolos de cada uno de sus servicios a ofrecer.

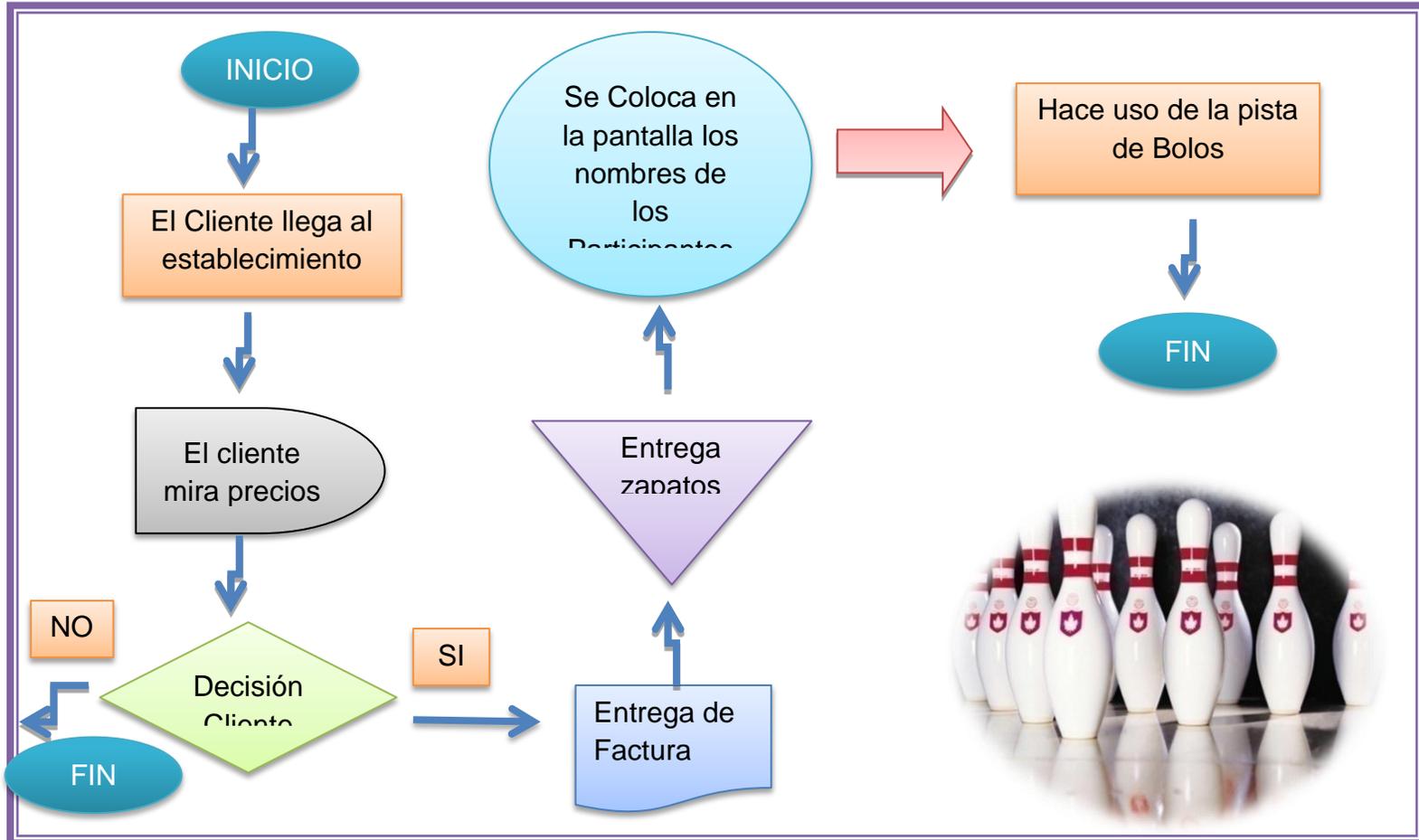
### FLUJOGRAMA 1 SIGNIFICADO DE LOS SÍMBOLOS

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	OPERACIÓN: Rectángulo		MOVIMIENTO/ TRANSPORTE: Flecha Ancha
	PUNTO DE DECISIÓN: Diamante		INSPECCIÓN: Círculo Grande
	DOCUMENTACIÓN: Rectángulo con la parte inferior en forma de onda		ESPERA: Rectángulo Obtuso
	ALMACENAMIENTO: Triángulo		DIRECCIÓN DE FLUJO: Flecha
	LÍMITES: Círculo Alargado		

**Fuente:** Estudio Técnico

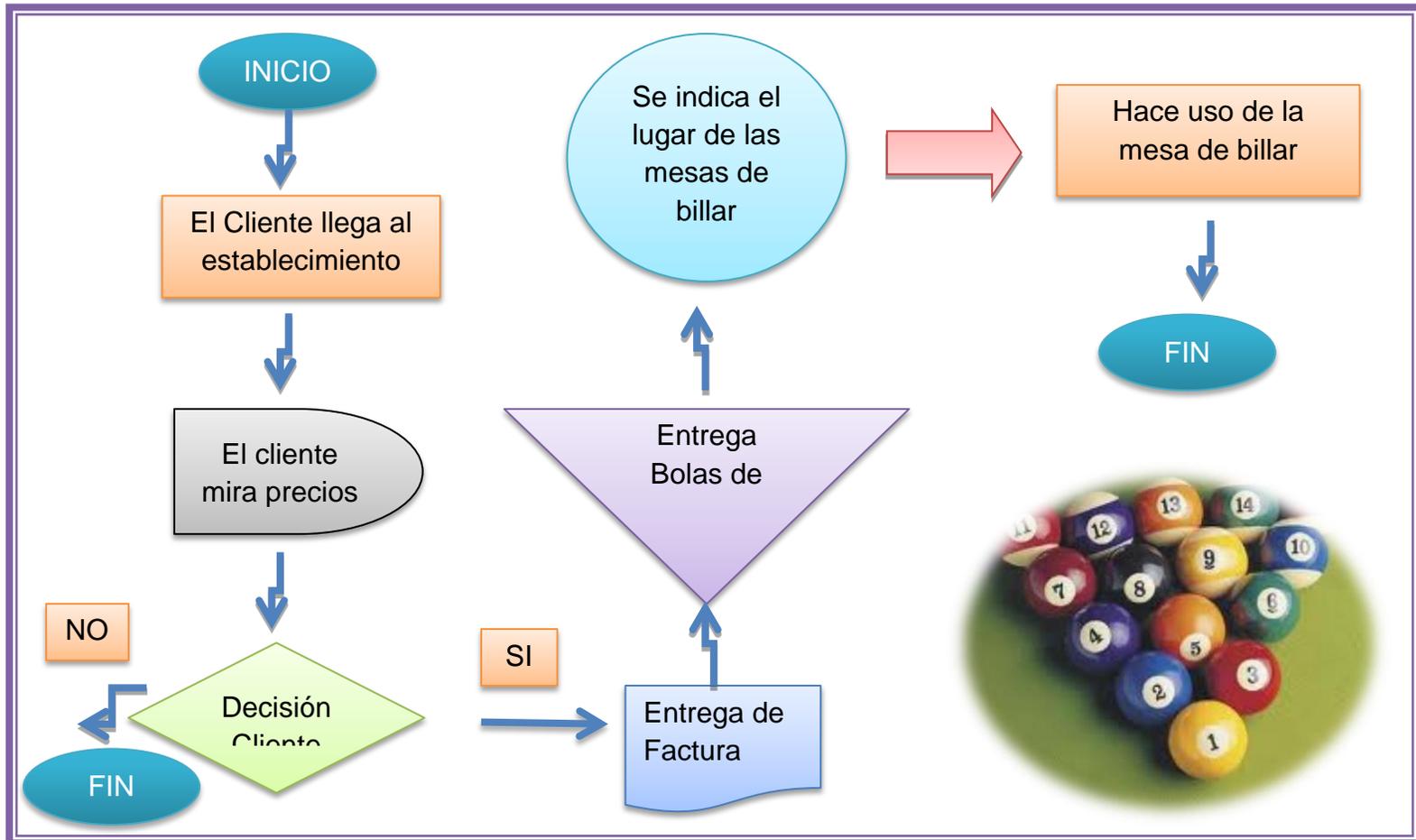
**Elaborado por:** La Autora

## FLUJOGRAMA 2 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO PRINCIPAL BOLOS



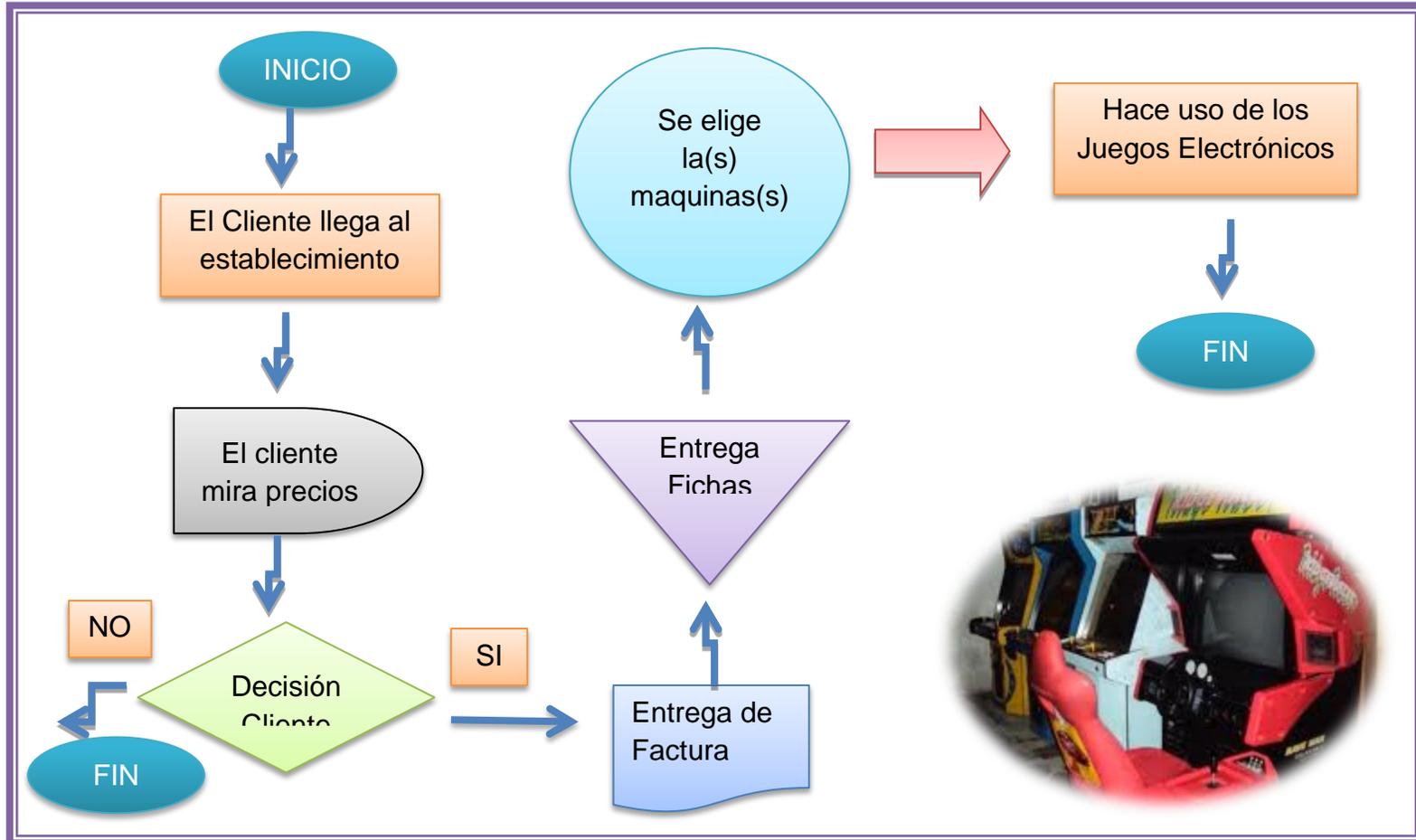
**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

### FLUJOGRAMA 3 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO BÁSICO BILLAR



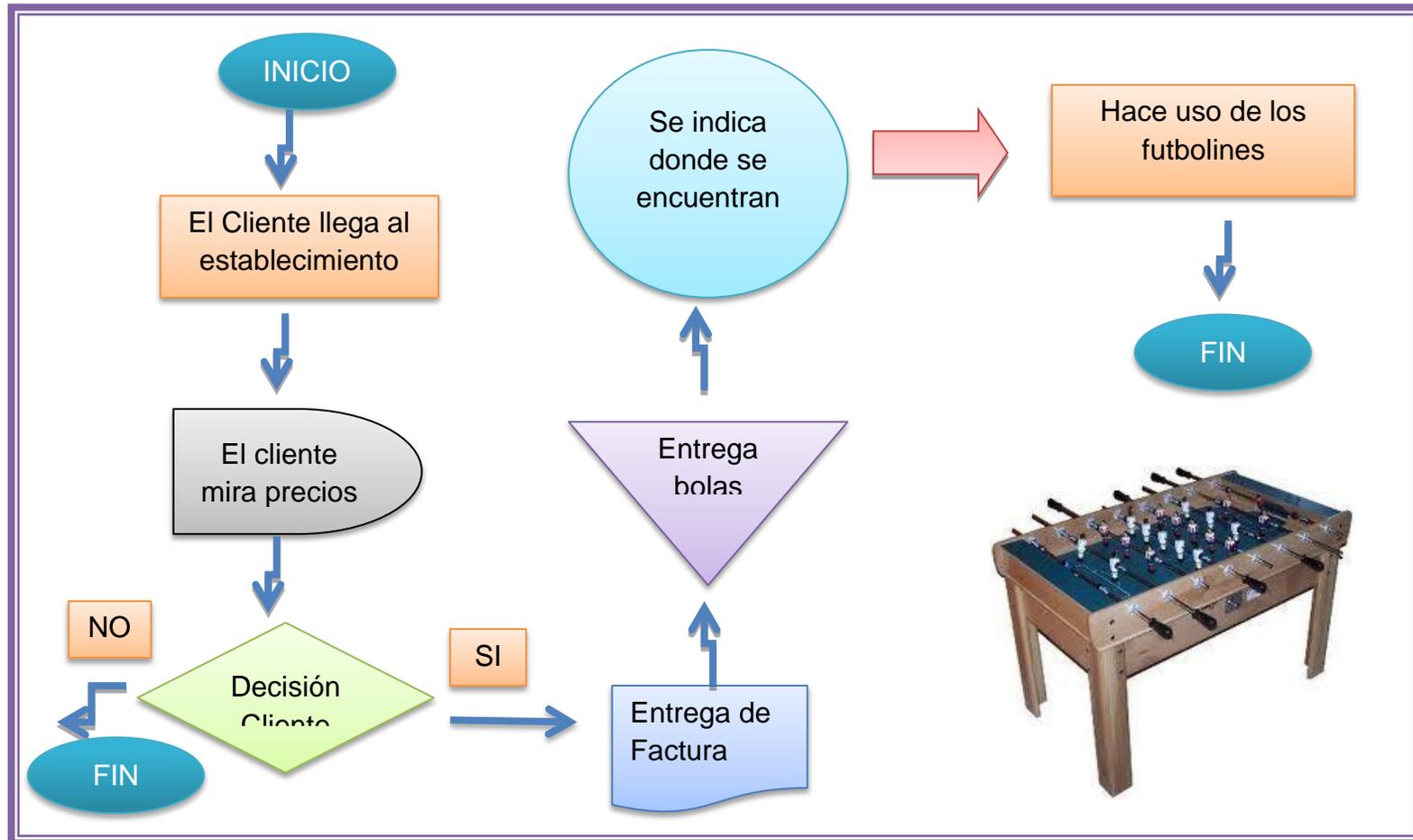
Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La Autora

## FLUJOGRAMA 4 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO BÁSICO JUEGOS ELECTRÓNICOS



**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

## FLUJOGRAMA 5 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO BÁSICO FUTBOLINES



**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La Autora

#### **4.4. Distribución de la planta**

##### **4.4.1. Infraestructura física**

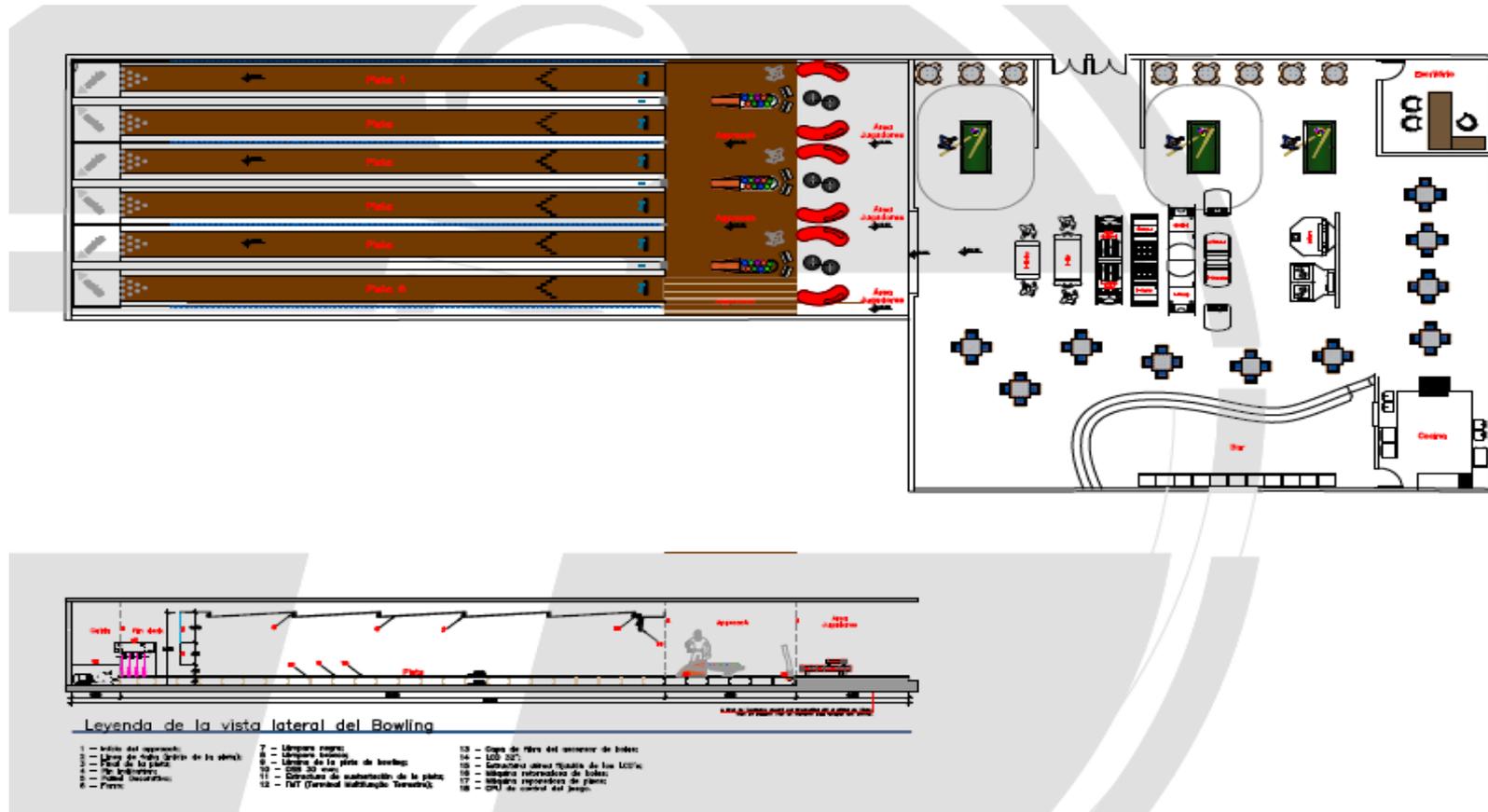
La Sala de Juego de Bolos se instalará en el Centro Comercial Laguna Mall, ubicado en la Av. Mariano Acosta y Av. Fray Vacas Galindo en un espacio de seiscientos metros cuadrados.

