



UNIVERSIDAD NACIONAL DE

Título:
LOJA

**“PROPUESTA DE INVERSIÓN PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIO DE JUEGO SALA (BOLOS) PARA LA
CIUDAD DE LOJA”**

Tesis previa a la
obtención al grado de
Ingeniero en Banca y
Finanzas

AUTOR:

Elvis Fernando Sánchez Carrión

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Mg. Sc. Mauricio Guillén Godoy. MAE

**LOJA – ECUADOR
2015**




Docente de la universidad nacional de Loja
Área jurídica social y administrativa
Carrera banca y finanzas
Director de tesis

Ing.
Mauricio Guillén Godoy. MAE

CERTIFICA:

Haber dirigido, en todas sus partes el desarrollo del trabajo de tesis titulado:
**“PROPUESTA DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIO DE JUEGO SALA (BOLOS) PARA LA CIUDAD
DE LOJA”** de autoría de: Elvis Fernando Sánchez Carrión, el informe del
trabajo ejecutado cumple con los requisitos exigidos por los reglamentos
de la Universidad Nacional de Loja, con los procedimientos técnicos de los
Proyectos de Inversión y con las normas de investigación científica, por lo
tanto, autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, julio 2015




Ing. Mauricio Guillén Godoy. MAE
DOCENTE

Autoría

Yo Elvis Fernando Sánchez Carrión, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTOR: ELVIS FERNANDO SÁNCHEZ CARRIÓN

FIRMA: .....
CÉDULA: 110487336-7
FECHA: Loja, julio 2015

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo Elvis Fernando Sánchez Carrión declaro ser autor de mi Tesis titulada: **“PROPUESTA DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE JUEGO SALA (BOLOS) PARA LA CIUDAD DE LOJA”**. Como requisito para optar al Grado de: **INGENIERO EN BANCA Y FINANZAS**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que confines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden contestar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tengan convenio la Universidad.

La Universidad de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un .

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de julio del dos mil quince, firma y autoriza.


FIRMA.....
AUTOR: ELVIS FERNANDO SÁNCHEZ CARRIÓN
CÈDULA: 110487336-7
DIRECCIÓN: EPOCA
CORREO ELECTRÓNICO: elfercochito@hotmail.com
TELÉFONO: 2107-317 **CELULAR: 0986848069**

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Mauricio Guillén Godoy, Mg. Sc.

Tribunal de grado: Ing. Yolanda Campoverde Bustamante, MAE

PRESIDENTA

Ing. John Patricio González Ramón, Mg.Sc.

VOCAL

Ing. Jaime Rodrigo Loján Neira, MCA-CP.

VOCAL

Dedicatoria

En primer lugar le agradezco a Dios por ayudarme, darme la fuerza y el coraje para hacer todo mis sueños realidad, a mis padres, mis hermanos y mi novia por confiar en mí y brindarme su apoyo incondicional.

Elvis Fernando Sánchez Carrión

Agradecimiento

El más sinceros agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja, que por medio del Área Jurídica, Social y Administrativa, permitió desarrollar capacidades, aptitudes, habilidades, valores y actitudes como futuro profesional en Banca y Finanzas.

Al Ing. Mauricio Guillén, en calidad de docente y director de tesis, por habernos brindado sus valiosos consejos, ideas y experiencias, el mismo que nos encaminó para poder cumplir con existo el presente trabajo investigativo.

De igual forma a mis padres y hermanos por el apoyo incondicional que me dan cada día y por motivarme a cada momento con su bello amor para salir adelante, ellos son mi mayor inspiración en mi vida.

El Autor

a) TÍTULO

**“PROPUESTA DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIO DE JUEGO SALA (BOLOS) PARA LA
CIUDAD DE LOJA”.**

b) RESUMEN

El presente trabajo trata acerca de una **“PROPUESTA DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE JUEGO SALA (BOLOS) PARA LA CIUDAD DE LOJA”** que constituye una recopilación de los procedimientos y todo aquello que tiene que ver con la implementación de un nuevo servicio en la ciudad, por lo que se indica y detalla los pasos, documentos, formularios e instituciones a donde se debe acudir.

El siguiente proyecto se encuentra enmarcado y encaminado para las personas que comprenden las edades de 15 a 54 años, siendo estos nuestro mercado efectivo, cabe aclarar que la propuesta no tiene ninguna competencia, es así que se debería aprovechar al máximo a toda la demanda insatisfecha.

El mercado potencial de la empresa de juego de bolos para el año 2015 con duración de 5 años está compuesto por la demanda efectiva que es de 86.940 personas, su demanda potencial es de 103.021 personas, una demanda real de 89.629 y al no tener competencia la demanda insatisfecha es igual a la demanda efectiva.

El respectivo estudio de ubicación de la empresa se lo realiza a través de la macro y micro localización, dándonos como macro localización la provincia de Loja, ciudad Loja, dentro de la micro localización se encontrará dentro del “Centro Comercial Don Daniel” ubicado en las calles: Av. 18 de noviembre y Chile esquina.

La empresa estará conformada por 3 socios, que aportaran cada uno con una cantidad de \$ 22.000 siendo este el capital social de la empresa, por la cual su razón social será "Bowling Center Cia Ltda" ya que serán los únicos socios para la empresa, contando con los niveles legislativo, directivo, de apoyo, asesor, y operativo para el correcto funcionamiento de la empresa, cuenta con los respectivos manuales de funciones para que cada persona sepa que función debe de cumplir de acuerdo a lo indicado y de esa manera llevar acabo sus labores para el buen funcionamiento de la empresa.

El proyecto iniciara con una inversión de \$ 113.590 la misma que generara una utilidad en el primer año de \$ 58.257 y con un una buena administración para los demás años ira aumentando la utilidad, es así que dicha inversión será recuperada en 2 años 9 meses y 14 días.

b) Summary

This paper is about a "INVESTMENT PROPOSAL FOR THE IMPLEMENTATION OF AN ENTERPRISE GAME ROOM SERVICE (BOWLING) FOR THE CITY OF LOJA" which is a compilation of procedures and everything that has to do with the implementation of a new service in the city, so indicated and details the steps, documents, forms and institutions where you should go.

The next project is framed and aimed for people who comprise the ages of 15-54 years, with these our cash market, it is clear that the proposal has no competition, so that should make the most of all the unmet demand .

The potential of the company's bowling 2015 with duration of 5 years market consists of effective demand which is 86 940 people, the potential demand of 103 021 people, a real demand for 89 629 and no competition the unmet demand is equal to the actual demand.

The respective study location of the company is done through the macro and micro location and macro location giving the province of Loja, Loja city, within the micro location will be within the "Don Daniel Mall" located in the streets: Av November 18 and corner Chile.

The company will consist of three members, who will each contribute an amount of \$ 22,000 being the capital of the company, which its name will be "Bowling Center Cia Ltda" as they are the only partner for the company, counting on, executive, legislative support levels, consultant, and operating for the proper functioning of the company, has the respective operating manuals for each person know that function must meet

according to indicated and thus lead out their work for the good functioning of the company.

The project started with an investment of \$ 113,590 the same as generated a profit in the first year of \$ 58,257 and a good administration for others anger years increasing the utility so that the investment will be recovered in 2 years 9 months 14 days.

c) INTRODUCCIÒN

En la era en la que vivimos las actividades de comercio e integración ha superado las barreras de la distancia e incluso la tecnología, hoy en día se puede establecer relaciones de comercio con el ingenio nuestro, sumado a la ayuda de la tecnología lo que permite contactar y establecer vínculos incluso con personas con las cuales nos separamos por infinitas distancias, lo cual nos hace darnos cuenta que la gente día a día trabaja en conseguir su independencia económica, es decir se enfoca en el emprendimiento y la creación de sus propias empresas y comercios, poniendo en ellos todo o incluso el poco capital del cual dispone con el único fin de ir formando poco a poco y tras la adquisición de experiencias sus grandes imperios económicos.