##### **4.4.2. Distribución de la Sala de Juego de Bolos**

La sala de juego de bolos se distribuirá de la siguiente manera, indicando las superficies aproximadas de cada zona:

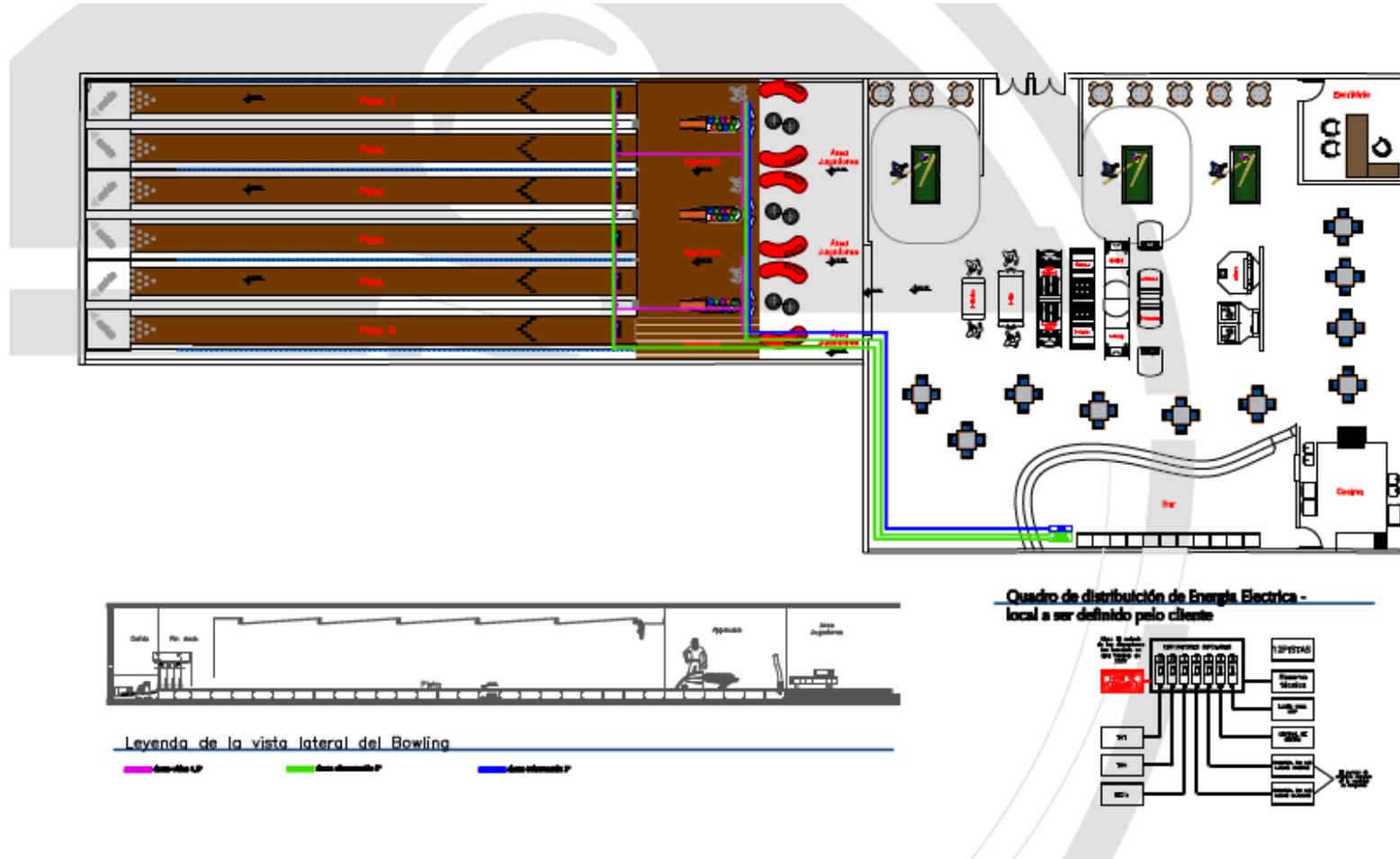
- Pista de bolos 29 metros de longitud y 27metros de anchura, total 392m<sup>2</sup>, incluyendo sillones de bolos y espacio de bolas.
- Tres mesas de Billar 60 m<sup>2</sup>.
- Futbolines y juegos electrónicos60 m<sup>2</sup>.
- Sala de estar 38 m<sup>2</sup>.
- Bar-cafetería 30m<sup>2</sup>.
- Atención al cliente y administración 20 m<sup>2</sup>.

GRÁFICO 48 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La Autora

## GRÁFICO 49 PLANO ELÉCTRICO



Fuente: Estudio Técnico  
 Elaborado por: La Autora

### 4.4.3. Tecnología

La Tecnología que utilizará la Sala de Juego de Bolos será altamente calificada, con estándares de calidad, además se realizará innovación continua con el fin de dar un servicio eficaz.

### 4.4.4. Inversiones

Para la determinación de la inversión fija y variable del presente proyecto, se tomó en cuenta, todos los insumos, que se necesitará para las diferentes etapas del proyecto como lo son el período pre operativo, y operativo del mismo (Ver anexo N° 6 Proformas).

#### 4.4.4.1. Inversión Fija

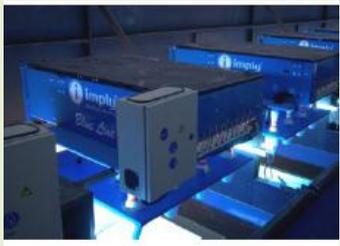
En lo referente a la inversión fija, se necesita los siguientes recursos:

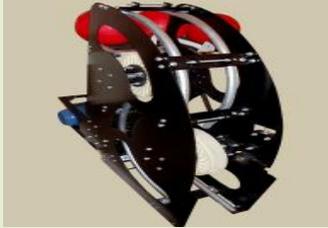
##### ➤ Maquinaria y Equipos

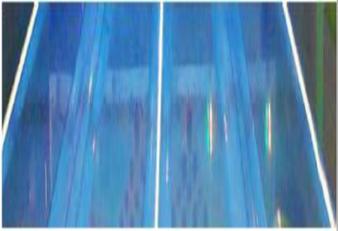
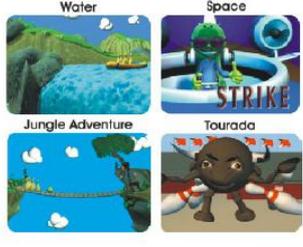
La maquinaria y Equipos que se utilizarán en la Sala de Juego de Bolos se detallan a continuación:

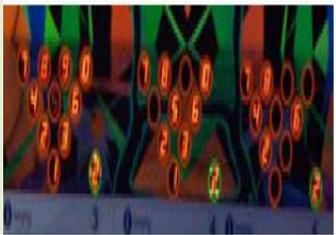
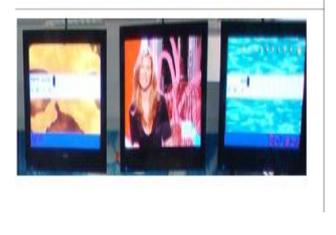
- **Pistas de Bolos:** Se hará la adquisición de 6 pistas de bolos, con un valor de 37.500,00 cada una, a continuación se detalla los equipos que incluyen las pistas de Bolos.

**CUADRO 80 EQUIPOS PARA 6 PISTAS DE BOWLING OFICIAL**

Equipos	Cantidad	Ilustración
<b>Máquinas Automatizadas Reparadoras de Bolos Con sensores inteligentes y CPU Serie Blue Line</b>	6	

<p><b>MAB – Acelerador de Bolas</b></p>	<p>3</p>	
<p><b>MEB – Sistema de Retorno Automático de Bolas</b></p>	<p>3</p>	
<p><b>Capa Decorativa del Ascensor de Bolas con mesa puerta Bolas</b></p>	<p>3</p>	
<p><b>Estructura del Ascensor de Bolas</b></p>	<p>3</p>	
<p><b>Superficies de Pistas Fenólicas Sintéticas con 10.000 Ciclos de Resistencia y Efecto Brigh Bowling</b></p>	<p>6</p>	
<p><b>Conjuntos de Bumpers Neumáticos</b></p>	<p>6</p>	

<p><b>Sistema de Iluminación con LED`s a lo largo de las Pistas</b></p>	<p>3</p>	
<p><b>Central de Operación y Gestión de las pistas (1 Ordenador con Pantalla LCD, impresora, estabilizador y licencia del software de gestión de Antares)</b></p>	<p>1</p>	
<p><b>TMT – Terminales Multifunción Terrestres con exclusiva pantalla LCD Touchscreen 15”</b></p>	<p>3</p>	
<p><b>Licencias del Software de Score Automático con Animaciones 3D y Sistema Multi – idiomas</b></p>	<p>1</p>	
<p><b>Panel Decorativo con Efecto Bright Bowling para 12 pistas</b></p>	<p>1</p>	

<p><b>Paneles Electrónicos Pin Indication con LED's</b></p>	<p>6</p>	
<p><b>Paneles Publicitarios</b></p>	<p>6</p>	
<p><b>TMA – Terminales Aéreos con LCD 32" para Score</b></p>	<p>6</p>	
<p><b>Dispositivo para visualización de imágenes de TV / DVD en los Terminales Aéreos</b></p>	<p>6</p>	
<p><b>Sofás Bowling Lounge para el Área de Jugadores</b></p>	<p>6</p>	
<p><b>Mesas Bowling Lounge para la área de Jugadores</b></p>	<p>6</p>	

<p><b>Bolas de Bowling Oficiales HouseGlow importadas en diferentes pesos y colores</b></p>	<p>30</p>	
<p><b>Pinos Oficiales Glow– DiamondDuramid</b></p>	<p>60</p>	
<p><b>Display Electrónico de led para exhibir reserva de pista</b></p>	<p>1</p>	
<p><b>Zapatos</b></p>	<p>72</p>	
<p><b>Calcetines</b></p>	<p>180</p>	
<p><b>Kit de Manutención con Piezas de Reposición ( Electrónica y Mecánica)</b></p>	<p>1</p>	

<b>Kit de Limpieza de Pista</b>	1	
<b>Kit con Manuales</b>	1	
<b>Línea de Falta Electrónica</b>	12	

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 81 INVERSIÓN FIJA PISTAS DE BOLOS

Descripción	Unidades	Valor Unit.	Valor Real
<b>Pista de Bolos</b>	6	37.500,00	225.000,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora



**Futbolines:** adquisición de 2 futbolines, cada unidad de este juego tiene un valor de 510,00 dólares

### CUADRO 82 INVERSIÓN FIJA FUTBOLINES

Descripción	Unidades	Valor Unit.	Valor Real
<b>Futbolines</b>	2	255,00	510,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

- 
**Juegos Electrónicos:** se hará una inversión total de 3.690,00 dólares.

#### CUADRO 83 INVERSIÓN FIJA JUEGOS ELECTRÓNICOS

Descripción	Und.	Valor Unit.	Valor Real
<b>Maquina de Baile Modelo Modelo XN</b>	1	2.500,00	2.500,00
<b>Máquina Modelo Pinball</b>	1	400,00	400,00
<b>Máquinas Multijuegos</b>	3	130,00	390,00
<b>Máquina Cosmos Multijuegos</b>	2	200,00	400,00
<b>Total Juegos Electrónicos</b>			<b>3.690,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

- 
**Billar:** se comprarán 3 mesas de billar a un valor unitario de 800,00 dólares cada una.

#### CUADRO 84 INVERSIÓN FIJA BILLAR

Descripción	Unidades	Valor Unit.	Valor Real
<b>Billar</b>	3	800,00	2.400,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

- 
**Sala de Star:** 10 juegos de mesas con 4 sillas a un valor unitario de 150,00 dólares.

#### CUADRO 85 INVERSIÓN FIJA SALA DE STAR

Descripción	Unidades	Valor Unit.	Valor Real
<b>Sala de Star</b>	10	150,00	1.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

- ✚ **Bar - Cafetería:** se invertirá un total de 4.251.89 dólares, en menaje - vajilla, electrodomésticos, etc.

#### CUADRO 86 INVERSIÓN FIJA BAR – CAFETERÍA

Cant.	Descripción	Valor unit	Valor Total
1	Refrigerador	2.598,96	2.598,96
1	Cocina	680,00	680,00
1	Microondas	179,28	179,28
1	Licuadaora	82,50	82,50
2	Wafieras	47,50	95,00
1	Juego de Ollas	30,50	30,50
3	Sarten	16,50	49,50
1	Juego de cuchillos	10,75	10,75
4	Docenas platos tendidos grandes	20,40	81,60
4	Docenas de platos medianos	12,00	48,00
4	Docenas de platos pequeños	9,50	38,00
2	Docenas de cucharas pequeñas	2,50	5,00
2	Docenas de cucharas grandes	2,75	5,50
2	Docenas de tenedores	3,25	6,50
2	Docenas de cuchillos de mesa	6,90	13,80
100	Vasos normales	0,55	55,00
100	Copas	0,85	85,00
50	Vasos largos de unos 25 cm	0,75	37,50
3	Tabla de picar	16,00	48,00
2	Rallador de queso	2,75	5,50
2	Rallador de cebolla	2,00	4,00
100	Pocillos para guacamole	0,75	75,00
10	Frascos para salsa de tomate	0,85	8,50
10	Frascos mayonesa	0,85	8,50
<b>TOTAL BAR - CAFETERÍA</b>			<b>4.251,89</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 87 INVERSIÓN FIJA MAQUINARIA Y EQUIPO

Descripción	Valor Real
Pista de Bolos	225.000,00
Futbolines	510,00
Juegos Electrónicos	3.690,00
Mesas de Billar	2.400,00
Sala de Star	1.500,00
Bar-Cafetería	4.251,89
<b>Total Inversión Fija Maquinaria y Equipo</b>	<b>237.351,89</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 88 INVERSIÓN FIJA EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Descripción	Unidades	Valor Unitario	Valor Real
Computador	1	800,00	800,00
Impresora	1	150,00	150,00
<b>TOTAL</b>			<b>950,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 89 INVERSIÓN FIJA MUEBLES Y ENCERES

Descripción	Unidades	Valor Unit.	Valor Total
Escritorio	1	830,36	830,36
Silla Giratoria	3	176,79	530,37
Sillas	5	31,25	156,25
Archivador	1	191,96	191,96
<b>TOTAL</b>			<b>1708,94</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 90 INVERSIÓN FIJA EQUIPO DE OFICINA

Descripción	Unidades	Valor Unit.	Valor Real
Teléfono	1	50,00	50,00
Máquina Registradoras	1	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>350,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 91 INVERSIÓN FIJA EQUIPO DE SEGURIDAD

Descripción	Unidades	Valor Unit.	Valor Total
Extintores	4	23,00	92,00
Detectores de Humo	4	12,50	50,00
Señalización	12	2,25	27,00
Luces de Emergencia	2	20,00	40,00
Alarma de Seguridad	1	135,00	135,00
<b>TOTAL</b>			<b>344,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 92 TOTAL INVERSIÓN FIJA

Descripción	Valor real
Maquinaria y equipo	237.351,89
Equipo de Computación	950,00
Muebles y Enceres	1708,94
Equipo de Oficina	350,00
Equipo de Seguridad	344,00
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>240.704,83</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.4.4.2. Inversión Variable o capital de trabajo

Es la unión de los recursos formados por los activos corrientes, utilizados hasta que le proyecto alcance su independencia operativa.

El capital de trabajo que se utilizará para el presente proyecto es de un mes; se toma en cuenta los gastos administrativos, gastos de venta e imprevistos.

##### ➤ Local

Estará ubicado en la Av. Mariano Acosta y Av. Fray Vacas Galindo, en el Centro Comercial Laguna Mall, en un espacio de 600 metros cuadrados, el cual tiene una concesión de 10 años, garantía de 24.000,00 dólares y canon de arrendamiento mensual de 6.000,00 dólares americanos por un tiempo de 6 años, en donde se renovará el contrato en relación del valor del arriendo, además hay que realizar pagos de mantenimiento del Centro Comercial por un total anual de 1200,00.

**CUADRO 93 GASTO LOCAL**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Real</b>
Garantía	24.000,00
Arriendo	6.000,00
Mantenimiento	1.200,00
<b>Total Inversión Fija Local</b>	<b>31.200,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 94 GASTOS SUELDOS

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo Mensual</b>
Gerente	850
Contador	800
Técnico 1	500
Técnico 2	500
Recepcionista 1	340
Recepcionista 2	340
Cocinero 1	400
Ayudante de cocina	340
Guardia 1	400
Guardia 2	400
Limpieza	340
<b>Mensual</b>	<b>5.210,00</b>
<b>Descripción</b>	
Salario Básico Unificado Mensual	5.210,00
Vacaciones	217,08
Décimo Tercer Sueldo	434,17
Décimo Cuarto Sueldo	226,67
Aporte Patronal	580,92
Fondos de Reserva	-
<b>Total Beneficios de Ley</b>	<b>6.668,83</b>
<b>Total Gasto Sueldos</b>	<b>11.878,83</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 95 MATERIALES DE OFICINA

Detalle	Cant.	Valor unitario	Valor Total
Resma de Papel Bond	2	3,85	7,70
Grapadora	1	3,85	3,85
Perforadora	1	5,50	5,50
Tinta Impresora	1	4,45	4,45
Lápices	2	0,90	1,80
Esferos	5	0,25	1,25
Corrector	1	0,95	0,95
Carpetas de cartón	12	0,20	2,40
Caja de Clips	1	0,40	0,40
Caja de Grapas	1	0,95	0,95
Cuaderno	2	0,90	1,80
<b>TOTAL</b>			<b>31,05</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 96 MATERIALES DE ASEO

Detalle	Cant.	Precio Unit.	Valor Total
Escobas	5	1,36	6,80
Trapeador	10	1,41	14,10
Desinfectante Galón	1	5,15	5,15
Recogedor	2	4,87	9,74
Villeda	10	2,26	22,60
Lavaplatos	1	2,21	2,21
Cloro Galón	1	3,94	3,94
Basureros	10	10,00	100,00
<b>TOTAL</b>			<b>164,54</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 97 SERVICIOS BÁSICOS

Detalle	Valor Mensual
Energía Eléctrica	250,00
Agua Potable	70,00
Teléfono	100,00
Internet	50,00
<b>Total servicios básicos</b>	<b>470,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 98 GASTO PUBLICIDAD

Detalle	Valor Mensual
Alquiler Vallas Publicitarias	200,00
Anuncios en la Prensa	10,00
Cuñas Publicitarias	60,00
Anuncios Publicitarios en IMBACABLE	100,00
Hojas Volantes	42,00
Creación de la Página de Internet	500,00
Compra de Bolo Gigante	2.400,00
<b>Total Gasto Publicidad</b>	<b>3.312,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 99 BEBIDAS BAR – CAFETERÍA

Detalle	Unidades	Costo Unitario	Costo Anual
<b>Bebidas</b>			
Gaseosas	250	0,40	100,00
Agua	334	0,37	123,58
Té Helado	167	0,71	118,57
Jugos	42	0,50	21,00
Cervezas	417	0,82	341,94
Energizantes	8	0,93	7,44
Bebidas Hidratantes	8	0,93	7,44
<b>TOTAL</b>			<b>719,97</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 100 ALIMENTOS BAR – CAFETERÍA

Detalle	Unidades	Cantidades	C.Unit.	C.Mensual
<b>Alimentos</b>				
Nachos	Fundas	34	3,00	102,00
Queso	Kilo	34	3,60	122,40
Jamón	Kilo	25	5,00	125,00
Carne Molida	kilo	17	4,00	68,00
Aguacates	Unidades	3	0,30	0,90
Pan	Unidades	30	1,38	41,40
Papas	Costal	1	10,00	10,00
Aceite	Litros	8	2,45	19,60
Salchichas	Kilo	25	4,41	110,25
Mayonesa	Litros	5	4,85	24,25
Salsa de tomate	Litros	5	2,90	14,50
Servilletas	Unidades	4	1,71	6,84
Café	Libras	8	3,98	31,84
Azúcar	Libras	3	4,68	14,04
Sal	Libras	5	0,55	2,75
<b>TOTAL</b>				<b>693,77</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 101 CAPITAL DE TRABAJO

Detalle	Valor Mensual	Total
<b>Gastos administrativos</b>		
Local	31.200,00	
Sueldos y beneficios de Ley	11.878,83	
Materiales de Oficina	31,05	
Materiales de Aseo	164,54	
Servicios Básicos	470	
<b>Sub Total G. A.</b>		<b>43.744,42</b>
<b>Gastos de venta</b>		
Publicidad	3.312,00	
Bebidas Bar – Cafetería	719,97	
Alimentos Bar – Cafetería	693,77	
<b>Sub Total G.V.</b>		<b>4.725,74</b>
<b>Gastos Financieros</b>		
Gasto Interés	2.600,00	
<b>Sub Total G.F.</b>		<b>2.600,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>51.070,16</b>
Imprevistos 2%		1021,40
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>52.091,56</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.4.4.3. Inversión Diferida

Son las inversiones que se necesitan para la conformación de la Sala de Juego de Bolos inicialmente de igual manera los que demanden los estudios y la elaboración del presente proyecto.

### CUADRO 102 INVERSIÓN DIFERIDA

Detalle	Valor total
<b>Gastos de constitución</b>	2000,00
Diseño de Planos	500,00
Imprevistos	1000,00
<b>TOTAL</b>	<b>3500,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.4.5. Resumen Inversiones Requeridas

A continuación se presenta un resumen de las inversiones que se requieren para la implementación del presente proyecto.

**CUADRO 103 RESUMEN INVERSIONES**

<b>Inversiones</b>	<b>Costo</b>
Inversión Fija	240.704,83
Capital de Trabajo	52.091,56
Inversión Diferida	3500
<b>TOTAL</b>	<b>296.296,39</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.4.6. Estructura del Financiamiento

En relación al financiamiento de la Sala de Juego de Bolos se contará un 30% con capital propio y el 70% con un préstamo realizado a una Institución Financiera, con una tasa de interés del 12% anual a un plazo de 5 años; se detalla en el cuadro siguiente la estructura del financiamiento.

**CUADRO 104 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Capital propio</b>	88.888,92	30,00%
<b>Financiamiento</b>	207.407,47	70,00%
<b>TOTAL</b>	<b>296.296,39</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

La finalidad de este capítulo es determinar en forma monetaria la rentabilidad del presente proyecto, además los ingresos, egresos; de igual manera observar a través de los resultados de los estados financieros proyectados, como irá la marcha de la Sala de Juego de Bolos; al realizar los indicadores de Evaluación Financiera, se podrá notar si es factible o no la puesta en marcha de este proyecto y así tomar la decisión de invertir o no.

#### 5.1 Determinación de Ingresos

Para la determinación de Ingresos de la Sala de Juego de Bolos, se toma en cuenta el volumen de posibles ventas de acuerdo a la capacidad de la empresa valores obtenidos del capítulo IV Estudio Técnico en el punto 4.2.1.5 capacidad de la empresa.

**CUADRO 105 PROYECCIÓN CAPACIDAD SALA DE BOLOS**

			<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Capacidad Sala de Bolos	Bolos	martes, miércoles jueves	27648	28099	28557	29022	29495
		viernes, sábado domingo	27648	28098	28556	29022	29495
	Juegos Electrónicos		32256	32782	33316	33859	34411
	Billar		13824	14049	14278	14511	14748
	Futbolines		4608	4683	4759	4837	4916
	<b>TOTAL</b>		<b>105984</b>	<b>107711</b>	<b>109466</b>	<b>111251</b>	<b>113065</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

En el capítulo III, se puede observar el cuadro de la demanda insatisfecha, con el cuadro anterior se determina que la capacidad que tendrá la Sala de Juego de Bolos cubrirá en gran parte dicha demanda.

El precio que se cobrará por el servicio que se va a prestar (Proyección de precios cuadro N° 64), valores obtenidos del Estudio del mercado, para una mejor comprensión se expone a continuación:

**CUADRO 106 PROYECCIÓN DEL PRECIO**

Servicio		Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
		Bolos	martes miércoles jueves	3,50	4,00	4,50
	viernes sábado domingo	4,00	4,50	5,00	5,50	6,00
Alquiler Zapatos		0,50	0,50	0,75	0,75	1,00
Billar		2,00	2,25	2,50	2,75	3,00
Juegos Electrónicos		1,00	1,25	1,50	1,75	2,00
Futbolines		1,00	1,25	1,50	1,75	2,00

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

Los ingresos para la Sala de Juego de Bolos, se detallan a continuación para cada uno de los servicios ofertados:

**CUADRO 107 INGRESOS BOLOS**

Años	Número de Personas		Precio Bolos		Alquiler Zapatos	Total Ingresos
	martes, miércoles jueves	viernes, sábado domingo	martes, miércoles jueves	viernes, sábado domingo		
<b>Año 1</b>	19354	19354	3,5	4	0,5	164.505,60
<b>Año 2</b>	19669	19669	4	4,5	0,5	186.853,28
<b>Año 3</b>	19990	19989	4,5	5	0,75	219.884,88
<b>Año 4</b>	20315	20315	5	5,5	0,75	243.784,80
<b>Año 5</b>	20647	20647	5,5	6	1	278.727,75

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO 108 INGRESOS JUEGOS ELECTRÓNICOS**

Años	Número de Personas	Precio Juegos Electrónicos	Total Ingresos
<b>Año 1</b>	32256	1,00	32.256,00
<b>Año 2</b>	32782	1,25	40.977,22
<b>Año 3</b>	33316	1,50	49.974,17
<b>Año 4</b>	33859	1,75	59.253,54
<b>Año 5</b>	34411	2,00	68.822,15

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO 109 INGRESOS BILLARES**

Años	Número de Personas	Precio Billares	Total Ingresos
<b>Año 1</b>	13824	2,00	27.648,00
<b>Año 2</b>	14049	2,25	31.611,00
<b>Año 3</b>	14278	2,50	35.695,84
<b>Año 4</b>	14511	2,75	39.905,45
<b>Año 5</b>	14748	3,00	44.242,81

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 110 INGRESOS FUTBOLINES

Años	Nº de Personas	Precio Futbolines	Total Ingresos
Año 1	4608	1,00	4.608,00
Año 2	4683	1,25	5.853,89
Año 3	4759	1,50	7.139,17
Año 4	4837	1,75	8.464,79
Año 5	4916	2,00	9.831,74

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Uno de los servicios que ofrecerá la Sala de Juego de Bolos es el de Bar – Cafetería, para determinar el número de bebidas y alimentos que se ofrecerá se tomó en cuenta la capacidad anual de personas que ingresaran a la Sala de Juego de Bolos, tomando un 20% de este valor como referencia para la compra las bebidas y alimentos que se ofertarán. Para el cálculo de los ingresos de las bebidas que ofrecerá en el Bar cafetería, se cobrará un dólar por gaseosas, agua, té helado y jugos; y dos dólares por cervezas, energizantes y bebidas hidratantes. Para los precios de los alimentos se realizó una observación directa de los valores de estos productos, que brindan en diferentes lugares de la ciudad que ofertan este tipo de servicio.

### CUADRO 111 INGRESOS BEBIDAS CAFETERÍA

Detalle	Unidades	P.V.P.	P.V.P. Anual
<b>Bebidas</b>			
Gaseosas	3000	1,00	3000,00
Agua	4000	1,00	4000,00
Té Helado	2000	1,00	2000,00
Jugos	500	1,00	500,00
Cervezas	5000	2,00	10000,00
Energizantes	100	2,00	200,00
Bebidas Hidratantes	100	2,00	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>19900,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 112 INGRESOS ALIMENTOS CAFETERÍA

Detalle	Cant.	P.V.P.	P.V.P. anual
<b>Alimentos</b>			
Nachos con queso y guacamole	800	4,00	3.200,00
Nachos/carne queso y guacamole	800	5,00	4.000,00
Sanduches de jamón	250	1,50	375,00
Sanduches de queso	250	1,25	312,50
Saduche Queso y jamón	500	1,75	875,00
Café Negro	2400	0,50	1.200,00
Salchipapas	200	1,50	300,00
Papi Carne	200	1,75	350,00
<b>TOTAL</b>			<b>10.612,50</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Con respecto a la proyección de los ingresos que se obtendrá por el servicio de bar cafetería, se lo calcula con la inflación de 2,70%, del año 2013.

### CUADRO 113 TOTAL INGRESOS CAFETERÍA

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bebidas	19.900,00	20.437,30	20.989,11	21.555,81	22.137,82
Alimentos	10.612,50	9.666,64	9.927,64	10.195,68	10.470,97
<b>TOTAL</b>	<b>29.312,50</b>	<b>30.103,94</b>	<b>30.916,74</b>	<b>31.751,50</b>	<b>32.608,79</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

A continuación podemos observar una consolidación de los ingresos que tendrá la Sala de Juego de Bolos de todos los servicios que prestará y el total de ingresos por cada uno de los 5 años proyectados.

**Cuadro 114 INGRESOS CONSOLIDADOS**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolos	164.505,60	186.853,28	219.884,88	243.784,80	278.727,75
Juegos Electrónicos	32.256,00	40.977,22	49.974,17	59.253,54	68.822,15
Billares	27.648,00	31.611,00	35.695,84	39.905,45	44.242,81
Futbolines	4.608,00	5.853,89	7.139,17	8.464,79	9.831,74
Cafetería	29.312,50	30.103,94	30.916,74	31.751,50	32.608,79
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>258.330,10</b>	<b>295.399,33</b>	<b>343.610,80</b>	<b>383.160,08</b>	<b>434.233,24</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO 50 INGRESOS CONSOLIDADOS**



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## 5.2 Determinación de Egresos

### 5.2.1 Gastos Administrativos

Para que el proyecto de buenos resultados se contratara personal que ayude al mejor funcionamiento de la Sala de Juego de Bolos, personas capacitadas para cada una de los puestos de trabajo que se requiere contratar, con un perfil de buena presencia y sobre todo que tengan capacitación para la atención al cliente.

Se tomó en cuenta para los gastos administrativos lo siguiente:

- Ⓢ El arriendo del local, la garantía, su mantenimiento, del reglamento de propiedad horizontal, especifica que será una concesión de 10 años.
- Ⓢ Servicios básicos
- Ⓢ Sueldos
- Ⓢ Materiales de oficina y de aseo.

Para hacer la proyección a cinco años en el caso de los sueldos por cada año se toma en cuenta un incremento del 10% anual (Ver Anexo 7), y para los servicios básicos, materiales de oficina y de aseo con un incremento por inflación de 2,70%, correspondiente al año 2013.

**CUADRO 115 GASTOS SUELDOS**

<b>Cargo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Gerente</b>	850,00	935,00	1.028,50	1.131,35	1.244,49
<b>Contador</b>	800,00	880,00	968,00	1.064,80	1.171,28
<b>Técnico 1</b>	500,00	550,00	605,00	665,50	732,05
<b>Técnico 2</b>	500,00	550,00	605,00	665,50	732,05
<b>Recepcionista 1</b>	340,00	374,00	411,40	452,54	497,79
<b>Recepcionista 2</b>	340,00	374,00	411,40	452,54	497,79
<b>Cocinero 1</b>	400,00	440,00	484,00	532,40	585,64
<b>Ayudante de cocina</b>	340,00	374,00	411,40	452,54	497,79
<b>Guardia 1</b>	400,00	440,00	484,00	532,40	585,64
<b>Guardia 2</b>	400,00	440,00	484,00	532,40	585,64
<b>Limpieza</b>	340,00	374,00	411,40	452,54	479,79
<b>Mensual</b>	<b>5.210,00</b>	<b>5.731,00</b>	<b>6.304,10</b>	<b>6.934,51</b>	<b>7.609,96</b>
<b>Anual</b>	<b>62.520,00</b>	<b>68.772,00</b>	<b>75.649,20</b>	<b>83.214,12</b>	<b>91.319,48</b>

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Salario Básico Unificado</b>	62.520,00	68.772,00	75.649,20	83.214,12	91.319,48
<b>Vacaciones</b>	2.605,00	2.865,50	3.152,05	3.467,26	3.804,98
<b>Décimo Tercer Sueldo</b>	5.210,00	5.731,00	6.304,10	6.934,51	7.609,96
<b>Décimo Cuarto Sueldo</b>	2.720,00	2.992,00	3.291,20	3.620,32	3.982,35
<b>Aporte Patronal</b>	6.970,98	7.668,08	8.434,89	9.278,37	10.182,12
<b>Fondos de Reserva</b>	-	5.728,71	6.301,58	6.931,74	7.606,91
<b>Total</b>	<b>80.025,98</b>	<b>93.757,29</b>	<b>103.133,01</b>	<b>113.446,32</b>	<b>124.505,81</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO 116 SERVICIOS BÁSICOS

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Energía Eléctrica</b>					
<b>Valor Mensual</b>	250,00	256,75	263,68	270,80	278,11
<b>Valor Anual</b>	3.000,00	3.081,00	3.164,19	3.249,62	3.337,36
<b>Agua Potable</b>					
<b>Valor Mensual</b>	70,00	71,89	73,83	75,82	77,87
<b>Valor Anual</b>	840,00	862,68	885,97	909,89	934,46
<b>Teléfono</b>					
<b>Valor Mensual</b>	100,00	102,70	105,47	108,32	111,25
<b>Valor Anual</b>	1.200,00	1.232,40	1.265,67	1.299,85	1.334,94
<b>Internet</b>					
<b>Valor Mensual</b>	50,00	51,35	52,74	54,16	55,62
<b>Valor Anual</b>	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47
<b>TOTAL</b>	<b>5.640,00</b>	<b>5.792,28</b>	<b>5.948,67</b>	<b>6.109,29</b>	<b>6.274,24</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 117 MATERIALES DE OFICINA

Detalle	Cant.	Valor unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Resma Papel Bond</b>	2	3,85	7,70	7,91	8,12	8,34	8,57
<b>Grapadora</b>	1	3,85	3,85				
<b>Perforadora</b>	1	5,50	5,50				
<b>Tinta Impresora</b>	1	4,45	4,45	4,57	4,69	4,82	4,95
<b>Lápices</b>	2	0,90	1,80	1,85	1,90	1,95	2,00
<b>Esferos</b>	5	0,25	1,25	1,28	1,32	1,35	1,39
<b>Corrector</b>	1	0,95	0,95	0,98	1,00	1,03	1,06
<b>Carpetas / cartón</b>	12	0,20	2,40	2,46	2,53	2,60	2,67
<b>Caja de Clips</b>	1	0,40	0,40	0,41	0,42	0,43	0,44
<b>Caja de Grapas</b>	1	0,95	0,95	0,98	1,00	1,03	1,06
<b>Cuaderno</b>	2	0,90	1,80	1,85	1,90	1,95	2,00
<b>TOTAL</b>			<b>31,05</b>	<b>22,29</b>	<b>22,89</b>	<b>23,51</b>	<b>24,14</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO 118 MATERIALES DE ASEO**

Detalle	Cant.	Valor unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escobas	5	1,36	6,80	15,62	16,27	16,95	17,66
Trapeador	10	1,41	14,10	41,66	43,40	45,20	47,08
Desinfectante Galón	24	5,15	123,60	174,99	182,27	189,85	197,75
Recogedor	2	4,87	9,74	10,42	10,84	11,30	11,77
Villeda	120	2,26	271,20	124,99	130,19	135,61	141,25
Lavaplatos	24	2,21	53,04	50,00	52,08	54,24	56,50
Cloro Galón	24	3,94	94,56	99,99	104,15	108,49	113,00
Basureros	20	10,00	200,00				
<b>TOTAL</b>			<b>773,04</b>	<b>517,67</b>	<b>539,20</b>	<b>561,64</b>	<b>585,01</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO 119 MATERIALES DE ASEO**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Garantía</b>					
	<b>24000,00</b>				
<b>Arriendo</b>					
Valor Mensual	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00
Valor Anual	72000,00	72000,00	72000,00	72000,00	72000,00
<b>Mantenimiento</b>					
Valor Anual	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
<b>TOTAL</b>	<b>97200,00</b>	<b>73200,00</b>	<b>73200,00</b>	<b>73200,00</b>	<b>73200,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

A continuación se realiza una consolidación de la proyección de gastos administrativos:

### CUADRO 120 PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Garantía</b>	24000,00				
<b>Arriendo</b>	72000,00	72000,00	72000,00	72000,00	72000,00
<b>Mantenimiento</b>	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
<b>Materiales de Aseo</b>	773,04	517,67	539,20	561,64	585,01
<b>Materiales de Oficina</b>	31,05	22,29	22,89	23,51	24,14
<b>Servicios Básicos</b>	5640,00	5792,28	5948,67	6109,29	6274,24
<b>Sueldos</b>	80025,98	93757,29	103133,01	113446,32	124505,81
<b>TOTAL</b>	<b>183670,07</b>	<b>173289,52</b>	<b>182843,77</b>	<b>193340,75</b>	<b>204589,19</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## 5.2.2 Gastos de Ventas

### 5.2.2.1 Gastos de Publicidad

Se realizará una gran campaña publicitaria con el fin de que la población económicamente activa y los turistas nacionales y extranjeros que son nuestro mercado objetivo, conozcan este nuevo servicio.

### CUADRO 121 GASTOS DE VENTA

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Alquiler Vallas Publicitarias</b>					
<b>Cantidad de Vallas</b>	12	6	4	2	1
<b>Valor Unitario</b>	200	208,32	216,99	226,01	235,41
<b>Valor Anual</b>	2400,00	1249,92	867,96	452,02	235,41
<b>Anuncios en la Prensa</b>					
<b>Cantidad / Anuncios</b>	48	48	24	24	12
<b>Valor Unitario</b>	10,00	10,42	10,85	11,30	11,77
<b>Valor Anual</b>	480,00	500,16	260,40	271,20	141,24
<b>Cuñas Publicitarias</b>					
<b>Cantidad de Cuñas</b>	120	120	60	60	30

<b>Valor Unitario</b>	6,00	6,25	6,51	6,78	7,06
<b>Valor Anual</b>	720,00	750,00	390,60	406,80	211,80
<b>Anuncios Publicitarios en IMBACABLE</b>					
<b>Cantidad de Anuncios</b>	12	6	4	2	1
<b>Valor Unitario</b>	100,00	104,16	108,49	113,01	117,71
<b>Valor Anual</b>	1200,00	624,96	433,96	226,02	117,71
<b>Hojas Volantes</b>					
<b>Cantidad Volantes</b>	10000	5000	2500	2000	1000
<b>Valor Unitario</b>	0,05	0,052	0,054	0,056	0,058
<b>Valor Anual</b>	500,00	260,00	135,00	112,00	58,00
<b>Creación de una Página en Internet</b>					
<b>Cantidad</b>	1,00				
<b>Valor</b>	500,00				
<b>Valor Total</b>	500,00				
<b>Compra de Bolo Gigante</b>					
<b>Cantidad de Bolo</b>	1				
<b>Precio Unitario</b>	2400,00				
<b>Total</b>	2400,00				
<b>TOTAL</b>	<b>8200,00</b>	<b>3385,04</b>	<b>2087,92</b>	<b>1468,04</b>	<b>764,16</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.2.2.2 Egresos Bar cafetería

Se considera los costos que se incurrirá en la compra de alimentos y bebidas para el funcionamiento del Bar Cafetería, para calcular cada uno de los productos alimenticios se razonó la capacidad que tendrá la sala de juego de bolos en el año, con el fin de obtener las cantidades necesarias, referente a los costos de los productos se puede observar en el anexo 6 donde se encuentra la proforma de precios otorgada por la Corporación Favorita C.A.