Es por ello que la búsqueda de alternativas de comercio, de intercambio de capital, de oferta y demanda así como la necesidad de la generación de dinero y la circulación del mismo mediante actividades comerciales aun no utilizadas, hizo surgir la necesidad de plantear como una opción posible de comercio y de generación de fuentes de empleos entre otros aspectos positivos del tema, El presente proyecto de tesis surge con el fin de brindar una propuesta de implementación de negocios novedosa para el medio, ya que el tema que se hace referencia no se encuentra explotado y en sus inicios no encontrara fuerte competencia pues no es un negocio que se encuentre ya realizado o en miras de explotación, debemos además tomar en cuenta que los negocios solo funcionan cuando la propuesta atrae al consumidor mediante la puesta en el mercado de un producto bueno, distinto e innovador, es así, que en base a los antecedentes

anteriormente citados y con el fin de poner en ejecución una nueva propuesta de comercio interesante y novedosa se ha denominado al presente tema de Tesis **“PROPUESTA DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE JUEGO SALA (BOLOS) PARA LA CIUDAD DE LOJA”**, dicho trabajo investigativo conlleva la ejecución de un plan de trabajo e investigación metódicos de los aspectos positivos y negativos, de los efectos y resultados, que pudiera conllevar la creación de una nueva alternativa comercial para el entorno en el que vivimos. Hay que tomar en cuenta que muchos negocios con ideas novedosas no han obtenido resultados positivos debido a la falta de planificación, al desconocimiento del mercado, a la falta de capital, y a la inexistencia de un real análisis económico sobre su puesta en ejecución, siendo necesario emprender en un riesgo pero solo si previamente efectuamos un estudio de factibilidad, y un planeamiento estratégico sobre el tema en que pretendemos emprender, tomando iniciativas como la que presentamos por medio del presente trabajo de tesis, lo que permitirá que en nuestro ámbito se vayan abriendo caminos y vías que den apertura a la aparición de nuevos proyectos de índole comercial con réditos a futuro, con enormes proyecciones e incluso con posibilidades de ofertas de tipo laboral para gente del medio, constituyéndose en nuestro objetivo principal que las alternativas que aquí presentamos puedan plasmarse, generando una industria con muchísimas posibilidades de éxito en nuestro entorno en donde aún no ha surgido un lugar de diversión y

esparcimiento, que fácilmente llenaría las expectativas de los clientes de diferentes ámbitos y estratos sociales.

La presente Tesis, para un mejor entendimiento y organización se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Título, el mismo que engloba la razón de ser del presente proyecto de Tesis.

El desarrollo de cuatro estudios que en conjunto facilitaron determinar la factibilidad de inversión del proyecto, a través de: **el estudio de mercado**, con el análisis de la demanda y oferta; **el estudio técnico**, donde se determinó la ubicación específica de la empresa “BOWLLING CENTER” y los costos asociados a la ejecución de la obra; **el estudio administrativo legal**, facilitó determinar la estructura legal de constitución y organizativa de la empresa; y finalmente **el estudio financiero**, en el cual figura la información en forma sistemática y ordenada de carácter monetario, y donde se finiquitó con cálculos reales la factibilidad del proyecto.

Además fue importante la elaboración de las **conclusiones y recomendaciones**, en las que se realizó una síntesis de los aspectos más sobresalientes del proyecto, donde fue posible dar solución a posibles problemas encontrados en el presente estudio.

La Bibliografía, permitió obtener información oportuna sobre los temas relacionados con el trabajo investigativo.

Los **Anexos**, documentos complementarios que aportan al mejoramiento de los contenidos y resultados expuestos en la actual investigación.

Finalmente se encuentra un **índice**, el cual admitirá al lector guiarse en los diferentes contenidos presentados en la Tesis.

d) REVISIÒN DE LITERATURA

Marco teórico

JUEGO SALA

Definición.- “Los bolos son unas piezas de madera que se colocan al final de una pista de madera alargada y estrecha, llamada callejón. El juego el juego consiste en tirar el máximo de bolos con una bola que se hace deslizar por el callejón, la bola suele ser de plástico muy duro y tiene tres agujeros para meter los dedos. Cada bolo caído es un punto y si se tiran todos a la vez hay puntos extras”. (Enciclopedia, 2004, p. 763).

RESEÑA HISTÓRICA

“Arrojar una bola para derribar objetos ha sido el objeto de cierto número de juegos, en varias épocas y en varias partes del mundo. Los implementos para un juego así han sido encontrados en una tumba egipcia de más de 7,000 años de antigüedad y una especie de bolo ha sido popular entre los indígenas polinesios durante varios siglos”. (Enciclopedia, 2004, p 765).

El juego moderno del bolo, que parece definitivamente Americano y muy laico, probablemente salió de una ceremonia religiosa Alemana. En el Siglo III, todos los paisanos alemanes cargaban por protección un Kegel, un garrote similar al shillelagh irlandés. Se volvió una prueba regular de fe en varias iglesias que la persona pusiera su Kegel como objetivo, representando el cielo, y después tirara una piedra intentando derribarlo. Si tenía éxito, se le consideraba libre de pecado.

El bolo eventualmente salió de la iglesia y se convirtió en un deporte laico regular. Con una bola de madera reemplazando a la piedra y múltiples pines (desde tan pocos como tres hasta tantos como diecisiete), reemplazando al único Kegel.

También recibió otro gran empuje de popularidad en la década de los 80, cuando se extendieron las máquinas automáticas de puntuación.

El boliche o juego de bolos fue deporte oficial de exhibición en 1988 en los juegos olímpicos de Corea del Sur y posteriormente se han ofrecido exhibiciones en los días anteriores al inicio de las competencias olímpicas.

Actualmente existe un gran auge por el juego (bolo o boliche) deportivo y existen tours semi-profesionales que atraen a un gran número de jugadores de todas partes del mundo, además este juego hoy en día es un medio de entretenimiento familiar y que se comparte entre amigos, ya que este tipo de juego brinda distracción y compartimiento sano.

JUEGO BOLOS

Según Sevilla Eduardo (2010, Marzo, 10) Comité Olímpico Ecuatoriano. Revista Estadio. *Semana* (45) p. 81. Asegura que: “Los Bolos, son un juego de interior en el cual los jugadores lanzan rodando bolas de madera o sintéticas, a lo largo de una superficie de madera llamada pista, tratando de derribar diez palos de madera llamados pinos.

El mismo se practica sobre una superficie horizontal de madera pulida de 104 a 107 cm de anchura y 18 m de longitud, medidos desde el centro

del primer pino (o cabecera) hasta la línea de fuera de juego, detrás de la cual el jugador debe lanzar la bola. Detrás de la línea de fuera de juego existe un pasillo de al menos 4 m en el que el jugador puede correr varios pasos antes de lanzar la bola; a menos de 5 cm de la última fila de bolos hay un foso acolchado para recibir las bolas y bolos derribados.

Los pinos están situados sobre unos puntos de 6 cm de diámetro (la medida de la base de un pino común) y separados 30 cm unos de otros formando un triángulo de cuatro filas, la primera de las cuales es un sólo pino. Los pinos son de madera dura de 38 cm de altura con un peso mínimo de un kilo; el cuello es estrecho y los lados forman una curva cónica hacia la base. La bola no debe sobrepasar los 68 cm de circunferencia ni los 7 kg de peso; no obstante, existen pesos y medidas inferiores. La bola tiene dos o tres agujeros para el dedo pulgar, medio y anular”.