### CUADRO 122 EGRESOS BEBIDAS

Detalle	Unidades	Costo Unitario	Costo Anual
<b>Bebidas</b>			
Gaseosas	3000	0,40	1200,00
Agua	4000	0,25	1000,00
Té Helado	2000	0,60	1200,00
Jugos	500	0,50	250,00
Cervezas	5000	0,80	4000,00
Energizantes	100	0,90	90,00
Bebidas Hidratantes	100	0,90	90,00
<b>TOTAL</b>			<b>7830,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO 123 EGRESOS ALIMENTOS

Detalle	Unidades	Cant.	Costo Unitario	Costo Anual
<b>Alimentos</b>				
Nachos	Fundas	400	3,00	1200,00
Queso	Kilo	400	3,50	1400,00
Jamón	Kilo	300	4,00	1200,00
Carne Molida	kilo	200	4,00	800,00
Aguacates	Unidades	36	2,00	72,00
Pan	Unidades	1000	0,15	150,00
Papas	Costal	12	10,00	120,00
Aceite	Litros	100	3,00	300,00
Salchichas	Kilo	300	2,00	600,00
Mayonesa	Litros	60	4,85	291,00
Salsa de tomate	Litros	60	2,90	174,00
Servilletas	Unidades	48	1,71	82,08
Café	Libras	12	3,98	47,76
Azúcar	Libras	36	4,68	168,48
Sal	Libras	60	0,55	33,00
<b>TOTAL</b>				<b>6638,32</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro 124 TOTAL EGRESOS BAR CAFETERÍA**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Bebidas</b>	7830,00	8155,73	8495,01	8848,40	9216,49
<b>Alimentos</b>	5830,00	6072,528	6325,1452	6588,271	6862,343
<b>TOTAL</b>	<b>13660,00</b>	<b>14228,26</b>	<b>14820,16</b>	<b>15436,67</b>	<b>16078,83</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**CUADRO 125 TOTAL GASTOS DE VENTA**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Publicidad</b>	8.200,00	3.385,04	2.087,92	1.468,04	764,16
<b>Bar Cafetería</b>	13.660,00	14.228,26	14.820,16	15.436,67	16.078,83
<b>TOTAL</b>	<b>21.860,00</b>	<b>17.613,30</b>	<b>16.908,08</b>	<b>16.904,71</b>	<b>16.842,99</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.2.3 Depreciación y Amortización

#### 5.2.3.1 Depreciación

Se toma en cuenta todos los Activos Fijos que se necesitan para la puesta en marcha de la Sala de Juego de Bolos, la depreciación por el método de línea recta es igual al importe depreciable sobre la vida útil donde el importe depreciable es igual al costo histórico menos el valor residual.

Los cálculos de las depreciaciones se realizan de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno; se realiza un detalle de cada uno de los Activos Fijos Depreciables por separado y su respectiva tabla de depreciación.

**Método de línea recta** = Importe Depreciable / Vida Útil

**Importe depreciable** = Costo Histórico – el Valor Residual

**El Costo Histórico** = precio compra activo + aranceles no recuperables + otros gastos necesarios.

**CUADRO 126 DEPRECIACIÓN**

<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>							
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Valor Residual</b>
<b>Maquinaria y equipo</b>	237.351,89	21361,67	21361,67	21361,67	21361,67	21361,67	130543,54
<b>Equipo de Computación</b>	950,00	285,00	285,00	285,00			95,00
<b>Renovación Equipo de computación</b>	1.057,00				317,1	317,1	422,80
<b>Muebles y Enceres</b>	1.708,94	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50	1611,44
<b>Equipo de Oficina</b>	350,00	58,5	58,5	58,5	58,5	58,5	57,50
<b>Equipo de Seguridad</b>	344,00	52,2	52,2	52,2	52,2	52,2	83,00
<b>TOTAL</b>	<b>241.761,83</b>	<b>21776,87</b>	<b>21776,87</b>	<b>21776,87</b>	<b>21808,97</b>	<b>21808,97</b>	<b>132813,28</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Los activos diferidos se amortizan un 20% cada uno de los 5 años.

### CUADRO 127 AMORTIZACIÓN

Detalle	Valor Inicial	Amort. Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Gastos de Constitución</b>	2.000,00	20%	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
<b>Diseño de Planos</b>	500,00	20%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Imprevistos</b>	1.000,00	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.500,00</b>		<b>700,00</b>	<b>700,00</b>	<b>700,00</b>	<b>700,00</b>	<b>700,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Después de haber realizado un análisis de cada una de las depreciaciones de los Activos Fijos, y de la Amortización de los Activos Diferidos se detalla a continuación la unificación del gasto de depreciación de todos los activos fijos y de la amortización de los Activos diferidos por un período de cinco años.

#### 5.2.4 Gastos Financieros

Para la puesta en marcha de la Sala de Juego de Bolos se necesita una Inversión Total de 357.494,75, de los cuales el 30% equivalentes a 107.370,83 serán recursos propios y un 70% con un valor de 250531,93, se lo financiara con el Banco Nacional del Fomento, cabe indicar que el Ministerio de Turismo apoya todos los emprendimientos considerados como atractivos turísticos, concediendo los créditos a través del B.N.F. con una tasa de interés anual del 12% , a un plazo de cinco años, los pagos se realizarán mensualmente.

### CUADRO 128 DESCRIPCIÓN DEL CAPITAL

Detalle	Valor	Porcentaje
Capital propio	88.888,92	30,00%
Financiamiento	207.407,47	70,00%
<b>TOTAL</b>	<b>296.296,39</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Monto del Crédito:	207.407,47
Tasa de interés (anual):	12%
Número de pagos (mensuales)	60
Pago (mensual)	4613,66

$$VP = \frac{VF * i * (i + 1)^n}{((1 + i)^n - 1)}$$

$$VP = \frac{207.407,4 * 0,12 * (1 + 0,12)^5}{((1 + 0,12)^{60} - 1)} = 4613,66$$

### CUADRO 129 TABLA DE AMORTIZACIÓN

# Pago	Pago Interés	Pago Capital	Pago Mensual	Saldo
1	2074,07	2539,59	4613,66	204867,88
2	2048,68	2564,99	4613,66	202302,89
3	2023,03	2590,64	4613,66	199712,26
4	1997,12	2616,54	4613,66	197095,72
5	1970,96	2642,71	4613,66	194453,01
6	1944,53	2669,13	4613,66	191783,87
7	1917,84	2695,83	4613,66	189088,05
8	1890,88	2722,78	4613,66	186365,26
9	1863,65	2750,01	4613,66	183615,25
10	1836,15	2777,51	4613,66	180837,74
11	1808,38	2805,29	4613,66	178032,45
12	1780,32	2833,34	4613,66	175199,11

13	1751,99	2861,67	4613,66	172337,44
14	1723,37	2890,29	4613,66	169447,15
15	1694,47	2919,19	4613,66	166527,96
16	1665,28	2948,39	4613,66	163579,57
17	1635,80	2977,87	4613,66	160601,70
18	1606,02	3007,65	4613,66	157594,05
19	1575,94	3037,72	4613,66	154556,33
20	1545,56	3068,10	4613,66	151488,23
21	1514,88	3098,78	4613,66	148389,45
22	1483,89	3129,77	4613,66	145259,68
23	1452,60	3161,07	4613,66	142098,61
24	1420,99	3192,68	4613,66	138905,93
25	1389,06	3224,61	4613,66	135681,33
26	1356,81	3256,85	4613,66	132424,47
27	1324,24	3289,42	4613,66	129135,05
28	1291,35	3322,31	4613,66	125812,74
29	1258,13	3355,54	4613,66	122457,20
30	1224,57	3389,09	4613,66	119068,11
31	1190,68	3422,98	4613,66	115645,13
32	1156,45	3457,21	4613,66	112187,91
33	1121,88	3491,79	4613,66	108696,13
34	1086,96	3526,70	4613,66	105169,42
35	1051,69	3561,97	4613,66	101607,45
36	1016,07	3597,59	4613,66	98009,86
37	980,10	3633,57	4613,66	94376,30
38	943,76	3669,90	4613,66	90706,40
39	907,06	3706,60	4613,66	86999,80
40	870,00	3743,67	4613,66	83256,13
41	832,56	3781,10	4613,66	79475,03
42	794,75	3818,91	4613,66	75656,11
43	756,56	3857,10	4613,66	71799,01
44	717,99	3895,67	4613,66	67903,33
45	679,03	3934,63	4613,66	63968,70
46	639,69	3973,98	4613,66	59994,72
47	599,95	4013,72	4613,66	55981,01
48	559,81	4053,85	4613,66	51927,15
49	519,27	4094,39	4613,66	47832,76
50	478,33	4135,34	4613,66	43697,42
51	436,97	4176,69	4613,66	39520,73
52	395,21	4218,46	4613,66	35302,27
53	353,02	4260,64	4613,66	31041,63

<b>54</b>	310,42	4303,25	4613,66	26738,38
<b>55</b>	267,38	4346,28	4613,66	22392,10
<b>56</b>	223,92	4389,74	4613,66	18002,36
<b>57</b>	180,02	4433,64	4613,66	13568,72
<b>58</b>	135,69	4477,98	4613,66	9090,74
<b>59</b>	90,91	4522,76	4613,66	4567,98
<b>60</b>	45,68	4567,98	4613,66	0,00
<b>TOTALES</b>	<b>69412,41</b>	<b>207407,47</b>	<b>276819,88</b>	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### Cuadro 130 TABLA INTERÉS DE CRÉDITO

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Interés</b>	23.155,62	19.070,79	14.467,91	9.281,26	3.436,82
<b>Capital</b>	32.208,36	36.293,18	40.896,07	46.082,71	51.927,15
<b>Total</b>	<b>55.363,98</b>	<b>55.363,98</b>	<b>55.363,98</b>	<b>55.363,98</b>	<b>55.363,98</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.3 Resumen de Egresos

#### CUADRO 131 RESUMEN DE EGRESOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Gastos Administrativos</b>	183.670,07	173.289,52	182.843,77	193.340,75	204.589,19
<b>Gastos /Ventas</b>	21.860,00	17.613,30	16.908,08	16.904,71	16.842,99
<b>Depreciación</b>	21.776,87	21.776,87	21.776,87	21.808,97	21.808,97
<b>Gasto Amortización</b>	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
<b>Gastos Financieros</b>	23.155,62	19.070,79	14.467,91	9.281,26	3.436,82
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>251.162,56</b>	<b>232.450,48</b>	<b>236.696,63</b>	<b>242.035,69</b>	<b>247.377,98</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 5.4 Estado de Situación Inicial

El Estado de Situación Inicial es un estimativo de cómo se mostrará a la empresa al momento en que inicie sus actividades, de los Activos que tendrá, las deudas que asumirá, y el patrimonio con el que cuenta la misma.

**CUADRO 132 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b><u>Activo Corriente</u></b>		<b>52091,56</b>	<b><u>Pasivos Diferidos</u></b>
Capital de Trabajo	52.091,56		Cuentas Por Pagar
			88.888,92
<b><u>Activo Fijo</u></b>		<b>240704,83</b>	<b>Total Pasivos</b>
Maquinaria y equipo	237.351,89		<b>88888,92</b>
Equipo de Computación	950,00		
Muebles y Enceres	1.708,94		
Equipo de Oficina	350,00		
Equipo de Seguridad	344,00		
<b><u>Activo Diferido</u></b>			<b>PATRIMONIO</b>
Gastos de constitución	2000	<b>3500,00</b>	<b><u>Aporte Personal</u></b>
Diseño de Planos	500		207.407,47
Imprevistos	1000		Total Patrimonio
			<b>207407,47</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>			<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>
		<b><u>296296,39</u></b>	<b><u>296296,39</u></b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 5.5 Estado de Pérdidas y Ganancias

En este Estado podemos observar las utilidades netas que tendrá la Sala de Juego de Bolos, en los primeros cinco años de su creación, se puede mirar que se obtiene una rentabilidad considerable en todos los años.

### CUADRO 133 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos Netos</b>	<b>258330,10</b>	<b>295399,325</b>	<b>343610,795</b>	<b>383160,08</b>	<b>434233,24</b>
Bolos	164505,6	186853,275	219884,875	243784,8	278727,75
Juegos Electrónicos	32256	40977,22	49974,17	59253,54	68822,15
Billares	27648	31611	35695,84	39905,45	44242,81
Futbolines	4608	5853,89	7139,17	8464,79	9831,74
Cafetería	29312,5	30103,94	30916,74	31751,50	32608,79
<b>Egresos</b>	<b>228006,94</b>	<b>213379,69</b>	<b>222228,72</b>	<b>232754,43</b>	<b>243941,15</b>
(-) Gastos Administrativos	183670,07	173289,522	182843,773	193340,747	204589,194
(-) Gastos de Venta	21860	17613,3	16908,08	16904,71	16842,99
(-) Depreciación	21776,87	21776,87	21776,87	21808,97	21808,97
(-) Gastos de Amortización	700	700	700	700	700
<b>(=) Utilidad Operativa Proyectada</b>	<b>30323,16</b>	<b>82019,63</b>	<b>121382,07</b>	<b>150405,65</b>	<b>190292,09</b>
(-) Gastos Financieros	22823,55	18797,31	14260,43	9148,17	3387,54
<b>(=) Utilidad Antes de Par. Trab.</b>	<b>7499,61</b>	<b>63222,32</b>	<b>107121,64</b>	<b>141257,48</b>	<b>186904,55</b>
(-) 15% Participación Trab.	1124,94	9483,35	16068,25	21188,62	28035,68
<b>(=) Utilidad Antes de IR</b>	<b>6374,67</b>	<b>53738,97</b>	<b>91053,40</b>	<b>120068,86</b>	<b>158868,86</b>
(-) Impuesto a la Renta (22%)	1402,43	11822,57	20031,75	26415,15	34951,15
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>4972,24</b>	<b>41916,40</b>	<b>71021,65</b>	<b>93653,71</b>	<b>123917,71</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 5.6 Flujo de Caja Proyectado

En El Flujo de Caja se observa el movimiento del efectivo en la fase operativa del presente proyecto, es decir la liquidez que tendrá la Sala de Juego de Bolos, en donde se puede mirar las entradas y salidas del dinero en efectivo de la Sala de Juego de Bolos en los próximos cinco años.

**CUADRO 134 FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>						
<b>(-) Inversión Inicial</b>	-296.296,39					
<b>(=) Utilidad Neta Proyectada</b>		4.972,24	41.916,40	71.021,65	93.653,71	123.917,71
<b>Préstamo</b>	207.407,47					
<b>Depreciación Activos</b>		21.776,87	21.776,87	21.776,87	21.808,97	21.808,97
<b>Total Ingresos</b>		<b>26.749,11</b>	<b>63.693,27</b>	<b>92.798,52</b>	<b>115.462,68</b>	<b>145.726,68</b>
<b>Egresos</b>						
<b>Obligaciones Financieras</b>		31.746,47	35.772,72	40.309,59	45.421,86	51.182,49
<b>Total Egresos</b>		<b>31.746,47</b>	<b>35.772,72</b>	<b>40.309,59</b>	<b>45.421,86</b>	<b>51.182,49</b>
<b>Flujo de Caja Neto Proyectado</b>	<b>-88.888,92</b>	<b>-4.997,36</b>	<b>27.920,55</b>	<b>52.488,93</b>	<b>70.040,82</b>	<b>94.544,19</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## 5.7 Evaluación Financiera

En este punto se dará a conocer la capacidad que tendrá este proyecto para cumplir los objetivos propuestos con anterioridad, y con ellos facilitar la toma de decisiones con el fin de lograr la eficiencia de la implementación del mismo.

### 5.7.1 Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

Con el costo de oportunidad se determinó la tasa de rentabilidad que tendrá el presente proyecto de acuerdo a la tasa activa y de la tasa de interés pasiva.

**CUADRO 135 COSTO DE OPORTUNIDAD**

Detalle	Valor	Porcentaje	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
<b>Capital propio</b>	88.888,92	30,00%	4,53%	1,36
<b>Financiamiento</b>	207.407,47	70,00%	12,00%	8,4
<b>TOTAL</b>	<b>296.296,39</b>	<b>100,00%</b>	<b>16,53%</b>	<b>9,76</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{costo capital} = 9,76\%$$

El costo de oportunidad nos indica que el proyecto para la creación de una Sala de Juego de Bolos deberá rendir un 9,76%, con un financiamiento de una tasa de interés del 12%

Calculo de la Tasa de rendimiento medio TRM

Datos:

**Costo capital (ck)= 9,76%**

**If (Inflación) = 2,70%**

$$TRM = ((1 + ck)(1 + if)) - 1$$

$$TRM = ((1 + 9,76\%) + (1 + 2,70\%)) - 1$$

$$TRM = 12,72\%$$

### 5.7.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual Neto es un método que ayuda a tener presente el valor tiempo de dinero, es decir que los flujos de caja de cada período del proyecto se expresen en unidades monetarias que tengan el mismo valor o poder. Se conocerá si el proyecto es factible si su resultado es mayor a cero, la tasa de rendimiento medio que se utilizará es de 12,72% para su cálculo.

$$VAN = -I + \sum \frac{FCN}{(1+i)^1} + \frac{FCN}{(1+i)^2} + \frac{FCN}{(1+i)^3} + \frac{FCN}{(1+i)^4} + \frac{FCN}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -88888,92 + \sum \frac{-4997,36}{(1+0,1272)^1} + \frac{27920,55}{(1+0,1272)^2} + \frac{52488,93}{(1+0,1272)^3} + \frac{70040,82}{(1+0,1272)^4} + \frac{94544,19}{(1+0,1272)^5}$$

$$VAN = 60642,09$$

**CUADRO 136 VALOR ACTUAL NETO**

<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Flujo de Caja Neto</b>	-88888,92	-4997,36	27920,55	52488,93	70040,82	94544,19
<b>Factor de Actualización 12,72%</b>	1,0000	1,1272	1,2706	1,4322	1,6144	1,8197
<b>Flujo Neto de Caja Actualizado</b>	-88888,92	-4433,43	21974,30	36649,16	43385,05	51955,92
<b>Flujo Neto Actualizado Acumulado</b>	-88888,92	-93322,35	-71348,04	-34698,88	8686,17	60642,09

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Al realizar los cálculos del Valor Actual Neto VAN, se puede observar que su resultado positivo de \$60642,09, por lo que se toma la decisión de poner en marcha el proyecto, por su alta rentabilidad.

### **5.7.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

6 Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, se necesitan dos Valor Actual neto (VAN), uno positivo y otro negativo, el VAN positivo que se utilizará es el de la tasa de rendimiento medio y el VAN negativo será una tasa de rendimiento superior del 30%.

**CUADRO 137 VALOR ACTUAL NETO VAN NEGATIVO**

<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Flujo de Caja Neto</b>	-88888,92	-4997,36	27920,55	52488,93	70040,82	94544,19
<b>Factor de Actualización 18,00%</b>	1,0000	1,3000	1,6900	2,1970	2,8561	3,7129
<b>Flujo Neto de Caja Actualizado</b>	-88888,92	-3844,122	16521,036	23891,183	24523,238	25463,5
<b>Flujo Neto Actualizado Acumulado</b>	-88888,92	-92733,04	-76212,01	-52320,82	-27797,59	-2334,08

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la tabla anterior con una tasa de rendimiento del 30%, se obtiene un VAN negativo de -2334,08

**CUADRO 138 VAN Y TASAS DE RENDIMIENTO DEL PROYECTO**

VAN	% TASAS DE RENDIMIENTO
60642,09	12,72%
0	to
-2334,08	18%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\frac{t_0 - t_1}{t_2 - t_1} = \frac{VAN_0 - VAN_1}{VAN_2 - VAN_1}$$

$$\frac{t_0 - 12,72\%}{30\% - 12,72\%} = \frac{0 - 60642,09}{-2334,08 - (60642,09)}$$

$$\frac{t_0 - 12,72\%}{17,28\%} = \frac{-60642,09}{-62976,17}$$

$$\frac{t_0 - 12,72\%}{17,28\%} = 0,9629$$

$$t_0 = 0,9629 * 17,28\% + 12,72\%$$

$$t_0 = 30,96\%$$

La tasa Interna de Retorno TIR=30,96%, es recomendable puesto que su rentabilidad supera a la del dinero invertido en un 18,24% que resulta de restar la tasa interna de retorno TIR30,96% - la tasa media de rendimiento medio 12,72%

### 6.1.1 Análisis de sensibilidad en función de los ingresos

**Escenario 1:** cuando las ventas se reducen en un 4% se obtienen los resultados que a continuación se detallan:

### CUADRO 139 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ESCENARIO 1

VAN:

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Neto	-88888,92	-11848,27	20086,56	43376,37	59879,42	83028,33
Factor de Actualización 12,72%	1,0000	1,1272	1,2706	1,4322	1,6144	1,8197
Flujo Neto de Caja Actualizado	-88888,92	-10511,24	15808,72	30286,53	37090,82	45627,48
Flujo Neto Actualizado Acumulado	-88888,92	-99400,16	-83591,44	-53304,91	-16214,09	29413,39

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{VAN} = -88888,92 + \sum \frac{-11848,27}{(1 + 0,1272)^1} + \frac{20086,56}{(1 + 0,1272)^2} + \frac{43376,37}{(1 + 0,1272)^3} + \frac{59879,42}{(1 + 0,1272)^4} + \frac{83028,33}{(1 + 0,1272)^5}$$

$$\text{VAN} = 29413,39$$

TIR:

$$\frac{to - 12,72\%}{21\% - 12,72\%} = \frac{0 - 29413,39}{-531,45 - (29413,39)}$$

$$\frac{to - 12,72\%}{8,28\%} = \frac{-29413,39}{-29944,39}$$

$$\frac{to - 12,72\%}{8,28\%} = 0,9823$$

$$to = 0,9823 * 8,28\% + 12,72\%$$

$$to = 20,85\%$$

Al reducir las ventas en un 4% se obtiene un valor actual neto (VAN) positivo y una tasa interna de retorno (TIR) mayor a la tasa de rendimiento medio, por lo tanto el proyecto sigue siendo atractivo.