En campeonatos normalmente juegan dos equipos de uno o dos componentes por cada lado. Cada jugador lanza por turnos, intentando derribar todos pinos con dos lanzamientos; si el jugador tira todos los pinos en el primer lanzamiento consigue un “Strike” (chuza) y añade a los diez puntos ya conseguidos el número de puntos que consiga con las dos bolas siguientes. Si el jugador logra derribar algunos pinos con la primera bola y los restantes con la segunda este consigue un “Spare” (extra) y a los diez puntos ya obtenidos añadirá los ganados con la primera bola lanzada en sus siguientes cuadros. Una partida está formada por diez cuadros y la máxima puntuación posible es 300.

FORMA DE TIRAR LA BOLA



Colocación



1er Paso



2do Paso



3er Paso



4to Paso

Gráfico 1: Forma de lanzar la bola.

Elaboración: El autor.

Colocación

Situarse a unos cuatro pasos de la línea de falta. Sostener la bola a la altura de la cintura, con el brazo en ángulo recto y en línea con el hombro.

Primer paso

Avanzar, simultáneamente, el pie y el brazo con el que se sostiene la bola.

Segundo paso

Balancear la bola con un movimiento pendular, a la vez que el pie

contrario se mueve hacia adelante en línea recta.

Tercer paso

Avanzar el pie derecho y balancear hacia atrás la bola hasta su punto más alto.

Cuarto paso

Mantener los hombros paralelos a la línea de falta. Deslizar hacia delante con el pie izquierdo y flexionando la rodilla izquierda. Dejar que la bola siga su balanceo hacia abajo y soltarla cuando llegue a la altura del pie. Continuar el movimiento del brazo hasta la cabeza.

MARCO CONCEPTUAL

COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO

Los componentes de este estudio profundiza el estudio por medio de los Análisis de Mercado Técnico y Financiero, los cuales son la base por medio del cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

ESTUDIO DE MERCADO

QUE ES MERCADO

“El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio, para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.

Es el estudio de mercado se tiene que:

Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto

Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos

Abarca variables sociales y económicas

Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir para atender una necesidad.

Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a determinado precio". (Córdova, 2006, p. 23).

Metodológicamente, los aspectos que se deben estudiar en el Estudio de Mercado son:

El consumidor del mercado y del proyecto, actuales y proyectados.

La tasa de demanda del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

El producto del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

Comercialización del producto del proyecto.

EL USUARIO

El análisis del usuarios tiene por objeto caracterizar a los usuarios actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos,

motivaciones, entre otros, de manera tal de obtener un perfil sobre el cual puede basarse la estrategia comercial.

INVESTIGACION DE MERCADO

“La investigación de mercado es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercados ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades y evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing”. (Benassini, 2010, p. 34).

DEMANDA

Grajales (2007) dice que generalmente se define la demanda como “las distintas cantidades de un producto que los compradores están dispuestos a adquirir a diferentes precios y en un momento determinado”. Este concepto se puede expresar a través de una línea, cuyos diferentes puntos representan las distintas cantidades del producto que los consumidores puedan adquirir a distintos precios, permaneciendo constantes los precios de bienes sustitutos y complementarios, gustos innovaciones técnicas, la población y el ingreso y su distribución. (p. 45).

DEMANDA INSATISFECHA

“Esta se puede reconocer mediante dos tipos de indicadores. El primero hace referencia al comportamiento de los precios. En los casos en los

cuales existe demanda insatisfecha y no hay controles de precios, estos alcancen niveles muy altos, originando utilidades excesivas. Por su parte el segundo indicador hace relación con la existencia de determinadas intervenciones que permiten establecer controles de precios, y racionamiento”. (Grajales, 2007, p. 33).

OFERTA

Grajales (2007) manifiesta que la oferta es la cantidad de un bien que los productores u oferentes están dispuestos a llevar al mercado de acuerdo a los precios que pueden alcanzar en un momento dado. (p 45).

PUBLICIDAD

“La publicidad es un medio importante de comunicación de masas por difusión (0,5 a 2%). Juega un rol de formación en el dominio estético (grafismos y composición de formas y colores en afiches, avisos, filmes, embalajes, etc.), del lenguaje (prensa, radio, televisión, etc.) y en la construcción y difusión de una “imagen” de los hombres y las mujeres a la que se refieren los miembros de la sociedad en masas. Para ser eficaz, la publicidad debe seducir al receptor, y las páginas de aviso son a menudo más vivas, más coloreadas y atractivas que las partes reaccionales en la prensa y revistas”. (Costa, 2005, p 88).

PROMOCIÓN

“La promoción o comunicación, es el esfuerzo que hace la empresa para informar a los compradores y persuadirlos de que su producto es superior

o ventajoso respecto de los de la competencia. Abarca prácticas disímiles como la publicidad gráfica en los medios y en la vía pública, la publicidad televisiva, la acciones concretas en los puntos de venta, el merchandising, etc". (Dvoskin, 2004, p 115).

PLAZA

“Este término denomina un concepto relacionado con la distribución y la generación de oportunidades de compra: es el lugar donde se concreta el intercambio, el famoso “momento de la verdad”. Comprende dos áreas muy definidas. La primera, como ya se dijo, es el lugar concreto donde se vinculan la oferta y la demanda; la segunda es el proceso necesario para que el producto llegue al lugar de compra: nos referimos a la logística”. (Dvoskin, 2004, p 116).

SEGMENTACION DE MERCADOS

La segmentación de mercados es una actividad que brinda certeza el mercadología en el desarrollo de sus actividades, en forma particular brinda algunas ventajas como:

“Certidumbre en el tamaño del mercado.- al conocer el grupo, podrá calcularse en casi todos los casos el tamaño del mercado, es decir, el número aproximado de personas que conforman el mercado disponible, o sea, el número aproximado de personas que pueden acceder a nuestro servicio.

Claridad al establecer planes de acción.- Al conocer a los integrantes del mercado meta se tendrá claridad en los planes de acción a desarrollar.

Identificación de los usuarios integrantes del mercado.- Conocer a nuestros usuarios nos dará certeza en las decisiones de mercado que se tomen.

Reconocimiento de actividades y deseos del usuario.- Las costumbres de los usuarios nos sirven para saber cómo satisfacer sus necesidades en forma oportuna.

Facilidad para la realización de actividades promocionales.- Las actividades promocionales estarán dirigidas únicamente al grupo de interés, de modo tal que se cuidarán los recursos de la empresa y se tendrán resultados más efectivos.

Simplicidad para planear.- La planeación se simplifica al conceptualizar las actividades para un grupo específico del mercado”. (Fernández, 2008, p. 65).

ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la

determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

TAMAÑO

El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa. “Este concepto de producción normal se puede definir como la cantidad de productos por unidad de tiempo que se puede obtener con los factores de producción elegidos, operando en las condiciones locales que la espera que se produzcan con mayor frecuencia durante la vida útil del proyecto y conducentes al menor costo unitario posible. (Martínez, 2006, p. 89).

CAPACIDAD UTILIZADA

Martínez (2006) afirma que: “Se basa en condiciones técnicas ideales y promedios, conducentes también al menor costo unitario posible, que no reflejan necesariamente la situación real en que operará el proyecto”. (p.44).

LOCALIZACIÓN

El estudio de localización consiste en el análisis de las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios. “El problema de la localización se relaciona con el desarrollo regional, debido a que decisiones acerca de la localización de industrias influye en

el crecimiento de las diferentes regiones de un país. Con frecuencia, la decisión de dónde situar una nueva planta, puede ser determinante, para optar por continuar un proyecto”. (Erossa, 2002, p.89).

MACROLOCALIZACIÓN

“La macro-localización del proyecto, o sea su ubicación en el país o en una región en el subespacio urbano o en el subespacio rural, debe también justificarse en la presentación del proyecto, mostrándose en ambos casos las consecuencias de las alternativas consideradas, en términos de costos de inversión y de operación y de costos sociales”. (Erossa, 2002, p. 99).

MICROLOCALIZACIÓN

Consiste en la selección puntual del sitio para la instalación del proyecto, una vez cumplido el análisis de macro-localización.