**Escenario 2:** cuando las ventas se reducen en un 10% se obtienen los resultados que a continuación se detallan:

### CUADRO 140 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ESCENARIO 2

VAN:

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Neto	-88888,92	-22124,64	8335,58	29707,53	44637,31	65754,53
Factor de Actualización 12,72%	1,0000	1,1272	1,2706	1,4322	1,6144	1,8197
Flujo Neto de Caja Actualizado	-88888,92	-19627,97	6560,35	20742,59	27649,47	36134,82
Flujo Neto Actualizado Acumulado	-88888,92	108516,89	101956,54	-81213,95	-53564,48	-17429,66

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{VAN} = -88888,92 + \sum \frac{-22124,64}{(1 + 0,1272)^1} + \frac{8335,58}{(1 + 0,1272)^2} + \frac{29707,53}{(1 + 0,1272)^3} + \frac{44637,31}{(1 + 0,1272)^4} + \frac{65754,53}{(1 + 0,1272)^5}$$

$$\text{VAN} = -17429,66$$

Reduciendo las ventas en un 10%, se obtiene un Valor Actual Neto negativo, por lo tanto el proyecto es muy sensible.

#### 6.1.2 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es un método de cálculo y aplicación que mide la liquidez del proyecto, como su riesgo, y se puede calcular en cuanto tiempo el inversionista

recuperará su inversión, además como el TIR, y el VAN; el PRI ayuda en la toma de decisiones de un proyecto.

### PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN PRI

$$\frac{T_0 - T_1}{T_2 - T_1} = \frac{VAN_0 - VAN_1}{VAN_2 - VAN_1}$$

**Dónde:**

Los subíndices 1 y 2 se refieren a los años en los que el valor presente neto acumulado es cero. Por lo tanto  $T_0$  representa el período de recuperación de la inversión TIR, .

$$\frac{T_0 - 3}{4 - 3} = \frac{0 - (-34698,88)}{8686,16 - (-34698,88)}$$

$$\frac{T_0 - 3}{1} = \frac{34698,88}{43385,04}$$

$$T_0 - 3 = 0,79$$

$$T_0 = 0,79 + 3$$

$$T_0 = 3,79$$

Finalmente llegamos a la conclusión de que se recupera toda la inversión a los 3,79 años de iniciado el proyecto a partir del año 0. Para los meses tenemos  $(0,79 * 12) = 9,48$  que da como resultado 9 meses  $0,48 * 30 = 14,4$  catorce días, por lo tanto la recuperación de la Inversión se recupera en 3 años 9 meses y 14 días.

#### 6.1.3 Beneficio -Costo

El costo – beneficio es una técnica basada en obtener una medida de rentabilidad, realizando una comparación de los beneficios y costos,

proyectados de un proyecto; la cual sirve para la toma de decisiones del mismo.

Se toma en cuenta el siguiente análisis:

- B/C > 1 Se acepta
- B/C = 1 Es indiferente
- B/C < 1 Se rechaza

**CUADRO 141 INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS CON LA  
TASA DE RENDIMIENTO DEL 12,72%**

<b>AÑOS</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Egresos</b>	<b>Factor 12,72%</b>	<b>Ingresos Actualizados</b>	<b>Egresos Actualizados</b>
<b>Año 1</b>	258330,10	228006,94	1,1272	229178,584	202277,271
<b>Año 2</b>	295399,3	213379,7	1,2705	232506,356	167949,383
<b>Año 3</b>	343610,8	222228,7	1,4322	239918,164	155165,985
<b>Año 4</b>	383160,1	232754,4	1,6144	237338,999	144173,951
<b>Año 5</b>	434233,2	243941,2	1,8197	238629,027	134055,698
<b>TOTAL</b>				<b>1177571,13</b>	<b>803622,288</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

$$\frac{\textit{Beneficio}}{\textit{Costo}} = \frac{\sum \textit{Ingresos Actualizados}}{\sum \textit{Egresos Actualizados}} = \frac{1177571,13}{803622,288}$$

$$\frac{\textit{Beneficio}}{\textit{Costo}} = 1,46$$

De acuerdo al resultado del indicador costo – beneficio se obtiene que por cada dólar gastado, se generara 0,46 dólares adicionales.

#### 6.1.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se lo conoce como el punto en donde los ingresos totales recibidos, se igualan a los costos que genera la implantación del proyecto, es decir se recupera la inversión y no se obtiene ganancia, si el precio del producto a vender se encuentra por encima del punto de equilibrio quiere decir que existe una utilidad, pero si el precio se encuentra por de debajo del punto de equilibrio se obtiene una pérdida.

**CUADRO 142 PUNTO DE EQUILIBRIO**

Detalle	Año 1
<b>INGRESOS</b>	
VENTAS	<b>258330,10</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>206825,69</b>
Gastos Administrativos	183.670,07
Gastos Financieros	23.155,62
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>21860</b>
Gastos de Venta	21860
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES</b>	<b>225945,27</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE = \frac{206825,69}{1 - \frac{21860}{258330,10}} = \frac{206825,69}{0,9153}$$

$$PE = 225945,27$$

### 6.1.5 Resumen de Evaluación Financiera

**CUADRO 143 RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

<b>Ratio Evaluador</b>	<b>Criterio de Evaluación</b>	<b>Valor</b>	<b>Resultado</b>
<b>TRM</b>		12,72%	
<b>VAN</b>	VAN>0	60642,09	Aceptable
<b>TIR</b>	TIR>TRM	30,96%	Aceptable
<b>PRI</b>		3 años 9 meses 14 días	Aceptable
<b>B/C</b>	B/C > 1	0,46	Aceptable
<b>Punto de Equilibrio</b>		225945,27	Aceptable

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Finalmente se puede concluir que el proyecto es rentable para su implementación de acuerdo a la evaluación financiera realizada, no se corre el riesgo de perder la inversión, los indicadores son positivos.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

#### 6.1. La empresa

Para el nombre de la empresa se consideró la pregunta número 11. ¿Cuál de los nombres siguientes le parece mejor para la nueva sala de juego de bolos?, realizada en el capítulo III a la población económicamente activa y a los turistas nacionales y extranjeros, que ingresan a la ciudad de Ibarra, en la cual se citó varios nombres, con un alto porcentaje el nombre Bowling White City, tuvo mayor aceptación por parte de los encuestados, es un nombre llamativo que en español significa Bolos Ciudad Blanca, como se le conoce a la ciudad de Ibarra.

#### GRÁFICO 51 LOGO EMPRESA



**Fuente:** Estructura Organizativa

**Elaborado por:** La Autora

## 6.2. Tipo de empresa

La Sala de juego de Bolos: “Bowling White City” se constituirá como una Sociedad Anónima, su capital será dividido en acciones negociables, que responden únicamente por el monto de sus acciones. Esta pertenece al sector de servicios, ya que su misión principal es ofrecer un lugar de entretenimiento.

## 6.3. Requisitos Legales para su Constitución

- a. Aprobación del nombre o razón social de la empresa, en este caso “Bowling White City”, en la superintendencia de compañías.
- b. Apertura de una cuenta de integración del capital, en cualquier banco de la ciudad de Ibarra.
- c. Elevar Escritura Pública la Minuta de Constitución de la Compañía, en cualquier notaría.
- d. Presentación de tres ejemplares de la Escritura Pública de Constitución, con un oficio dirigido a la Superintendencia de Compañías, con la firma de un abogado solicitando la aprobación del trámite incluyendo número de cédula, dirección de estudio jurídico y número de teléfono.
- e. La superintendencia de Compañías en el transcurso de tres días hábiles como máximo le puede responder:
  -  Oficio: cuando hay algún error en la escritura.
  -  Cuando por su objeto debe tener afiliaciones previas, tales como: Cámara de la Minería, Agricultura, Pequeña Industria, turismo, etc.
  -  Cuando por su objeto debe tener permisos previos tales como: Consejo Nacional de Tránsito, Ministerio de Gobierno, etc.
  -  Resolución: para continuar el proceso.

- f. Debe publicar un extracto en un periódico de mayor circulación, en el domicilio de la empresa por un solo día (Se recomienda comprar 3 ejemplares de la publicación: uno para el Registro Mercantil, otro para la Superintendencia de Compañías y otro para la Empresa)
- g. Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaria donde obtuvo las escrituras.
- h. Obtener la patente Municipal en la Constitución de la empresa.
- i. Afiliarse a la Cámara de la Producción que corresponda de acuerdo al objeto social de la compañía Cámara de Comercio, etc.
- j. Debe Inscribir las escrituras en el Registro Mercantil, para ello debe presentar las escrituras con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías ya sentada razón por la notarias, publicación original del extracto y certificado original de la Cámara de la Producción correspondiente.
- k. Debe inscribir los nombramientos del Representante Legal, Administrador de la Empresa, para ello debe presentar Acta de Junta General en donde nombran al representante Legal y Administrador y nombramiento originales de cada uno.
- l. Debe presentar en la Superintendencia de Compañías: Escritura con la respectiva Resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el Registro Mercantil del representante legal y Administrador. Copias simples de la cédula de ciudadanía o pasaporte del representante Legal y Administrador. Copias Simples del Certificado de afiliación a la respectiva Cámara de la Producción, formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal. Copia simple de pago de agua, luz y teléfono.
- m. La Superintendencia de Compañías después de verificar que todo este correcto, le entrega el formulario de usuario:

- ✚ Formulario del RUC Cumplimiento de Obligaciones y Existencia Legal.
  - ✚ Datos Generales, Nómina de Accionistas, Oficio al Banco para retirar los Fondos de la Cuenta de integración de capital.
- n. Obtención del RUC e el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- o. Registro de la empresa en el historial laboral del IESS.

#### **6.4. Base legal de la Constitución de la Empresa**

Las compañías legales en el Ecuador son cinco: Compañías en nombre colectivo, Compañía en comandita simple y dividida por acciones, Compañía de Responsabilidad Limitada, Compañías Anónima, Compañía de economía Mixta.

La sala de Juego de Bolos, será una Sociedad Anónima, cumpliendo con los requisitos legales se registrará la empresa en la Superintendencia de Compañías con la denominación "Bowling White City".

La Sociedad Anónima requiere de al menos diez accionistas, en el momento de su constitución, los cuales responden únicamente por el monto de sus acciones, la compañía se constituirá mediante escritura pública, que previa resolución de la Superintendencia de Compañías, se inscribirá en el Registro Mercantil. El monto mínimo de capital lo determina la Superintendencia de Compañías (\$800,00 actualmente).

##### **6.4.1. Ordenanzas Municipales**

Para que la Sala de Juego de Bolos, empiece a marchar normalmente debe cumplir con los siguientes requisitos:

## **Registro Único de Contribuyentes RUC**

Están obligados a obtener el RUC, todas las personas naturales o jurídicas ya sean nacionales y extranjeros que inicien actividades económicas.

Los requisitos para obtener el RUC de la Sala de juego de Bolos “Bowling White City” son los siguientes:

-  Formulario RUC-01-A debidamente firmado por el representante legal.
-  Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil.
-  Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.
-  Original y copia a color de la cédula vigente y original de la papeleta de votación.
-  Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz y teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, se adjuntará también un comprobante de pago de los tres últimos meses.
-  Original y copia del estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
-  Original y copia de la factura del servicio de televisión pagada o de internet. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

- ✦ Original y copia del contrato de arrendamiento Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio.
- ✦ Original y copia del contrato de concesión comercial o contrato en comodato. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio.
- ✦ El plazo para inscribirse es de 30 días hábiles contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

## **PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO**

### **Ministerio de Salud Pública**

La sala de Juego de Bolos “Bowling White City”, brindará como servicio adicional el de bar- cafetería, por lo que se debe obtener el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública, para ello los requisitos se citan a continuación:

- ✦ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- ✦ Copia del Registro Única de Contribuyentes (RUC)
- ✦ Copia de la Cédula de Ciudadanía del propietario o del representante legal del establecimiento.
- ✦ Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
- ✦ Plano del establecimiento a escala 1:50 7.
- ✦ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ✦ Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos

- ✿ Copia del o de los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un centro de salud del Ministerio de Salud Pública.

#### **Permiso Cuerpo de Bomberos de Ibarra**

Los requisitos para el permiso de funcionamiento de los Bomberos son los que a continuación se detallan:

- ✿ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario con el fin de solicitar la inspección.
- ✿ Un Bombero realiza la Inspección en la empresa.
- ✿ Entrega una ficha de que los implementos de prevención, como detectores de humo, extintores, señalización, etc.
- ✿ Se paga la especie en el Ilustre Municipio de Ibarra, y entregan el permiso de Bomberos.

#### **Cámara de Comercio de Imbabura**

Los requisitos inscribir a la empresa en la Cámara de comercio son los siguientes:

Personas jurídicas:

- ✿ Llenar la solicitud de afiliación
- ✿ Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa.
- ✿ Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- ✿ En caso de bancos o instituciones financieras, la resolución de la Superintendencia de Bancos, y en caso de sociedades civiles o colectivas, la sentencia del juez.
- ✿ Fotocopia de la cédula o pasaporte del representante legal.

- ✱ Adicionalmente a la presentación de estos documentos se debe cancelar a cuota de inscripción el cuál varía dependiendo el valor del capital suscrito en las escrituras de constitución, este pago debe realizarse en efectivo o cheque certificado.
- ✱ Luego de ser revisada en Afiliaciones, la documentación es ingresada al sistema.
- ✱ Cuando el solicitante realiza el pago, queda inscrito como socio activo.
- ✱ Las personas jurídicas reciben un certificado de afiliación que les permite inscribirse en el Registro Mercantil.

#### **Registro Mercantil**

Se necesita los requisitos que a continuación se describen:

- ✱ Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias)
- ✱ Pago de la patente municipal.
- ✱ Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- ✱ Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.

#### **Ministerio de Turismo**

Solicitud de crédito a la que se le adjuntará los siguientes movimientos:

- ✱ Copias legibles en blanco / negro o a color de cédula de ciudadanía vigente y certificado de votación del último proceso electoral de (Los) Representante(s) Legal(es), codeudor o garante.
- ✱ Copia de Escritura de constitución de la empresa
- ✱ Copia de los estatutos actualizados de la empresa.

- ✱ Copia del nombramiento actualizado debidamente inscrito de o los representantes legales.
- ✱ Copia del RUC.
- ✱ Copia de nómina de accionistas del último ejercicio económico, presentado a la Superintendencia de compañías.
- ✱ Certificado del IESS donde consta que las obligaciones patronales se encuentren al día.
- ✱ Copia de estados financieros actualizados.
- ✱ Copia de declaración del impuesto a la renta del último ejercicio económico.
- ✱ Copia de declaración del IVA.
- ✱ Copia del comprobante de luz, agua, teléfono del cliente y garante según sea el caso.
- ✱ Plan de inversión, para préstamos desde 20.000,00 hasta 100.000,00 dólares.
- ✱ Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar, para préstamos superiores a los \$100.000,00.

DE SER EL CASO, SE EXIGIRÁ LA PRESENTACIÓN DE LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:

- ✱ Copia legible del último rol de pago u origen de certificado de trabajo (en caso de trabajo con relación de dependencia).
- ✱ En caso de tener inmuebles o vehículos, el respectivo justificativo (copia del recibo del impuesto predial, copia de la matrícula de vehículo).

- ✦ Copia del documento de separación de bienes o disolución conyugal (inscrita en el Registro Civil), de ser el caso.
- ✦ Para el caso de préstamos para compra de cativos: cotización o proforma (casas comerciales o proveedores) de los bienes a adquirir.
- ✦ Para el caso de préstamos de obras de infraestructura deberá presentarse el presupuesto de construcción otorgado por un profesional relacionado.
- ✦ Apertura de la cuenta corrientes en el Banco Nacional del Fomento.

#### **6.5. Misión de Bowling White City**

Ofrecer diversión, y recreación para grandes y chicos; a través del deporte del Bowling, promoviendo las relaciones familiares y personales a través de una sana competencia.

#### **6.6. Visión de Bowling White City**

Para el año 2019 Bowling White City S.A. (Sociedad Anónima), será una de las mejores opciones de entretenimiento para la región norte del País, a través de la optimización de recursos tecnológicos y humanos, siendo líderes en rentabilidad, diversión, entretenimiento e innovación.

#### **6.7. Objetivos**

- ✦ Ser la empresa líder en entretenimiento y deporte del norte del país.
- ✦ Incentivar a los clientes, por medio de promociones.
- ✦ Ser una empresa reconocida por su atención al cliente, y oferta turística.

## 6.8. Políticas

- ✚ Tener una atención al público personalizada, con el fin de obtener su satisfacción.
- ✚ Escuchar las opiniones de los trabajadores de la Sala de Juego de Bolos, con el fin de mejorar el trabajo en equipo, e innovar el servicio.
- ✚ Buscar nuevas alternativas de innovación, para mantener clientela satisfecha.
- ✚ Ofrecer un servicio de calidad, que satisfaga las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.
- ✚ Realizar campañas publicitarias para dar a conocer la existencia de la empresa.
- ✚ Realizar estados financieros periódicos para oportunamente tomar decisiones.
- ✚ Respetar a los clientes y a los trabajadores de la empresa.
- ✚ Ser puntual en su horario de trabajo y funciones
- ✚ Ser honestos manejarse siempre con la verdad

## 6.9. Valores

Los valores son muy importantes para el éxito de la empresa, por lo que la Sala de Juego de Bolos denominada Bowling White City, se pondrán en práctica los siguientes valores:

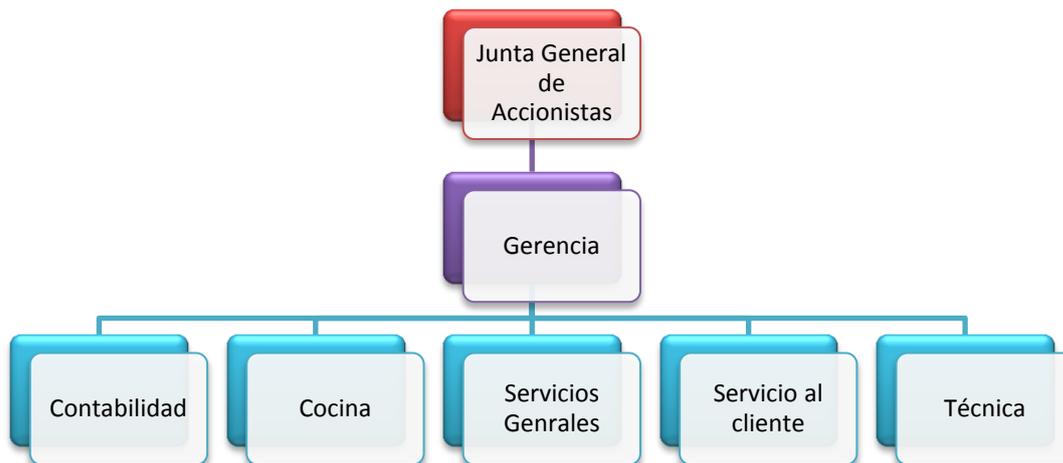
- ✚ **Trabajo en Equipo.-** Colaboración sumando logros.
- ✚ **Liderazgo.-** ser líderes con los clientes y en todas las relaciones, con una visión basada en la innovación.
- ✚ **Efectividad.-**ejecutar las responsabilidades con excelencia.

- ✚ **Pasión.**-entrega con amor al trabajo.
- ✚ **Calidad.**-ofrecer diariamente servicios de calidad.
- ✚ **Rentabilidad.**-obtener resultados para seguir creciendo.