Erossa (2002) afirma: “Los factores: existencias de vías comunicacionales, medios de transporte, servicios públicos básicos, topografía y estudio de suelos, condiciones ambientales, tamaño, tecnología, disponibilidad de área para los requerimientos actuales y futuras ampliaciones”. (p, 103).

FLUJOGRAMA

Los flujogramas han sido utilizados durante mucho tiempo por diseñadores, inventores, e ingenieros para poner ideas en forma escrito. “Los detalles del sistema a menudo son numerosos y complicados para ser presentados en forma narrativa, por eso requiere del flujograma, para

poner en forma tangible las rutinas del procedimiento; ayudando a su comprensión, es decir, proporciona un medio superior para la comunicación de ideas, concretándose en un aspecto particular". (Estupiñan, 2006, p. 55).

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Un Estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa.

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

Es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

El manual de organización proporciona una visión general de la empresa sin entrar en detalles, permite visualizar la estructura organizacional, determinar objetivos, políticas, funciones, procedimientos principales, una descripción general de puestos y el directorio que la compone.

MANUAL DE FUNCIONES

Describe en forma detallada todo lo relacionado a cada puesto de trabajo, el manual de funciones viene a ser el complemento del manual de procedimientos están íntimamente relacionados.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO

Es un manual que describe en forma detallada y concisa todos y cada uno de los procedimientos administrativos que se realizan dentro de una empresa.

ASPECTO LEGAL

COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Es una persona jurídica, de derecho privado, con patrimonio propio; su responsabilidad es limitada al capital social de la organización, no existe libre negociación de sus participaciones, intervendrán un mínimo de dos socios.

COMPAÑÍA ANÓNIMA

Es una sociedad cuyo capital está dividido en acciones negociables y cuyos accionistas no responden personalmente de las deudas sociales, sino únicamente por el monto de sus acciones.

COMPAÑÍA DE ECONOMÍA MIXTA

Tienen como función la participación del Estado para promover la inversión en áreas en las cuales el sector privado no pueda hacerlo, son

empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y la industria; prestación de servicios públicos y potenciación de los ya existentes; y, satisfacción de necesidades de naturaleza social.

COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO

Rige en la compañía el principio de conocimiento y confianza entre los socios; los aportes no están representados por títulos negociables, la administración está ligada a los socios, son de naturaleza familiar.

COMPAÑÍA EN COMANDITA SIMPLE

Es una Sociedad Mercantil Personalista, con razón social y capital social representado por partes sociales nominativas; suscritas por uno o más socios comanditados, estos son aquellos que se proyectan simplemente a la administración de los fondos sociales.

COMPAÑÍA EN COMANDITA POR ACCIONES

El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsable, a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles.

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Es el estudio que ordenar y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elabora los cuadros

analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evalúa los antecedentes para determinar su rentabilidad.

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida. Dentro del Estudio Financiero se puede encontrar:

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INTANGIBLES

Se desglosan detalladamente todos los activos tangibles e intangibles, que se van a usar en el proyecto.

INVERSIÓN FIJA

Es la inversión en activos fijos tangibles, tales como terreno, obras físicas; así como la adquisición de mobiliario y equipo, entre otros, para su inicio de operación.

CAPITAL DE TRABAJO

Es aquel que se va destinar en el proyecto en el tiempo que se estime el mencionado proyecto.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Este presupuesto presenta el monto de ingresos generados por la venta de los servicios que se ofrecen.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Se señala en el proyecto si el financiamiento se presenta por endeudamiento con algún ente financiero y la situación actual del mismo, de igual manera se indica el ente financiero al que solicitará el crédito actual.

OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Analizar y explicar el uso de los gastos que se incurrirá por concepto de administración y ventas.

ESTRUCTURA DE COSTO CON FINANCIAMIENTO

Indicar y realizar un análisis descriptivo del cuadro de estructura de costo.

DEPRECIACIÓN

Reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo; debido al desgaste, el paso del tiempo y la obsolescencia

AMORTIZACIÓN

Proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero.

ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Muestra las proyecciones financieras de un proyecto en su horizonte de planeación, lo que permite prever los resultados económicos que tendrá la empresa una vez que se encuentre en operación.

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS CON FINANCIAMIENTO

Realizar un análisis descriptivo de los resultados del Estado de Ganancias y Pérdidas, durante la vida útil del proyecto.

FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO

Realizar un análisis descriptivo de los resultados del Flujo de Caja, durante la vida útil del proyecto.

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Definir conceptualmente los índices financieros y realizar un breve análisis descriptivo de los resultados de los mismos para el proyecto.

Tasa interna de Retorno

Valor Presente Neto

Periodo de Recuperación de Capital

Relación de Beneficio Costo

Evaluación Financiera

Indicadores de Evaluación Financiera.

VALOR PRESENTE O ACTUAL NETO (VAN)

Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del VAN es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa. Luego:

Para obtener el "Valor Actual Neto" de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una "Tasa de Descuento" que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro proyecto o medio de inversión.

Si se designa como FN al flujo neto de un período "n", (positivo o negativo), y se representa a la tasa de actualización o tasa de descuento por "i" (interés), entonces el Valor Actual Neto (al año cero) del período "n" es igual a:

$$\text{VAN} = \text{Fn} / (1+i)^n \text{ o } \text{VAN} = \text{Fn}(1+i)^{-n}$$

Para poder decidir, es necesario definir una tasa de oportunidad del mercado, o sea el rendimiento máximo que se puede obtener en otras inversiones disponibles con similar riesgo.

Los valores presentes individuales se suman y a este resultado se le resta el monto de la inversión, obteniéndose así el valor en el tiempo.

$$\text{VPN} = \text{Sumatoria Flujos Actualizados} - \text{Inversión Inicial.}$$

TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Si la TIR es > que el costo de capital, se acepta el proyecto.

Si la TIR es = que el costo de capital, la inversión es criterio del inversionista.

Si la TIR es < que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Por tasa de descuento se entiende aquella que se utiliza para traer a valor presente los flujos de caja. La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

En donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

T_m = Tasa menor

DT = Diferencia de tasas

VAN = Valor actual Neto

TM = tasa mayor

Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos. Esto significa que se buscará una tasa que iguale la inversión inicial a los flujos netos de operación del proyecto, que es lo mismo que buscar una tasa que haga el VAN igual a cero.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{PRC} = \text{Año que sup. Inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \text{Sumat. de primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}} \right)$$

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no sobre la base del siguiente criterio:

Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente

Si la relación es > 1 el proyecto es rentable

Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable

$$\text{RBC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos actualizados}} - 1$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

La TIR obtenida para el proyecto se da lugar solamente si se cumplen los pronósticos anuales de ventas. Con el análisis de sensibilidad se determina cuál es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo económicamente rentable. El objetivo fundamental del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible.

Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.

Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

Con los flujos anteriores se tiene que obtener el valor presente neto y la TIR, tomando en cuenta el rendimiento esperado por el inversionista.

En base a los resultados obtenidos se analizará el rendimiento de la inversión y sus riesgos para así tomar una decisión sobre bases firmes.