## 6.10. Organigrama Estructural

La estructura organizacional, se identificará de la siguiente manera:

**CUADRO 144 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



**Fuente:** Estructura Organizativa

**Elaborado por:** La Autora

### 6.10.1. Descripción de puestos y funciones

#### **Junta General de Accionistas**

En la legislación y de conformidad con la Ley de compañías, la Junta General formada por los accionistas, legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía

La Ley de Compañías establece que la Junta General tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para la toma de decisiones que juzgue conveniente en defensa de la compañía.

Se conforma por los socios de la empresa los que serán responsables de la buena marcha de la misma, con el fin de llegar a los objetivos propuestos, su función fundamental es tomar decisiones para el buen funcionamiento de la Sala de Juego de Bolos “Bowling White City”

Funciones de la Junta General:

- ✦ Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía.
- ✦ Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores y dictar la resolución correspondiente.
- ✦ Resolver a acerca de la distribución de los beneficios sociales.
- ✦ Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones.
- ✦ Resolver acerca de la amortización de las acciones.
- ✦ Acordar todas las modificaciones al contrato social.
- ✦ Resolver acerca de la fusión, transformación, disolución y liquidación de la compañía nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerarlas cuentas de liquidación.

## Gerente

El gerente lo designa la Junta General de accionistas, el será la máxima autoridad, para el buen manejo de la empresa, además deberá ser un buen líder, dentro de sus responsabilidades determinará estrategias, contratará y administrará al personal de la empresa, además buscará sistemas para motivarlo. Dependerá jerárquicamente de la Junta General de Accionistas.

**Cuadro 145 MANUAL DE FUNCIONES GERENCIA**

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES
<b>GERENCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Tener un espíritu emprendedor, con el fin de incursionar en nuevas cosas.</li> <li> Poseer intuición y capacidad para la toma de decisiones.</li> <li> Debe tener un título de tercer nivel.</li> <li> Experiencia de por lo menos dos años</li> <li> Habilidad para la comunicación, saber expresar su ideas.</li> <li> Ser un buen líder, dar soluciones rápidas a los problemas.</li> <li> Sus conductas deben enmarcarse dentro de una ética intachable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Representar a la empresa ya sea judicial o extrajudicialmente.</li> <li> Convocar a los miembros de la Junta General de Accionistas, a las reuniones.</li> <li> Formular estrategias y planes operativos anuales, los cuales serán aprobados por la Junta General de Accionistas.</li> <li> Dirigir la buena marcha de la Sala de Juego de Bolos y velar por el crecimiento eficiente de la empresa.</li> <li> Realizar la presentación del presupuesto que será ejecutado para el próximo ejercicio económico, el cual debe ser aprobado por la Junta General de Accionistas.</li> <li> Gestionar préstamos bancarios, en el caso de que la empresa lo necesitare, teniendo la autorización con anterioridad de la Junta General de Accionistas.</li> <li> Realizar la contratación, despido del personal, previo conocimiento de la Junta General de Accionista.</li> <li> Efectuar y coordinar la capacitación del personal de empresa.</li> <li> Entregar a la Junta General de Accionistas el orgánico estructural y funcional de la empresa, así como reglamentos internos para su respectiva aprobación.</li> <li> Inspeccionar el trabajo de los empleados o dependencias de la empresa.</li> </ul>

	<p><b>COMPETENCIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Ética profesional</li> <li>✦ Responsabilidad</li> <li>✦ Puntualidad</li> <li>✦ Liderazgo</li> <li>✦ Trabajo en equipo</li> <li>✦ Capacidad para tomar decisiones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Presentar con anticipación los Estados Financieros a la Junta General de Accionistas.</li> <li>✦ Ejecutar las decisiones tomadas por la Junta General de Accionistas.</li> <li>✦ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales vigentes en el País.</li> <li>✦ Supervisar que se realicen los pagos de impuestos y servicios sociales a tiempo.</li> <li>✦ Administrar eficientemente los recursos de la Sala de Juego de Bolos.</li> <li>✦ Supervisar periódicamente que los equipos de la empresa funcionen correctamente y se realice su mantenimiento.</li> <li>✦ Las demás funciones que le designe la Junta General de Accionistas.</li> </ul>
--	---	---

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

 **Contador**

**CUADRO 146 MANUAL DE FUNCIONES CONTADOR**

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>FUNCIONES</b>
<b>CONTADOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Estudios de tercer nivel en contabilidad C.P.A.</li> <li>✦ Experiencia mínima de tres años</li> <li>✦ Disponibilidad de tiempo</li> <li>✦ Estar dispuesto a trabajar bajo presión.</li> <li>✦ Ser responsable en las funciones encomendadas.</li> <li>✦ Tener buenas relaciones públicas.</li> <li>✦ Conocimiento en tributación e impuestos.</li> <li>✦ Conocimiento en Normas Internacionales de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Custodiar la seguridad y privacidad de los documentos de la empresa.</li> <li>✦ Preparar la documentación e informes correspondientes a la gerencia.</li> <li>✦ Mantener un archivo de todos los comprobantes de ingresos así como de egresos en orden.</li> <li>✦ Recibir a los clientes con un buen trato y amabilidad.</li> <li>✦ Realizar, dirigir, organizar y ejecutar actividades contables de la empresa.</li> <li>✦ Realizar las declaraciones de Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a la Renta y anexos.</li> <li>✦ Realizar estados financieros mensualmente, con sus respectivas notas aclaratorias,</li> </ul>

	<p>Información Financiera NIIF.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Tener valores como la responsabilidad cumplir a tiempo su trabajo con eficiencia y eficacia.</li> </ul> <p><b>COMPETENCIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Ética profesional</li> <li>✦ Responsabilidad</li> <li>✦ Honestidad</li> <li>✦ Puntualidad</li> <li>✦ Trabajo en equipo</li> </ul>	<p>para la toma de decisiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Llevar un inventario de los todos los activos que posee la Sala de Juego de Bolos.</li> <li>✦ Realizar los contratos de trabajo del personal, en el ministerio de Relaciones laborales.</li> <li>✦ Hacer los avisos de entrada de todos los trabajadores en el Instituto de Seguridad Social.</li> <li>✦ Realizar los roles de pago de los trabajadores y depositar en sus respectivas cuentas la remuneración de estos, calcular décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones y fondos de reserva cuando sea el caso.</li> <li>✦ Llevar un registro con ingreso y salida del horario de los trabajadores, con el fin de hacer descuentos respectivos en el caso de atrasos o faltas.</li> <li>✦ Realizar y presentar al gerente un informe diario de los ingresos y egresos de efectivo.</li> <li>✦ Dar asesoramiento de aspectos contables al gerente y a la Junta General de Accionistas.</li> <li>✦ Realizar demás funciones que se le encomienden.</li> </ul>
--	--	---

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### Técnico

Es la persona especializada en el manejo de los Equipos de la Sala de Juego de Bolos, ya sean reparaciones, mantenimiento o arreglo de las pistas de bolos, o cualquier otro equipo de la empresa.

**CUADRO 147 MANUAL DE FUNCIONES TÉCNICO**

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES
TÉCNICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Tener título de tercer nivel.</li> <li>✦ Conocimiento y operación en máquinas de bolos</li> <li>✦ Mantenimiento y reparación de máquinas de bolos</li> <li>✦ Experiencia mínima de dos años.</li> </ul> <p align="center"><b>COMPETENCIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Honestidad</li> <li>✦ Responsabilidad</li> <li>✦ Trabajo en equipo</li> <li>✦ Puntualidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Aceitar pistas</li> <li>✦ Sacar Brillo a las pistas</li> <li>✦ Aseo de canales de las pistas de bolos</li> <li>✦ Limpiar correas</li> <li>✦ Aseo de base de entrada de bolas</li> <li>✦ Aseo del elevador de bolas</li> <li>✦ Limpieza de la maquinaria</li> <li>✦ Engrasar y aceitar todos los rodamientos</li> <li>✦ Lavar carpetas de deslizamiento de pines</li> <li>✦ Lavar pines con desengrasante</li> <li>✦ Mantenimiento o reparación de las pistas</li> <li>✦ Demás funciones que se le encomienden.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### **Recepcionista**

Es la persona en cargada de satisfacer las necesidades de comunicación de la empresa, de recibir llamadas telefónicas y la correspondencia, a demás de atender al público con las necesidades de información.

**CUADRO 148 MANUAL DE FUNCIONES RECEPCIONISTA**

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>FUNCIONES</b>
RECEPCIONISTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Ser bachiller o estudios de tercer nivel</li> <li>✦ Cursos de atención al cliente</li> <li>✦ Tener buena presencia</li> <li>✦ Ser mayor de 18 años</li> <li>✦ Realizar arqueos de caja</li> <li>✦ Tener mínimo un año de experiencia.</li> <li>✦ Indispensable hablar inglés</li> </ul> <p><b>COMPETENCIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Honestidad</li> <li>✦ Responsabilidad</li> <li>✦ Trabajo en equipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Recibir las llamadas y la correspondencia de la empresa.</li> <li>✦ Atender a los clientes y brindar la información necesaria, orientándole de la mejor manera.</li> <li>✦ Cobrar los servicios ofertados por le empresa.</li> <li>✦ Emitir comprobantes de venta.</li> <li>✦ Realizar al final de cada jornada un arqueo de caja, y depositar al día siguiente, el dinero en la Institución Financiera donde la empresa tenga su cuenta corriente.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

## Guardia

Es el encargado de velar por la seguridad de los bienes inmuebles de la empresa y de las personas que se encuentran dentro de la misma.

**CUADRO 149 MANUAL DE FUNCIONES GUARDIA**

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES
GUARDIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Haber realizado cursos de guardia de seguridad</li> <li>✦ Tener de experiencia mínima de 5 años</li> <li>✦ Tener buena presencia</li> </ul> <p><b>COMPETENCIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Honestidad</li> <li>✦ Ética profesional</li> <li>✦ Puntualidad</li> <li>✦ Responsabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Vigilar y proteger los muebles inmuebles y a las personas que se encuentren en las instalaciones de la empresa.</li> <li>✦ Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones.</li> <li>✦ Poner inmediatamente a disposición de la Policía Nacional a los delincuentes, así como los instrumentos y pruebas de delitos.</li> <li>✦ Cuidar que los clientes traten de la mejor forma la maquinaria y equipo existente.</li> <li>✦ Estar siempre pendiente de los movimientos extraños, estar alerta a los sistemas de alarmas.</li> <li>✦ Dar cumplimiento estricto a todas las tareas encomendadas.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

 **Cocinero**

Será la persona que prepare los alimentos que se ofertaran en el bar – cafetería de la Sala de Juego de Bolos.

**CUADRO 150 MANUAL DE FUNCIONES COCINERO**

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES
COCINERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Tener conocimientos sobre cocina y preparación de comida rápida</li> <li>✦ Haber realizado cursos de cocina</li> <li>✦ Tener de experiencia mínima de 3 años</li> <li>✦ Haber realizado cursos de manejo de desechos</li> </ul> <p><b>COMPETENCIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Honesto</li> <li>✦ Puntual</li> <li>✦ Aseado</li> <li>✦ Responsable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Preparar los alimentos con la higiene adecuada.</li> <li>✦ Mantener su lugar de trabajo limpio y ordenado.</li> <li>✦ Mantener los alimentos frescos.</li> <li>✦ Realizar una lista de los alimentos necesarios para la realización de su trabajo.</li> <li>✦ Utilizar mandil y gorro de cocinero.</li> <li>✦ Entregar a tiempo los pedidos realizados por los clientes.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

## Perfil del cargo

## Competencias:

## Funciones:

### Personal de limpieza

Realiza varias tareas de limpieza para garantizar la higiene de la instalación

**CUADRO 151 MANUAL DE FUNCIONES PERSONAL DE LIMPIEZA**

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES
LIMPIEZA	<ul style="list-style-type: none"><li>✦ Tener conocimientos básicos en limpieza</li><li>✦ Ser mayor de 18 años</li><li>✦ Disponibilidad tiempo completo</li></ul> <p><b>COMPETENCIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✦ Honesto</li><li>✦ Responsable</li><li>✦ Puntual</li><li>✦ Aseado</li><li>✦ Trabajo en equipo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✦ Realizar el aseo del lugar diariamente, y en los casos que lo amerite.</li><li>✦ Limpiar los polvos del lugar.</li><li>✦ Mantener limpios los baños.</li><li>✦ Tener en perfecto orden los materiales de aseo.</li><li>✦ Barrer y trapear los pisos.</li><li>✦ Vaciar y limpiar los basureros</li><li>✦ Limpiar los vidrios y ventanas</li><li>✦ Demás funciones que se le asigne</li></ul>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

## CAPITULO VII

### 7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

En este capítulo se observará los principales impactos que tendrá la creación de la Sala de Juego de Bolos “Bowling White City” en la ciudad de Ibarra, los cuales fueron valorados en forma cualificada y cuantificada tanto de forma negativa como positiva; entre estos tenemos:

- Ⓢ Social
- Ⓢ Económico
- Ⓢ Empresarial,
- Ⓢ Ético
- Ⓢ Tecnológico.

Para la valoración de los impactos, se lo realizó a través de indicadores, de igual manera asignando parámetros de valoración expresados en la siguiente escala:

**CUADRO 152 ESCALA DE VALORACIÓN**

IMPACTO	VALORACIÓN
Positivo Alto	3
Positivo Medio	2
Positivo Bajo	1
No hay impacto	0
Negativo Bajo	-1
Negativo Medio	-2
Negativo Alto	-3

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Para cada uno de los impactos se realiza una matriz, se ubicará verticalmente a los indicadores de los impactos, y de forma horizontal la escala de valoración.

### 7.1 Impacto social

**CUADRO 153 IMPACTO SOCIAL**

<b>Nivel de Impacto</b> <b>Indicador</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Mano de Obra Calificada						x	
Estabilidad Familiar						x	
Disminución del desempleo					x		
Mejorar la calidad de vida							x
Entretenimiento							x
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>4</b>	<b>6</b>

**Fuente:** Estudio de Factibilidad

**Elaborado por:** La Autora

$$NiveldeImpactoSocia = \frac{\sum Nivel de Impacto}{Numero de Indicadores}$$

$$NiveldeImpactoSocia = \frac{11}{5}$$

$$NiveldeImpactoSocia = 2,1 \text{ Impacto positivo – medio}$$

El impacto social que generará la Sala de Juego de Bolos tiene una valoración de 2,1 que da como resultado un impacto positivo medio.

- ✓ **Mano de Obra Calificada:** uno de los requerimientos de la empresa es la exigencia de personal capacitado, para su contratación, con el fin de brindar un servicio eficiente y eficaz
- ✓ **Estabilidad Familiar:** tanto para los inversionistas como para los trabajadores de la Sala de Juego de Bolos, puesto que tendrán una entrada fija de dinero y de esta manera solventarán las necesidades de sus familias.
- ✓ **Disminución del desempleo:** este es un indicador positivo bajo debido a que la cantidad de puestos ofertados, disminuirá en un pequeño porcentaje la tasa de desempleo.
- ✓ **Mejorar la calidad de vida:** por un lado se mejorará la calidad de vida de los trabajadores e inversionistas por el ingreso de sueldos y ganancias respectivamente, además mejorará la calidad de vida de la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra y los turistas nacionales y extranjeros ya que podrán distraer sus mentes y liberarse de estrés.
- ✓ **Entretenimiento:** ofrecer algo nuevo e innovador, donde puedan disfrutar de momentos agradables ya sea con su familia y/o amigos, despejar la mente y entretenerse en una sana diversión.

## 7.2 Impacto Económico

**CUADRO 154 IMPACTO ECONÓMICO**

<b>Nivel de Impacto</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Indicador</b>							
Aumento del Capital Circulante						x	
Adquisición Equipos sofisticados							x
Rentabilidad							x
Pago de Impuestos							x
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>9</b>

**Fuente:** Estudio de Factibilidad

**Elaborado por:** La Autora

$$NiveldeImpactoEconómico = \frac{\sum Nivel de Impacto}{Numero de Indicadores}$$

$$NiveldeImpactoEconómico = \frac{11}{4}$$

$$NiveldeImpactoEconómico = 2,75 \text{ Impacto positivo – alto}$$

El impacto económico en el presente proyecto da como resultado un impacto positivo – alto.

- ✓ **Aumento de capital circulante:** impacto de gran importancia, por la compra de Activos Fijos, capital de trabajo y activos diferidos, ya que generarán ingresos a los proveedores de estos productos; aumentará el valor del gasto público por que la empresa cumplirá con requerimientos tributarios exigidos.
- ✓ **Adquisición de equipos sofisticados:** se está viviendo en la actualidad la era de la tecnología, factor importante en la vida diaria

de las personas, la maquinaria y quipo de la empresa será de tecnología avanzada y se irá realizando las actualizaciones necesarias.

- ✓ **Rentabilidad:** como lo indican los diferentes aspectos analizados en este proyecto, diseña un futuro de éxito, y una alta rentabilidad.
- ✓ **Pago de impuestos:** como ciudadanos estamos en la obligación de pagar impuestos, valores que se cobrarán y cancelarán oportunamente y acorde a la Ley de Régimen Tributario.

### 7.3 Impacto empresarial

**CUADRO 155 IMPACTO EMPRESARIAL**

Nivel de Impacto Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
Cultura Empresarial						x	
Trabajo eficiente y eficaz						x	
Satisfacción al Cliente							x
Calidad del servicio							x
<b>TOTAL</b>					<b>0</b>	<b>4</b>	<b>6</b>

**Fuente:** Estudio de Factibilidad

**Elaborado por:** La Autora

$$NiveldeImpacto\ Empresarial = \frac{\sum Nivel\ de\ Impacto}{Numero\ de\ Indicadores}$$

$$NiveldeImpacto\ Empresarial = \frac{10}{4}$$

$$NiveldeImpacto\ Empresarial = 2,5\ Impacto\ positivo - alto$$

En referencia al Impacto Empresarial se obtiene un Impacto Positivo Alto.

- ✓ **Cultura empresarial:** una eficiente administración conlleva a tener una empresa exitosa y reconocida por sus valores éticos y morales.
- ✓ **Trabajo eficiente y eficaz:** mantener en la empresa un ambiente agradable, trabajo en equipo y libre de rivalidades, ofrecer un trabajo que guste al mercado objetivo, basado en la calidad.
- ✓ **Satisfacción al cliente:** un cliente satisfecho será el lema de la empresa, brindará un ambiente que cubra sus gustos.
- ✓ **Calidad en el servicio:** mantener servicios personalizados que generen una excelente calidad en el servicio, brindando un buen servicio a un precio justo.

#### 7.4 Impacto ético

**CUADRO 156 IMPACTO ÉTICO**

Nivel de Impacto Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
Honestidad							x
Respeto							x
Responsabilidad Social						x	
Responsabilidad Empresarial						x	
<b>TOTAL</b>					<b>0</b>	<b>4</b>	<b>6</b>

**Fuente:** Estudio de Factibilidad

**Elaborado por:** La Autora

$$NiveldeImpactoÉtico = \frac{\sum Nivel de Impacto}{Numero de Indicadores}$$

$$NiveldeImpactoÉtico = \frac{10}{4}$$

$$NiveldeImpactoÉtico = 2,5 \text{ Impacto positivo – alto}$$

El impacto ético es positivo - alto basado en los valores éticos y morales.

- ✓ **Honestidad:** los datos presentados en el presente proyecto se han realizado honestamente garantizando así la confiabilidad de los datos presentados.
- ✓ **Respeto:** sobre todo a los derechos de las otras personas, respetando las normas, leyes y políticas establecidas en el país.
- ✓ **Responsabilidad social:** asumir de manera responsable las obligaciones encomendadas a cada puesto de trabajo, cumplir con valores éticos y morales, y mantener una ética intachable.
- ✓ **Responsabilidad empresarial:** crear una imagen corporativa basada en valores humanos, éticos y morales, para ser reconocidos como una empresa con credibilidad profesional y posicionarse en el mercado como ejemplo de superación.