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Pasaca (2004) afirma: “Es el punto de Producción en el que los ingresos cubren solamente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos”. (p. 125)

EN FUNCIÓN DE VENTAS

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que genera.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT} \right)}$$

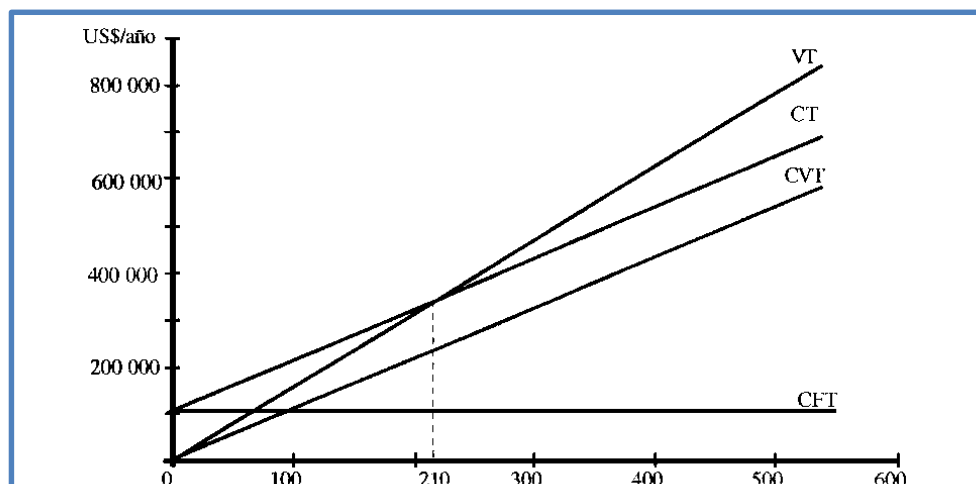
CFT = Costo fijo total

CVT = Costo variable total

VT = Ventas totales.

REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Consiste en presentar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.



e) MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Computador

Internet

Impresiones

Copias

Útiles de oficina

Libros

MÉTODOS

Los métodos que se utilizó fueron los siguientes:

MÉTODO CIENTÍFICO

A través de este procedimiento de investigación fue posible comprobar la factibilidad del proyecto y demostrar consigo beneficios económicos-sociales, y fomentar juegos nuevos no tradicionales en la ciudad de Loja; por lo cual se realizó cuatro estudios que facilitaron detectar dicha factibilidad.

MÉTODO DEDUCTIVO

Se realizó una revisión de temas generales relacionados con la elaboración del proyecto de emprendimiento, lo que permitió obtener resultados particulares, estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero. Los mismos que sirvieron para poder conocer conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales, que serán desarrollados y analizados en el marco teórico.

MÉTODO INDUCTIVO

Mediante este método se realizó el estudio minucioso sobre las diversas particularidades del proyecto y el análisis o interpretación de la información obtenida a través de las encuestas y así llegar a la conclusión general de que si es factible ejecutar el proyecto.

MÉTODO ANALÍTICO

Este método se ejecutó en el análisis e interpretación de los resultados obtenidos y de esta manera determinar la viabilidad de la propuesta de inversión para establecer así alternativas de solución que contribuyan al desarrollo del mismo.

MÉTODO SINTÉTICO

Este método permitió dar las posibles soluciones o recomendaciones para afrontar los problemas surgidos en el proyecto y para idear estrategias encaminadas para aprovechar los aspectos positivos que se han presentado.

TECNICAS DE INVESTIGACION

De la misma manera se utilizaron las siguientes técnicas.

RECOPIACIÓN BIBLIOGRÁFICA

Permitió la recopilación de información bibliográfica de cada uno de los textos indagados en la biblioteca para el desarrollo de la propuesta de inversión.

LA OBSERVACIÓN

Esta técnica se utilizó de forma objetiva, la cual permitirá observar las necesidades del mercado e identificar su principal necesidad del sector.

ENCUESTA

Se realizó para obtener información general acerca de la implementación de una empresa de servicios de juego sala (bolos), esta encuesta se realizó a los habitantes de la Ciudad de Loja que tengan 15 años hasta 54 años de edad.

SEGMENTACION DEL MERCADO

La “PROPUESTA DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE JUEGO SALA (BOLOS) PARA LA CIUDAD DE LOJA”, va dirigida a personas de edades de 15 hasta 54 años de la Ciudad de Loja la cual se segmento de la siguiente manera para poder realizar las encuestas para la implementación de la empresa de servicio.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra: Una muestra es una parte o una porción de una población a estudiar.

En el presente anteproyecto la muestra se calculó aplicando la fórmula para determinar las encuestas a aplicar en la provincia de Loja.

Proyección de la Población de la Ciudad de Loja

Dónde:
Pf= población futura
Pa= población actual
Tc= tasa de crecimiento

$$Pf = Pa_{2010} (1+Tc)^n$$

$$Pf = 170.280 (1+1,52)^4$$

$$Pf = 170.280 (1+0,0152)^4$$

$$Pf = 180.871 \text{ personas en el 2014}$$

Dónde:
Pf= ?
Pa= 180.871 personas
Tc= 1.52% = 0.0152
n= 2014- 2010 = 4

TAMAÑO DE LA MUESTRA (2014)

Dónde:

N= población
 e^2 = margen de error
 Margen de error de aplica el 5%

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

$$n = \frac{130.101}{1 + (0,05)^2 130.101}$$

$$n = \frac{130.101}{326,253}$$

Dónde:

N= 130.101 personas
 e^2 = 0,5%
n = ?

$n = 399$ encuestas

TABLA # 1

proyección de la población de la Ciudad de Loja		
AÑO	POBLACION	EDAD 15 A 54 AÑOS 72 %
2010	170.280	122.483
2011	172.868	124.345
2012	175.496	126.235
2013	178.163	128.154
2014	180.871	130.101
2015	183.621	132.079
2016	186.412	134.087
2017	189.245	136.125
2018	192.122	138.194
2019	195.042	140.294

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

ELABORACIÓN: El Autor

f) RESULTADOS

1. Tabulación de datos

1. Sexo:

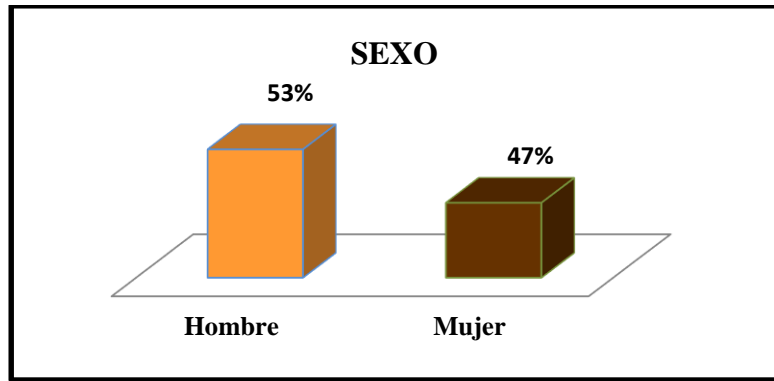
TABLA N° 1

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOMBRE	210	53%
MUJER	189	47%
TOTAL	399	100%

FUENTE: Investigación Realizada

ELABORADO: El autor

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

Interpretación:

Según los datos obtenidos por las encuestas realizadas y desarrolladas se tomó como muestra 399 personas que vivan en el casco urbano de la ciudad de Loja. Donde el 53% de dicha población fueron de género masculino, mientras que el 47% es de género femenino, de esta manera conoceremos que porcentaje de hombres y mujeres fueron encuestados.