## 7.5 Impacto tecnológico

**CUADRO 157 IMPACTO TECNOLÓGICO**

Nivel de Impacto Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
Innovación de tecnológica							x
Crecimiento del negocio							x
Implementación de maquinaria							x
<b>TOTAL</b>							<b>9</b>

**Fuente:** Estudio de Factibilidad

**Elaborado por:** La Autora

$$NiveldeImpactoTecnológico = \frac{\sum Nivel de Impacto}{Numero de Indicadores}$$

$$NiveldeImpacto Tecnológico = \frac{9}{3}$$

*Nivel de Impacto Tecnológico = 3 Impacto positivo – alto*

El impacto tecnológico es positivo – alto.

- ✓ **Innovación tecnológica:** brindar a la ciudadanía tecnología actualizada, por ser uno de los pilares fundamentales en la vida del ser humano, para tener éxito como empresa.
- ✓ **Crecimiento del negocio:** renovar constantemente la tecnología que ofrecerá la sala de juego de bolos, puesto que adquirir o mantener tecnología obsoleta llevaría al fracaso de la empresa.
- ✓ **Implementación de maquinaria:** investigar a través de los medios de comunicación como lo es el internet, la elaboración o fabricación de nuevos e interesantes productos, que se puedan ofrecer de acuerdo a la visión de la empresa.

## 7.6 Impacto general

**CUADRO 158 MATRIZ DE IMPACTO GENERAL**

Nivel de Impacto Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social						x	
Impacto Económico							x
Impacto Empresarial							x
Impacto Ético							x
Impacto Tecnológico							x
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>12</b>

**Fuente:** Estudio de Factibilidad

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Nivel de Impacto general} = \frac{11}{5}$$

*Nivel de Impacto General = 2,8 Impacto positivo – alto*

El impacto general del proyecto estudio de factibilidad para la creación de una Sala de Juego de Bolos tiene un impacto positivo – alto, en los impactos económico, ético y tecnológico el proyecto presenta en su totalidad un impacto positivo alto, en el impacto social y empresarial se obtiene un impacto positivo – alto, no en su totalidad puesto que existen variables como la disminución del desempleo que no logrará un impacto positivo - alto sino un impacto positivo medio, el proyecto está encaminado a mejorar la calidad de vida de los trabajadores, inversionistas, y de los habitantes de la ciudad de Ibarra, así como de los turistas nacionales y extranjeros brindándoles un lugar sano para la diversión y distracción.

## CONCLUSIONES

- ✚ Habiendo desarrollado el diagnóstico situacional del proyecto, se puede observar que la ciudad de Ibarra cuenta con aspectos necesarios para el buen funcionamiento de la propuesta creación de la Sala de Juego de Bolos, además se determinó que este proyecto es un atractivo turístico, que generará el interés de grandes y chicos.
- ✚ En el marco teórico se determinó los conceptos de las diferentes variables que se utilizó para realizar el proyecto, definiciones que fueron de útil ayuda para el buen desenvolvimiento de cada uno de los capítulos.
- ✚ De acuerdo a los análisis realizados se concluye que no existe una empresa que brinde este tipo de servicio, por esto tenemos como resultado una gran demanda insatisfecha, por lo que se considera que la creación de esta Sala de Juego de Bolos dará buenos resultados económicos, y un sitio para disfrutar y gozar de un rato agradable con su familia y amigos.
- ✚ Después de realizado el estudio técnico se determinó la ciudad de Ibarra cuenta con los requerimientos técnicos del proyecto; el sitio donde se piensa ubicar la sala de juego de bolos es estratégico, puesto que tendrá mayor afluencia de personas.
- ✚ Realizado el estudio financiero, se observa que se tiene resultados positivos, y que la empresa dará buenos resultados al implementarlo lo que beneficiará tanto a los inversionistas como a los trabajadores al realizar el reparto de utilidades.
- ✚ Se determinó el nombre de la empresa y la forma jurídica de la Sala de Juego de Bolos, además se realizó el organigrama estructural y funcional, como instrumento de organización que da a conocer las funciones, el nivel jerárquico de cada puesto y la responsabilidad.

- ✚ La mayoría de los impactos que tendrá el proyecto son impactos positivo – altos, lo que nos lleva a la conclusión de que se puede mejorar la calidad de vida de los trabajadores e inversionistas a través del movimiento de la empresa y entregar a la ciudadanía un lugar para la distracción que lo puede disfrutar en compañía de amigos o familia.

## RECOMENDACIONES

- ✚ Al analizar los aspectos se recomienda la puesta en marcha del proyecto creación de una sala de Juego de Bolos, aprovechando los recursos que posee la ciudad de Ibarra, implantando este proyecto en el menor tiempo posible.
- ✚ Aprovechar de manera eficiente la no existencia de competencia, ofertar este servicio en la ciudad de Ibarra diseñando un futuro de éxito.
- ✚ Se recomienda realizar una campaña publicitaria fuerte a través de vallas publicitarias, anuncios en la prensa, cuñas en las radios, volantes, creación de un página de internet y la compra de un bolo gigante, todo aquello con el fin de dar a conocer a la población ibarresa y a los turistas la existencia de esta nueva empresa.
- ✚ Desarrollar políticas de calidad, para la adquisición de cualquier maquinaria o equipo que la empresa vaya a solicitar y aprovechar de la mejor manera los recursos tecnológicos, financieros y humanos, para brindar servicios de calidad.
- ✚ Realizar estados financieros de una manera periódica trimestral, con el fin de poder observar el manejo de los recursos de la empresa y ver cómo va la marcha normal con el fin de tomar decisiones que beneficien la eficiencia y eficacia de la empresa.
- ✚ Se recomienda realizar un reglamento interno de políticas realizado por un abogado, para el cumplimiento tanto de derechos,

obligaciones, sanciones, permisos, vacaciones, llamados de atención, etc. con el fin de que se tenga un instrumento legal para el buen funcionamiento de la Sala de Juego de Bolos.

- ✚ Se recomienda que la empresa tenga como base primordial el manejo de los desechos, y se impartan cursos acerca del manejo de los mismos, con el fin de evitar la contaminación, y mantener una cultura empresarial basada en valores éticos y morales.

## Bibliografía

- Alcaraz, Rafael. (2011). *Emprendedor de Éxito*. México: McGraw-Hill Cuarta Edición.
- Alcarría, José. (2009). *Contabilidad Financiera I*. España: Universitat Jaume.
- Amaru, Antonio. (2009). *Administración para Emprendedores*. México: Pearson Primera Edición.
- Anzola, Sérvulo. (2010). *Administración de pequeñas Empresas*. México: McGraw-Hill Tercera edición.
- Arrellano, Rolando. (2010). *Marketing: Enfoque América Latina*. México: Pearson Primera Edición.
- Asencio, Eva., Vásquez, Beatriz. (2008). *Como crear una nueva empresa: para sobrevivir a la crisis*. España: Paraninfo.
- Asencio, Eva; Vasquez , Beatriz;. (2009). *Empresa e Iniciativa Empendedora*. España: Panarinfo Primera Edición.
- Baca, Gabriel. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill Sexta Edición.
- Chorro, Miguel. (2010). *Financiamiento de la inversión de pequeñas y medianas empresas*. Santiago de Chile: Paraninfo Primera Edición.
- D`Andrea Guillermo, Huete Carlos, Lovelock James, Reynoso Javier, Wirtz Jobs. (2011). *Administración de Servicios*. México: Sintesis Primera Edición.
- García, Francisco; García , Pedro; Gil, Mario;. (2010). *Operaciones Básicas y Servicios en Bar Cafetería*. Madrid España: Paraninfo Primera Edición.
- Gitman, Lawrence - Zutter, Chad. (2012). *Principios de administración fiannciera*. México: Pearson Decimo Segunda Edición.
- Hurtado, Darío. (2009). *Principios de Administración*. Medellín Colombia: Fondo Editorial ITM.

- Longenecker Justin, Moore James, Petty Nicola, Palich Leslie. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. México: Ediciones OVA Décimo Cuarte Edición.
- Lane, Kevin. (2008). *Administración estratégica de Marca*. México: Pearson Tercera Edición.
- Limas, Sonia. (2011). *Marketing Empresarial*. Bogota - Colombia: Ediciones de la U Primera Edición.
- Llanos, Juan. (2009). *Bases de Administración*. México: Trillas Primera Edición.
- Maqueda, Javier. (2010). *Marketing Innovación y nuevos negocios*. Madrid. España: ESIC.
- Meza, Jorge. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá Colombia: Ecoe Ediciones Tercera Edición.
- Murcia, Jhony. (2009). *Proyectos formulación y criterios de evaluación*. México: Alfaomega Primera Edición.
- Ochoa, Guadalupe. (2009). *Administración financiera*. México: McGraw-Hill Segunda Edición.
- Ojeda. Carmen; Marmol. Patricia. (2012). *Marketing Turístico*. España: Paraninfo Primera Edición.
- Rincon, Carlos. (2011). *Presupuestos Empresariales*. Bogotá: Ediciones Ecoe Primera Edición.
- Sapag Nassir; Sapag Reinaldo. (2010). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Sarmiento, Ruben. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito - Ecuador: Andinos S.A. Segunda Edición.
- Zapata, Pedro. (2011). *Contabilidad General con base en las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF*. Bogotá - Colombia: McGraw-Hill Séptima Edición.

## Lincografía:

- Diccionario de la Lengua. (s.f.). Obtenido de [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com)
- Federación Española del Fútbolín. (s.f.). Obtenido de <http://www.fefm.es/index/futbolines>
- Gran Enciclopedia de la Economía. (s.f.). Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>
- Ibarra Puro Encanto, T. (s.f.). Obtenido de <http://www.touribarra.gob.ec/>.
- Izquierdo, M. C. (mayo de 2011). *Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador*. Obtenido de <http://retos.ups.edu.ec/documents/1999140/2025183/Art6.pdf>
- Lapos, S. (2009). *decoration.com*. Obtenido de <http://www.decoration.com/es/disenos-recamaras/sala-de-estar/index.html>
- Marulanda, J. (2009). Obtenido de <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista>
- Quijano, S. (2012). Obtenido de <http://stevenqbillar.blogspot.com/>
- vivabien.co. (2013). Obtenido de [http://vivabien.co/4-beneficios-para-la-salud-de-bowling-descalzo\\_14abd.html](http://vivabien.co/4-beneficios-para-la-salud-de-bowling-descalzo_14abd.html)
- Sisk, H. (2012). Obtenido de <http://definicion.de/administracion/>
- <http://www.panbowling.com/en/index.html>
- [www.ibarra.gob.ec](http://www.ibarra.gob.ec)
- <http://chilebowling.blogspot.com/>
- <http://bolos.galeon.com/origen-bolos.htm>
- <http://gerenciacarlos.zoomblog.com>
- <http://www.febolos.es/Default.asp>
- <http://www.fefm.es>
- <http://stevenqbillar.blogspot.com/2012/10/definicion-del-billar.html>

ANEXOS

## Anexo N°1

### TASA HISTÓRICA DE TURISMO

La tasa histórica de Turismo de la ciudad de Ibarra, se obtuvo de las visitas turísticas registradas en la oficina I- tur que queda en las calles Oviedo y Sucre (Esquina del coco), del Ilustre Municipio de Ibarra años 2011(Población año pasado), y 2012 (Población actual).

Tasa histórica de turismo

#### FÓRMULA

$$T = (P1/P0) * 100$$

P1: Población Actual 1234

P2: Población Año Pasado 1206

Tasa histórica: 2,32%

## Anexo N° 2

Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Ibarra.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**ENCUESTA**

**Introducción.**

Esta encuesta es realizada con fines de carácter académico y los datos obtenidos serán de mucha ayuda para el éxito de la investigación para la creación de una Sala de Juego de Bolos.

**Objetivo General.**

Determinar el grado de aceptación de la población económicamente activa para la creación de Una Sala de Juego de Bolos en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

**Instrucciones.**

Marque con una X donde corresponda.

1. ¿Qué lugares de entretenimiento frecuenta usted?

Juegos Electrónicos	
Billares	
Futbolines	

2. ¿Con que frecuencia asiste usted a estos lugares de entretenimiento?

Lugares De Entretenimiento	Una vez por semana	Fines de semana	Una vez c/quince días	Una vez al mes	Cada tres meses
Juegos Electrónicos					
Billares					
Futbolines					

3. ¿Con quién asiste a lugares de entretenimiento?

Solo ( )

Amigos ( )

Familiares ( )

4. ¿Conoce acerca del juego de los Bolos?

Si ( )

No ( )

5. ¿Ha practicado alguna vez el deporte de los Bolos?

Si ( )

No ( )

6. ¿Le gustaría aprender a jugar Bolos?

Si ( )

No ( )

7. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una Sala de Juego de Bolos en la ciudad de Ibarra?

Si ( )

No ( )

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de una Sala de Juego de Bolos?

<b>BOLOS</b>	<b>BILLAR</b>	<b>JUEGOS ELECTRÓNICOS</b>	<b>FUTBOLINES</b>
\$3,00	\$1,50	\$0,25	\$0,50
\$5,00	\$2,00	\$0,50	\$0,60
\$7,00	\$2,25	\$1,00	\$0,90
\$10,00	\$2,50	\$1,25	\$1,00

9. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que le ofrezca la Sala de Juego de Bolos?

Bar-Cafetería ( )

Sala de Star ( )

Juegos Electrónicos ( )

Billar ( )

Futbolines ( )

10. Desearía que de lunes a jueves sean más económicos los costos por el servicio.

Si ( )

No ( )

11. ¿Cuál de los nombres siguientes le parece mejor para la nueva Sala de Bolos?

Bowling Center ( )

Bowling Game ( )

Bowling Ibarra ( )

Bowling White City ( )

Crazy Bowling ( )

**DATOS TÉCNICOS:**

**Edad:** 15-25 ( ) 26-35 ( ) 36-50 ( ) 51-en adelante ( )

**Género:** Masculino ( ) Femenino ( )

**Ocupación:** Estudiante ( ) Empleado Particular ( )

Empleado Público ( ) Profesional ( )

**Gracias por su colaboración.**

### Anexo N° 3

Encuesta realizada a los Turistas Nacionales y Extranjeros que ingresan a la Ciudad de Ibarra.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**ENCUESTA**

**Introducción.**

Esta encuesta es realizada con fines de carácter académico y los datos obtenidos serán de mucha ayuda para el éxito de la investigación para la creación de una Sala de Juego de Bolos.

**Objetivo General.**

Determinar el grado de aceptación de los turistas nacionales y extranjeros para la creación de Una Sala de Juego de Bolos en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

**Instrucciones.**

Marque con una X donde corresponda.

1. ¿Qué lugares de entretenimiento frecuenta usted?

Juegos Electrónicos	
Billares	
Futbolines	

2. ¿Con que frecuencia asiste usted a estos lugares de entretenimiento?

Lugares De Entretenimiento	Una vez por semana	Fines de semana	Una vez c/quince días	Una vez al mes	Cada tres meses
Juegos Electrónicos					
Billares					
Futbolines					

3. ¿Con quién asiste a lugares de entretenimiento?

Solo ( )

Amigos ( )

Familiares ( )

4. ¿Conoce acerca del juego de los Bolos?

Si ( )

No ( )

5. ¿Ha practicado alguna vez el deporte de los Bolos?

Si ( )

No ( )

6. ¿Le gustaría aprender a jugar Bolos?

Si ( )

No ( )

7. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una Sala de Juego de Bolos en la ciudad de Ibarra?

Si ( )

No ( )

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de una Sala de Juego de Bolos?

<b>BOLOS</b>	<b>BILLAR</b>	<b>JUEGOS ELECTRÓNICOS</b>	<b>FUTBOLINES</b>
\$3,00	\$1,50	\$0,25	\$0,50
\$5,00	\$2,00	\$0,50	\$0,60
\$7,00	\$2,25	\$1,00	\$0,90
\$10,00	\$2,50	\$1,25	\$1,00

9. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que le ofrezca la Sala de Juego de Bolos?

Bar-Cafetería ( )

Sala de Star ( )

Juegos Electrónicos ( )

Billar ( )

Futbolines ( )

10. Desearía que de lunes a jueves sean más económicos los costos por el servicio.

Si ( )

No ( )

11. ¿Cuál de los nombres siguientes le parece mejor para la nueva Sala de Bolos?

Bowling Center ( )

Bowling Game ( )

Bowling Ibarra ( )

Bowling White City ( )

Crazy Bowling ( )

**DATOS TÉCNICOS:**

**Edad:** 15-25 ( )    26-36 ( )    37-50 ( )    51-en adelante ( )

**Género:** Masculino ( )    Femenino ( )

**Turista:** Nacional ( ) Ciudad \_\_\_\_\_

Extranjero ( ) País \_\_\_\_\_

**Frecuencia de visita a la Ciudad:** Mensual ( ) Trimestral ( )

Semestral ( )    Anual ( )

**Gracias por su colaboración.**

**Anexo 4**

**OFICIO SOLICITUD BILLARES Y JUEGOS ELECTRÓNICOS**

Ibarra, 29 de enero de 2014

Señores  
MINISTERIO DE SALUD

Presente.-

Yo Julia Estefanía Ramírez Daza, con cédula de identidad N° 100286079-7, solicito de la manera más comedida se me facilite la información acerca del registro de juegos electrónico y billares que existen en la ciudad de Ibarra y la provincia de Imbabura; dicha información se utilizará con fines académicos para la realización de mi trabajo de grado.

Agradezco su gentileza.

Atentamente;



Julia Ramírez  
EGRESADA DE LA U.T.N.



## Anexo 5

### Oferta Billares

Propietario	Razón Social	Tipo de Establecimiento	Categoría	Dirección	Cantón	Ciudad	Parroquia
MORALES ROSERO PEDRO RODRIGO	BILLARES	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	AV. MARIANO ACOSTA 26-41	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
ROSETO VILLALBA LUISA HUMBERTINA	BILLARES	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	AV. MARIANO ACOSTA 26-41	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
OSORIO CASALLAS JOHN WILLIAM	CLUB EURO IBARRA	SALONES DE BILLARES	1) PRIMERA	AVDA. PEREZ GUERRERO 6-22	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
SIERRA DE PARREÑO ROSA TULIA	SALON DE BILLARES	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	CABEZAS BORJA 2-75	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
VALENCIA GARZON GABRIEL CALIXTO	BILLARES GABRIEL	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	CALLE 13 DE ABRIL Y AMBATO	IBARRA	IBARRA	EL SAGRARIO
SALAS JUMA HILDA GUADALUPE	BILLAS EL RETORNO	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	COLON 9-49	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
SANCHEZGARCIA JORGE ANIBAL	BILLARES EL CHANCE	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	FRANCISCO MONCAYO S/N Y JOSE TOBAR	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
YAMBAY LUCERO PEDRO	BILLARES PEDRITO	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	JUAN HERNANDEZ Y PROF. JULIO PAREDES	IBARRA	IBARRA	EL SAGRARIO
PALACIOS MORETAMARIA TERESA DE LOS ANGELES	BILLARES CIUDAD DE IBARRA	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	JUAN LEON MERA 3-58 Y RAFAEL TROYA	IBARRA	IBARRA	EL SAGRARIO
CHAMORRO CASTRO PABLO PRIMITIVO	SODA BAR Y BILLAS	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	LUIS FELIPE BORJA 2-02	IBARRA	IBARRA	EL SAGRARIO

LOPEZ AIDA FABIOLA	EL PALACIO DEL BILLAR	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	OBISPO MOSQUERA 3-65	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
OSORIO CASALLAS JULIO CESAR	EURO IBARRA	SALONES DE BILLARES	1) PRIMERA	OLMEDO 10-65	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
OSORIO CASALLAS JOHN WILLIAM	CLUB EURO IBARRA	SALONES DE BILLARES	1) PRIMERA	OLMEDO 10-65 Y COLON	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
CAICEDO ACOSTA LUZ ANGELICA	OCASO	SALONES DE BILLARES	2) SEGUNDA	RIO BLANCO 7-30 Y RIO JUBONES	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO

### Oferta Juegos Electrónicos

Propietario	Razón Social	Tipo de Establecimiento	Categoría	Dirección	Cantón	Ciudad	Parroquia
GETIAL SALAZAR SONIA ANDREA	CRAZYGAMES	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	ALFREDO ALBUJA GALINDO 8 Y HUGO GUZMAN	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
SOLIS TAMAYO CESAR ALFREDO	JUEGOS ELECTRONICOS	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	ALFREDO GOMEZ JAIME 2-75 Y VICTOR MANUEL GUZMAN	IBARRA	IBARRA	EL SAGRARIO
AGUIRRE ZUÑIGAMARIA FERNANDA	JUEGOS ELECTRONICOS	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	ALFREDO GOMEZ JAIME 6-64	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
GARCIA SALAZAR EDISON PATRICIO	VIDEOS JUEGOS	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	ANTONIO CORDERO 5-17	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
MELO PADILLA SONIA DEL ROCIO	LEMPLOY'S	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	AV. EUGENIO ESPEJO C.C.F. LOCAL 36-37	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO

LOPEZYEPEZBOLIVAR ARMANDO	NINTENDO PLAY CENTER	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	AV. MARIANO ACOSTA 10-08 Y CHICA NARVAEZ	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
BEDOYA LUNA MARIA TERESA		SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	AV. PEREZ GUERRERO Y AV. EUGENIO ESPEJO	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
MONTALVO LOPEZMARIAHIPATIA	SALA DE JUEGOS ELECTRONICOS	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	BARTOLOMESALON 1- 272 Y SAN LORENZO	IBARRA	IBARRA	EL SAGRARIO
PAZ MEDINA JOSEFA ALBA	VIDEO GAMES	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	BOLIVAR 10-82 C.C. LOYRIVER	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
VALLEJOS NAVAS EDGAR SMITH	SMIGARSYSTEMS	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	BOLIVAR Y PEREZ GUERRERO	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
PAZ MEDINA JOSEFA ALBA	VIDEO GAMES	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	C.C. AMAZONAS LOCAL 106	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
ALBA NARVAEZ PATRICIO XAVIER	RINCON DE LOS AMIGOTES	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	LA HUERTA	IBARRA	IBARRA	EL SAGRARIO
DEFAZANDRANGO SILVANO ALEXANDER	GAMEPLANET	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	OBISPO MOSQUERA 6-36	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
AMADOR JARADSALOMONFARID	ULTRA GAMES	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	1) PRIMERA	PLAZA SHOPPING CENTER	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
AGUIRRE PULLES ARMANDO PATRICIO	MUCHGAMES	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	RAFAEL LARREA 3-62 Y BOLIVAR	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
HERNANDEZBERMEO JORGE ENRIQUE	VIDEO GAMES	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	RAFAEL LARREA 4-12	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
JOJOA PORTILLA AMILCAR ESTEBAN	GAMES PLAY STATION	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	SANCHEZ Y CIFUENTES 4-54	IBARRA	IBARRA	EL SAGRARIO

PINEDA GUEVARA SUSANA TERESA	JUEGOS ELECTRONICOS	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	SANCHEZ Y CIFUENTES CCA LOCAL 102	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
GALLEGOS RODRIGUEZ BYRON HERNAN	INTERNET - REDES	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	SUCRE 9-18	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
PAZ MEDINA JOSEFA ALBA	LEO GAMES	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	TERMINAL TERRESTRE	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO
ERAZO LUIS GONZALO	LEMPPLAYS	SALONES DE JUEGOS ELECTRÓNICOS	2) SEGUNDA	TERMINAL TERRESTRE LOCAL 36-37	IBARRA	IBARRA	SAN FRANCISCO

PROFORMAS

FACTURA PROFORMA



FECHA: 28 de marzo de 2014

<b>Exportador</b> Julia Ramírez	<b>Importador</b> Bowling Café ImPLY
<b>NIF</b> 1002860797	<b>NIF</b>
<b>Dirección</b> Ecuador	<b>Contacto</b> Walter Kern
<b>Telefono</b> 593-939997407	<b>Dirección</b> Santa Cruz Do Sul - Brasil
<b>E-mail</b> <a href="mailto:july_ramirez@hotmail.es">july_ramirez@hotmail.es</a> Fax	<b>Telefono</b> CEP 96815-911
	<b>E-mail</b> <a href="mailto:wkern@imply.com.br">wkern@imply.com.br</a> Fax

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNIT	VALOR TOT
6	Pistas Bowling Oficial ImPLY	37.500,00	225.000,00
	LONGITUD Área de Jugadores: 4,00 m (13' 1 ½") Approach: 4,61 m (15' 1 ½") Pista: 19,17 m (62' 10 3/4") Caimiento: 1,73 m (5' 8") Longitud Total: 29,5 m (96' 9 4/5")		
1	Bolo Gigante	5400	5400
	<b>TOTAL</b>		<b>230.400,00</b>

**Walter Kern**

Vendas | Sales | ImPLY Tecnologia Eletrônica @  
 Rodovia ImPLY Tecnologia, 1.111  
 Santa Cruz do Sul | RS | Brasil | CEP: 96815-911  
 Phone: +55 (51) 2106-8000 | Fax: +55 (51) 2106-8001  
 Skype: walter.imply  
[imply.com](http://imply.com)



# COSMOS MULTIJUEGOS



Dirección: Centro Comercial QUICENTRO Av. Morán Valverde y Quitumbe Ñan. Sector Sur,  
Quito, Ecuador.

QUITO · ECUADOR

**PROFORMA**

Nº 00321

Señor(a): Julia Ramírez

Fecha: 28 de marzo de 2014

Cédula: 1002860797

Dirección: Ibarra- Ecuador

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Máquina de Baile Modelo XN	2500	2500
1	Máquina Modelo Pinball	400	400
3	Máquinas multijuegos	130	390
2	Máquinas Cosmos Multijuegos	200	400
		SUB TOTAL	3294,64
		IVA 0%	-
		IVA 12%	395,36
		TOTAL	3690,00



ENTREGUE CONFORME      RECIBI CONFORME

**DISTRIBUIDORA CARLOS ARIAS**  **DISTARIAS CIA.LTDA.**

13 de Abril e Ibarra Esquina , frente al INFA - Norte - Ibarra  
 Telfs. (06) 295-9822  
 (06) 295-1873

QUITO - ECUADOR

N° 000845

**PROFORMA**

Señor: Julia Ramírez  
 Fecha: 29 de marzo de 2014  
 Dirección: Ibarra

Cédula: 1002860797

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
10	Juego de mesa con 4 sillas color negro	150	1500
			<b>SUB TOTAL</b>
			1339,29
			<b>IVA 0%</b>
			-
			<b>IVA 12%</b>
			160,71
			<b>TOTAL</b>
			1500,00



ENTREGUE CONFORME

RECIBI CONFORME



# ARTEFACTA

Calle Sanchez y Cifuentes 1108 y Juan de Velasco  
 Teléfonos: (06) 2953-260  
 Email: [tienda1013@artefactaui.com.ec](mailto:tienda1013@artefactaui.com.ec)

QUITO - ECUADOR

N° 00654

## PROFORMA

Señor: Julia Ramírez

Fecha: 29 de marzo de 2014

Cédula: 1002860797

Dirección: Ibarra

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Cocina marca Indurama codigo MB0984374	680	680
		SUB TOTAL	607,14
		IVA 0%	-
		IVA 12%	72,86
		TOTAL	680,00

RECIBI CONFORME

ENTREGUE CONFORME



Ibarra, 27 de Marzo del 2014

Señores.

JULI RAMIREZ  
OVIEDO 1-123  
RUC:

Ciudad.- IBARRA

De mis consideraciones:

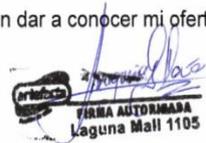
## COTIZACION

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
REFRIGERAD RF 263 BEAES/ ED SAMSUNG	\$2,598.96	1.00	\$2,598.96
MICROONDAS X01120 MD MABE	\$179.28	1.00	\$179.28
LICUADORA 4655-013	\$111.02	2.00	\$222.04
			\$2,957.52

De acuerdo a lo solicitado tengo bien dar a conocer mi oferta :

Nuestros precios incluye IVA.

Oferta valida por 15 dias.



Atentamente,

**DARIO AMAGUAÑA**  
**ASESOR COMERCIAL**  
**ARTEFACTA 1105 IBARRA**  
Celular: 062-505044-0999086345

# Almacén "UNICORNIO"

HIDALGO AMAGUAÑA MARIA GLADIS RUC: 1001864584001  
Dir: Av. Pérez Guerrero 7-69 y Sánchez y Cifuentes Ibarra

## PROFORMA

Nº 0000082

Señor: Juli Pumirez  
Fecha: 2014/03/28 RUC:  
Dirección: Quiedo 1-168 Telf:

CANT.	DESCRIPCION	VAL. UNIT.	VALOR TOTAL
1	Pescachora Ostra	82 <sup>50</sup>	82 <sup>50</sup>
2	Uta Flores 24 pames	47 <sup>50</sup>	95 <sup>00</sup>
1	Jgo de ollas unicornio	30 <sup>50</sup>	30 <sup>50</sup>
3	Santitas Teflon 18-20.24	16 <sup>50</sup>	16 <sup>50</sup>
1	Jgo de Cuchillos (5)	10 <sup>75</sup>	10 <sup>75</sup>
4	Doc Tened Gdes	20 <sup>40</sup>	81 <sup>60</sup>
4	Doc Tened Red	12	48
4	Doc Tened Pqg	9 <sup>50</sup>	38
2	Doc Cucheros pqa	2 <sup>50</sup>	5
2	Doc Cucheros Gdes	27 <sup>5</sup>	55 <sup>00</sup>
2	Doc Tened	32 <sup>5</sup>	65 <sup>00</sup>
Subtotal			374.87
IVA 0 %			
IVA 12 %			44.98
TOTAL \$			419.85

  
Entregue conforme

Recibi conforme

# Almacén "UNICORNIO"

HIDALGO AMAGUAÑA MARIA GLADIS RUC: 1001864584001  
Dir: Av. Pérez Guerrero 7-69 y Sánchez y Cifuentes Ibarra

## PROFORMA

Nº 0000083

Señor: Juli Pumirez  
Fecha: 2014/03/28 RUC:  
Dirección: Quiedo 1-168 Telf:

CANT.	DESCRIPCION	VAL. UNIT.	VALOR TOTAL
2	Doc Cuchillos mesa	6 <sup>90</sup>	13 <sup>80</sup>
100	Vasos Presmo Gde	0 <sup>55</sup>	55
100	Copas Champagne	0 <sup>85</sup>	85
50	Vasos largos 25cm	0 <sup>75</sup>	37 <sup>50</sup>
3	Tablas Pcon. (p-m-gd)	16 <sup>00</sup>	48
2	Rollo de queso	27 <sup>5</sup>	55 <sup>00</sup>
2	Rollo de cebolla	2 <sup>00</sup>	4
100	Posillos Guacamole	0 <sup>75</sup>	75
10	Frescos salsa tom	0 <sup>85</sup>	8 <sup>50</sup>
10	Frescos mojonero	0 <sup>85</sup>	8 <sup>50</sup>
Subtotal			304.29
IVA 0 %			
IVA 12 %			36.51
TOTAL \$			340.80

  
Entregue conforme

Recibi conforme





# LINEA NUEVA

mobiliario Cia. Ltda.

PROFORMA  
N°02633

RUC:1091734547001

Ibarra, 27- DE MARZO DE 2014

Cliente: JULY RAMIREZ

Dirección: OVIEDO 1-128 Y JUAN MONTALVO

TELF: 0992821448

Ruc:

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	PRESIDENCIA DE VIDRIO Templado 12mm IMP. KD708 Tamaño 200cm. Estructura Metálica Especial acabados en pintura Electroestática Llana, Faldón Metálico Perforado. Incluye (1) Credenza auxiliar de 1.20cm x 0.40 cm x altura a 0.60cm Con Puertas divisiones Internas. (1) Gavetero de 3 cajones con Seguridad. Diseño Exclusivo		830.36
1	SILLON PRESIDENTE 588 cromado Anatómico c/b importado		176.79
4	SILLA OPERATIVA "FOCUS" Nacional C/brazos Espaldar Semireclinable sistema de regulación de altura, Base 5 Puntas con garruchas Plásticas Tapiz en cuerina Negra.	77.68	310.72
1	ARCHIVADOR METÁLICO DE 4 GAVETAS, Provisto con mecanismos de Seguridad para las cuatro gavetas, Sistema interno de riel, Elaborado en tol de 1.1mm Acabados en Pintura Electroestática y Texturizada. color Negro.		191.96
5	SILLA VISITA "ISO" estructura metálica con tapiz en tela doble malla color Negro.	31.25	156.25
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		<b>Subtotal</b>	<b>1,666.08</b>
Forma de Pago: 60% Al Pedido y 40% a la Entrega.			
Validez Proforma: Quince días		<b>IVA 12%</b>	<b>199.93</b>
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		<b>TOTAL \$</b>	<b>1,866.01</b>

 LINEA NUEVA  
Industria del Mobiliario  
RUC: 1091734547001

Entregué Conforme  
Irene Játiva

*Reinventamos espacios*  
Muebles para Oficina y Hogar

Recibi Conforme  
Exhibición: Pedro Montalvo y Olmedo Esq.  
(Frente al Banco Pacifico) Telfs: 2953-400 / 2611-107  
Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Oviedo  
(Frente Iglesia San Francisco) Telf: 2612-791  
Ibarra - Ecuador

www.lineanuevamobiliario.com

e-mail: lineanuevamobiliario@gmail.com









CORPORACION FAVORITA C.A. - 151 IBARRA CENTRO

Ruc: 1790016919001

COTIZACIÓN (Válida por 6 días)

No de Pedido: 1513914865067

**Datos del cliente:**

**Datos del contacto:**

Documento: CI: 1002860797

**SIN CONTACTO**

Nombre: RAMIREZ DAZA JULIA ESTEFANIA

Teléfono: TD: SN - TT: SN - TC: SN

Email: july\_ramire@hotmail.es

Lugar y Fecha: IBARRA, 2014-03-27

Elaborado en: 151 - IBARRA CENTRO

Teléfono Local: 062601340

Administrador Local: Manuel Peralbo Mora

Detalle del Pedido (I: valor aplicado el IVA)

No	Código barras	Artículo	Cant.	Peso Kg.	V.Unit.	V.Unit.Iva	Tot. Bruto Inc. IVA	Tot. Neto Inc. IVA
1	759494004376	220V ENERGIZANTE, 365 ml BA000147, 12	3000		0.81	0.93	2,721.60 I	2,553.60
2	7702425524538	SCOTT PANOS LIMPIAMAX, X 5 30202842, 24	50		2.26	2.53	126.56 I	126.56
3	78602632	PILSENER TWIST OFF, 330 cc 87124, 24	5000		0.73	0.82	4,088.00 I	3,864.00
4	7861000100366	PALAS DE BASURA., UNID IGLESIAS, 12	10		4.35	4.87	48.72 I	46.26
5	7861001261196	MAGGI MAYONESA DOYPACK, 900g 7861001261196, 14	400		4.33	4.85	1,939.84 I	1,939.84
6	7861003120316	FAMILIA SERVI PEQUENA, X 300 20077, 20	5000		1.53	1.71	8,568.00 I	8,120.00
7	7861005200054	MINERVA ESPECIAL, 400 g PTES0054, 40	100		3.55	3.98	397.60 I	397.60
8	7861006000080	ESTRELLA FIBRA, gde PT060102, 100	20		0.36	0.40	8.06 I	8.06
9	7861006753641	LUNCHI PACK SURTIDO, 480 g 536, 6	400		3.84	4.30	1,720.32 I	1,630.72
10	7861009100039	BRUJITA CABEZA ESCOBA J.PLUMADA, und , 12	10		1.21	1.36	13.55 I	13.55
11	7861009100152	BRUJITA CABEZA TRAPEADOR, und , 12	10		1.26	1.41	14.11 I	14.11
12	7861009940048	SUPAN REBANADAS BCO ., 500g 7861009940048, 10	1000		1.38	1.38	1,380.00	1,310.00
13	7861013700096	PLUM.SALCH.LINEA DIARIA, 1000g 40422, 5	300		4.41	4.41	1,323.00	1,323.00
14	7861018220254	ANDES SALSA TMTE ECONOPACK, 1000 g 322, 6	400		2.59	2.90	1,160.32 I	1,160.32
15	7861024000031	KALIPTO, 1 gl 218, 6	20		5.15	5.77	115.36 I	115.36
16	7861024609456	DASANI SIN GAS ., 500cc 7861024609456, 12	4000		0.33	0.37	1,478.40 I	1,478.40
17	7861024610858	FUZE TE VERDE ., 550ml 7861024610858, 12	5000		0.63	0.71	3,528.00 I	3,304.00
18	7861036712441	LAVA MANDARINA Y ALOE, 1000 g 1244, 12	100		2.21	2.48	247.52 I	234.08
19	7861039910103	DULACS MOZZARELLA QUESO, 500g 1110, 12	400		3.60	3.60	1,440.00	1,440.00
20	7861048690133	FAVORITA, 1 l 3051183C22, 15	150		2.45	2.45	367.50	348.00
21	7861049300055	VALDEZ AZUCAR, 5 kg CAVSA, 5	40		4.68	4.68	187.20	177.60
22	7861051520373	BIO SOLUTIONS PH JUMBO, 200 mts. 600000-7, 12	200		2.22	2.49	497.28 I	497.28
23	7861057600505	LA GRUESA FUNDA BASURA, 73X91 0001010, 40	200		2.67	2.99	598.08 I	598.08
24	7862112290181	CLOROX REGULAR, 3800 ml 7862112290181, 3	100		3.52	3.94	394.24 I	394.24
<b>TOTAL A PAGAR:</b>								<b>31,094.66</b>

(-) El descuento se aplica sobre el precio del artículo sin IVA

**RESUMEN TRIBUTARIO**

Detalle de los descuentos sin IVA

DESCRIPCIÓN	V.TOTAL	PORCENTAJE	DESCUENTO
Por Mayorista (Incluido por artículo)	22,856.86	---	1,143.30
<b>T. DESCUENTO:</b>			<b>1,143.30</b>

<b>SUBTOTAL BRUTO SIN IVA:</b>	29,399.10
<b>(-)DESCUENTO:</b>	1,143.30
<b>SUBTOTAL NETO:</b>	28,255.80
TARIFA 0%:	4,598.60
TARIFA 12%:	23,657.20
12% IVA:	2,838.86
<b>COSTO FLETE:</b>	0.00

---

TOTAL: 31,094.66

## NOTAS:

- 1.- Los artículos que estan marcados con un (\*) no tienen suficiente stock.
- 2.- Le recordamos que el archivo del beneficiario debe tener la siguiente información:  
Cédula, nombre, teléfono, local o dirección de domicilio, fecha de entrega.

## OBSERVACIONES:

- 1.- El pago podrá ser: Efectivo, Tarjeta de Crédito, Cheque, etc.
- 2.- En caso de efectuarse Retención a la fuente deberá registrarse a nombre de Corporación Favorita C.A.
- 3.- Si se va a requerir la factura debe canjearse la Nota de Venta, acercándose a Servicios al Cliente y presentar el RUC y la Razón Social.
- 4.- La confirmación del Cliente para surtir esta Proforma, debe ser con un mínimo de 72 Horas de anticipación.
- 5.- Al confirmar debe ser cancelado el valor total de la Proforma.
- 6.- La mercadería está sujeta a disponibilidad.
- 7.- Al confirmar, el valor total de la proforma puede variar debido a un posible costo de flete si existen entregas a domicilio.
- 8.- Al confirmar, el valor total de la proforma puede variar si existen artículos de peso variable ya que estos se reservan con el peso medio y en el momento de ser pesados puede variar el costo.
- 9.- Los precios serán ajustados a favor del cliente.
- 10.- Por la restricción de la ley, **ESTÁ PROHIBIDA LA VENTA Y ENTREGA DE LICORES LOS DÍAS DOMINGOS**

Firma y Sello: \_\_\_\_\_ Elaborado por: AKI 151 SUB JEFE DE ALMACEN IBARRA CENTRO



Anexo N° 7

Cálculo del incremento anual de los sueldos

<b>Detalle</b>	<b>Sueldo Básico Unificado</b>		<b>Variación Anual</b>
Sueldo básico año 2009	218,00	218-240	10,00%
Sueldo básico año 2010	240,00	240-264	10,00%
Sueldo básico año 2011	264,00	264-292	10,50%
Sueldo básico año 2012	292,00	292-318	9,00%
Sueldo básico año 2013	318,00	<b>Promedio Variación</b>	<b>10,00%</b>