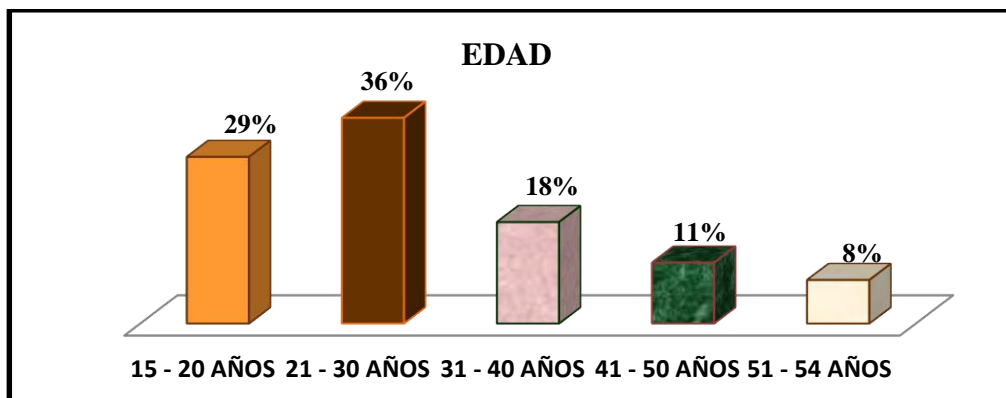
2. Edad

TABLA N° 2

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
15 - 20 AÑOS	115	29%
21 - 30 AÑOS	142	36%
31 - 40 AÑOS	70	18%
41 - 50 AÑOS	42	11%
51 - 54 AÑOS	30	8%
TOTAL	399	100%

FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

GRÁFICO N° 2



FUENTE: Investigación Realizada

ELABORADO: El autor

Interpretación:

En esta pregunta se quiere conocer cuál es la edad de los encuestados, con los datos obtenidos por la encuesta realizada a los individuos, gracias al gráfico podemos observar que del 100%, un 36% de los encuestados tienen entre 21 a 30 años, en un 29% de 15 a 20 años, y en un 18% de 31 a 40 años son los de mayor porcentaje que existe, por lo que puedo darme cuenta que las encuestas en su mayoría han sido aceptadas por personas en un rango de edad de 15 a 40 años lo cual es muy significativo para el estudio que se va a realizar.

3. Su actividad económica es.

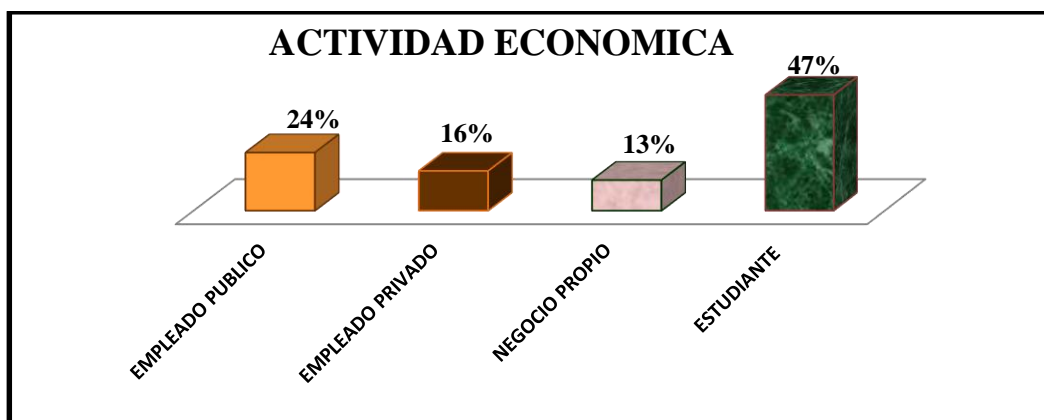
TABLA N° 3

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
EMPLEADO PUBLICO	95	24%
EMPLEADO PRIVADO	65	16%
NEGOCIO PROPIO	50	13%
ESTUDIANTE	189	47%
TOTAL	399	100%

FUENTE: Investigación Realizada

ELABORADO: El autor

GRÁFICO N° 3



FUENTE: Investigación Realizada
 ELABORADO: El autor

Interpretación:

El presente cuadro según la pregunta realizada establece que del 100% de los encuestados un 47% son estudiantes; el 24% empleados públicos; el 16% empleados privados y un 13% con negocio propio, lo que permite evidenciar que los encuestados son la mayoría estudiantes y el resto de alguna manera realizan una actividad laboral lo que permitirá saber qué personas van a ser los futuros clientes y de esta manera enfocarse para obtener aceptación dentro de la ciudad y con el único fin que puedan visitar la propuesta de implementar de una empresa de servicio de juego sala bolos dentro de la ciudad de Loja, para que sea factible.

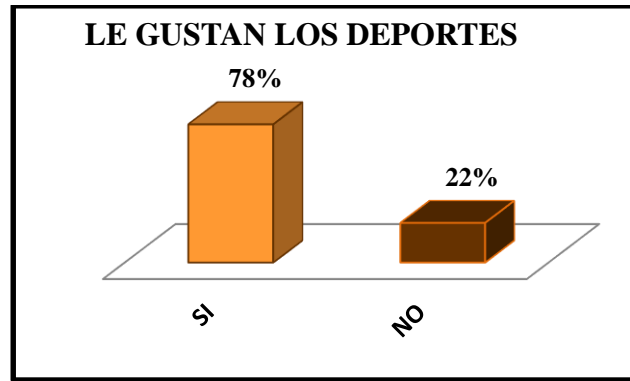
4. ¿A usted? le gustan los deportes o juegos de salón.

TABLA Nº 4

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
SI	310	78%
NO	89	22%
TOTAL	399	100%

FUENTE: Investigación Realizada
 ELABORADO: El autor

GRÁFICO Nº 4



FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

Interpretación:

Esta pregunta fue planteada para conocer si les gustan los deportes o juegos de salón; el 100% de los encuestados, el 78% respondieron que si le gusta el deportes, mientras que el 22% responde que no, lo que significa que la mayoría de encuestados practica o le gusta el deporte, con esta pregunta consiste también conocer la demanda potencial existente.

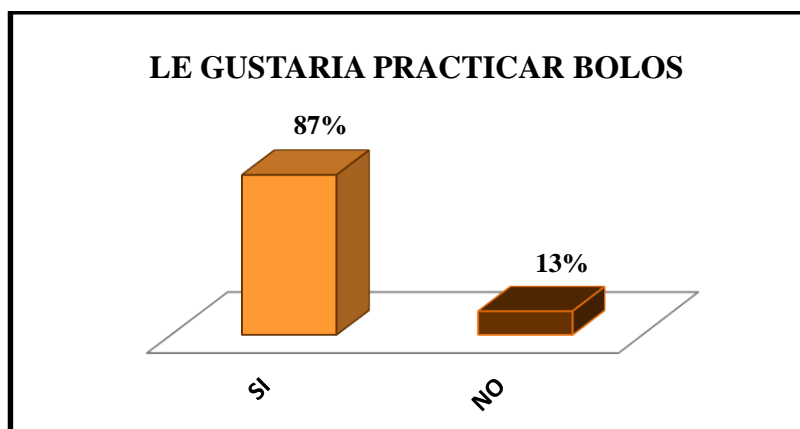
5. Le gustaría practicar el deporte de bolos o boliche.

TABLA Nº 5

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
SI	270	87%
NO	40	13%
TOTAL	310	100%

FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

GRÁFICO Nº 5



FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

Interpretación:

Con los datos arrojados de las encuestas hechas a las personas que si le gusta el deporte o juegos de salón del 100%; el 87% le gustaría practicar el deporte de bolos, con esto permite conocer el aceptación que va tener este nuevo juego dentro de las personas que viven en la ciudad, mientras que un 13% no le gustaría practicar el deporte de bolos, con esta pregunta facilita conocer le demanda real con un nivel de aceptación positiva en las personas encuestadas.

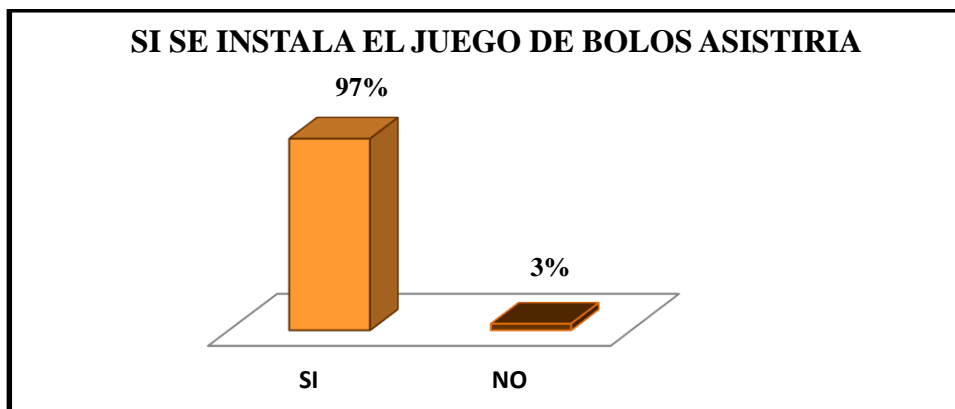
6. Si en esta ciudad se llegará a instalar una empresa de servicio de juego sala bolos con amplias instalaciones modernas ¿usted asistiría?

TABLA Nº 6

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
SI	261	97%
NO	9	3%
TOTAL	270	100%

FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

GRÁFICO Nº 6



FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

Interpretación:

Al realizar esta pregunta en la encuesta, que si se llegara a instalar una empresa de servicio de juego sala bolos en la ciudad de Loja asistiría; el 97% supo manifestar que si está de acuerdo en utilizar este servicio, porque les gustaría practicar el deporte de bolos ya que es un juego nuevo innovador en la ciudad, y se practica con amigos o familia; no así el 3% que manifestó que no utilizaría el servicio que ofrecerá la empresa de juego sala bolos. Porcentajes que representará a la demanda efectiva.

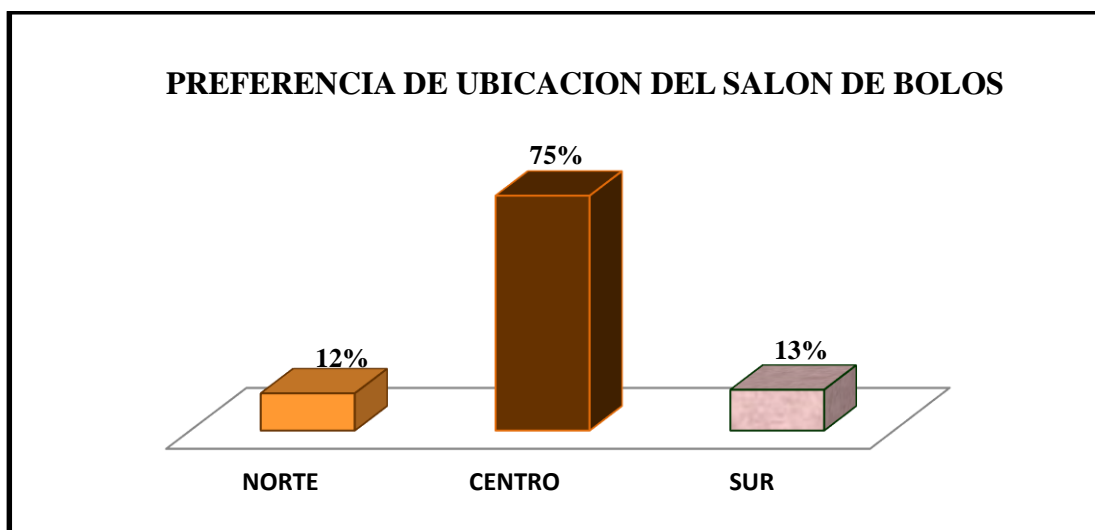
7. ¿En qué lugar de la ciudad preferiría que esté ubicado la sala de bolos?

TABLA N° 7

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
NORTE	31	12%
CENTRO	196	75%
SUR	34	13%
TOTAL	261	100%

FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

GRÁFICO N° 7



FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

Interpretación:

Aquí lo que se pretende con esta pregunta es conocer en qué lugar prefieren los encuestados que este ubicada la empresa de servicio de juego de sala bolos, a lo que han respondido un 75% desearía en el centro, otro 13% en el Sur y el restante 12% preferiría que esté ubicada en el Norte. Es así que la mayoría de los encuestados prefieren que esta empresa esté ubicada en el centro porque es más cómodo llegar.

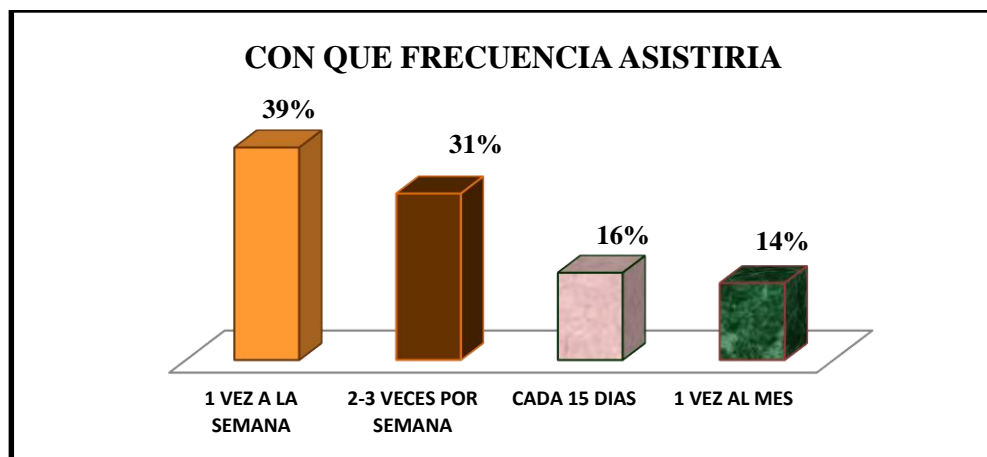
8. ¿Con qué frecuencia usted asistiría a este juego?

TABLA Nº 8

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
1 VEZ A LA SEMANA	102	39%
2-3 VECES POR SEMANA	80	31%
CADA 15 DIAS	42	16%
1 VEZ AL MES	37	14%
TOTAL	261	100%

FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

GRÁFICO Nº 8



FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

Interpretación:

En el grafico los resultados obtenidos, con qué frecuencia van asistir a la empresa de juego de sala bolos del 100%, el 39% dijo una vez a la semana y con un 31% de dos a tres veces por semana, esto significa que habrá una afluencia de personas que asistirían al juego de salón, mientras que con un 16% respondió que iría cada quince días y el restante de encuestados que es de un 14% una vez al mes. Lo que quiere decir que si habrá aceptación por parte de los futuros clientes.

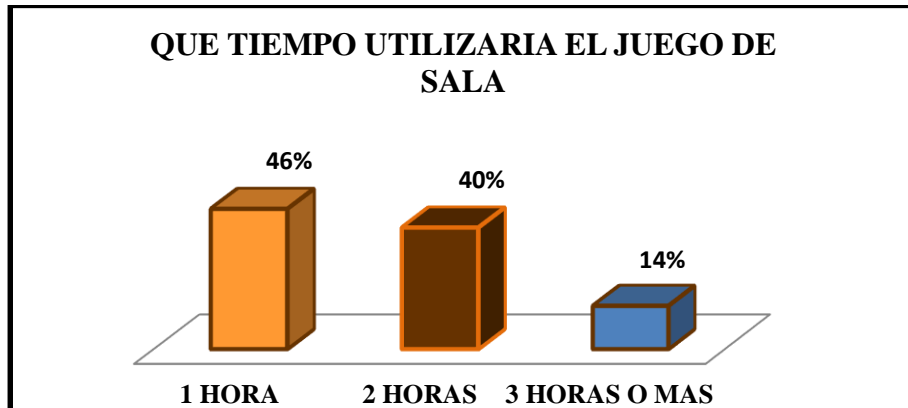
9. ¿Qué tiempo utilizaría este deporte de bolos?

TABLA Nº 9

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
1 HORA	120	46%
2 HORAS	104	40%
3 HORAS O MAS	37	14%
TOTAL	261	100%

FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

GRÁFICO Nº 9



FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

Interpretación:

Esta pregunta sirvió para conocer qué tiempo van a utilizar el juego de bolos, del 100% de los encuestados los resultados son los siguientes con un 46% respondió que va ser útil una hora de juego, con un 40% dijo que va utilizar dos horas de juego, esto con el objetivo de distraerse y salir de la rutina, mientras que con un 14% contesto de tres horas o más ya que es un deporte nuevo y les gustaría practicar y aprender.

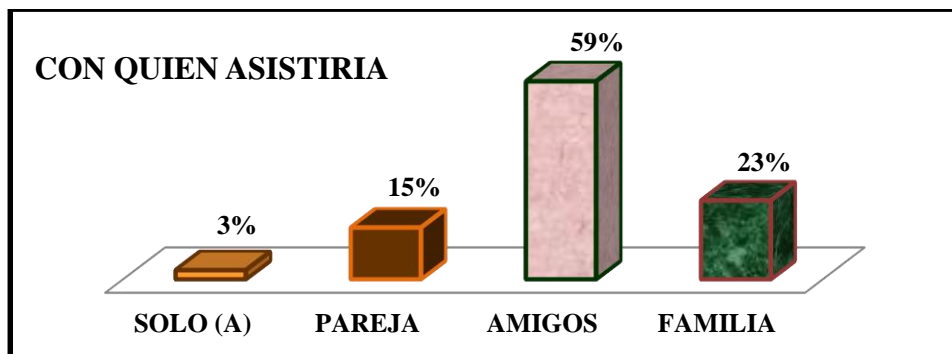
10. ¿Con quién o quienes usted asistiría al juego sala bolos?

TABLA Nº 10

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
SOLO (A)	7	3%
PAREJA	40	15%
AMIGOS	153	59%
FAMILIA	61	23%
TOTAL	261	100%

FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

GRÁFICO Nº 10



FUENTE: Investigación Realizada

ELABORADO: El autor

Interpretación:

En lo que se refiere a la pregunta diez; el 100% de los encuestados un valor significativo que es del 59% respondió que asistiría con sus amigos, con un 23% contestó que asistiría con su familia, seguidamente con un 15% dice que asistiría con su pareja y con un 3% corresponde a solo/a. lo cual denota que el valor más considerable es con un 59% ya que la persona que fueron encuestada va asistir con amigos, lo que significa que la influencia de clientes va ser considerable.

11. Porque medio le gustaría informarse de esta nueva empresa de servicio de juego sala bolos. (elija una opción).

TABLA Nº 11

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
TELEVISIÓN	100	38%
RADIO	61	23%
PRENSA ESCRITA	30	11%
REDES SOCIALES	70	27%
TOTAL	261	100%

FUENTE: Investigación Realizada

ELABORADO: El autor

GRÁFICO Nº 11



FUENTE: Investigación Realizada
ELABORADO: El autor

Interpretación:

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas del 100% de las personas encuestadas, el 38% han optado por señalar que les gustaría saber acerca de la empresa por medio de la televisión prácticamente la mayoría ha optado por Ecotel tv siendo el canal más visto por los encuestados, con un 27% por redes sociales como es Facebook la red social más popular a nivel global, en un 23% prefieren la prensa radial entre sus favoritas tenemos Radio Kokodrilo, y Radio Súper Laser; y con un 11% prensa escrita optando por el diario La Hora; gracias a estas opiniones emitidas por los encuestados se puede evidenciar que el medio de comunicación preferido es la televisión y la red social; debido a que es de fácil acceso en la actualidad.

- 12. Si eligió radio o televisión ¿cuál de los siguientes horarios le parece más adecuado para ser informado sobre la empresa de juego sala bolos?**

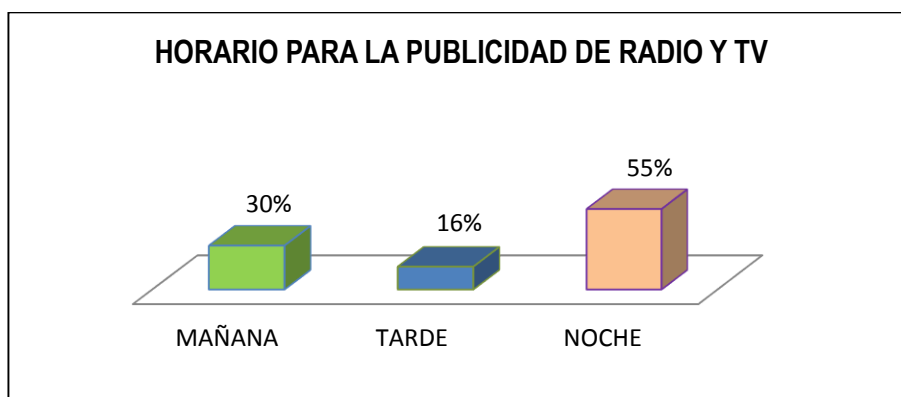
TABLA Nº 12

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENJE
MAÑANA	48	30%
TARDE	25	16%
NOCHE	88	55%
TOTAL	161	100%

FUENTE: Investigación Realizada

ELABORADO: El autor

GRÁFICO Nº 12



FUENTE: Investigación Realizada

ELABORADO: El autor

Interpretación:

De acuerdo con la pregunta 11 los que eligieron radio o tv y establecer los horarios para que tengan conocimiento de la publicidad de la empresa un 55% a dicho en la noche esto se refiere a los que eligieron Tv, mientras que el 30% que corresponde en el horario de la mañana y 16% de la tarde son las personas que decidieron que se publique por medio radial. Es así que de esta manera se puede realizar publicidad más eficiente con el fin de que conozcan el servicio que se va a brindar con la nueva empresa de servicio de juego sala bolos.

g) DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Para realizar la encuesta se tomó en cuenta cierta parte de la población de la ciudad de Loja, especialmente fueron dirigidas a personas de una edad promedio de 15 años a 54 años, distribuyendo la muestra dentro de la Ciudad de Loja; para así obtener información real y actual; y de esta

manera proceder a realizar las tabulaciones, interpretaciones y análisis para saber qué tan factible es la instalación de una empresa de servicios de juego sala (bolos) en la ciudad de Loja; es necesario aclarar que la presente propuesta ha sido proyectado para cinco años por tal razón es de inestabilidad económica ecuatoriana.

a) Objetivos

Para esta propuesta se ha definido objetivos dentro del estudio de mercado los cuales son los siguientes:

Realizar una segmentación correcta y ordenada del mercado.

Determinar la demanda potencial, demanda real y efectiva del proyecto.

Fijar la oferta insatisfecha existente.

Analizar las cuatro P del marketing: producto, plaza, precios y promoción.

Características del servicio tentativa

Los servicios que pretende ofertar la presente empresa es juego de salón (juego de bolos), procurando que esto sea del agrado de los clientes ya que dentro de la ciudad no existen dicho juego, es por eso que la propuesta es de implementar una empresa de servicios de juego sala (bolos), es con el objetivo de promocionar e impulsar al deporte entre amigos y familia, que se pueda establecer como un potencial dentro del mercado local, teniendo en cuenta que los clientes son personas en

edades comprendidas entre 15 a 54 años de edad y necesitan un lugar en donde distraerse sanamente.

El horario que se va a tender a los clientes será a partir de las 14h00 hasta las 23h00, se ha visto conveniente este horario porque la gente acostumbra a salir tarde y puedan tomar un descanso después de la rutina de labor o de estudio y visiten la empresa de sala bolos para divertirse y relajarse con una o más hora de juego.

Estudio de la demanda

El estudio de la demanda constituye la fase fundamental del estudio de mercado y facilita determinar la demanda potencial real y efectiva; aquí se segmenta el mercado en forma lógica, ordenada y sistemática.

Demanda potencial

Se llama demandantes potenciales a todas las personas que viven en el casco urbano de la ciudad de Loja que han respondido afirmativamente a la pregunta N° 4 **¿A usted? Le gustan los deportes o juegos de salón.** A la cual han respondido SI, dando un total 78% de los encuestados de lo cual nos sirve para sacar la de manda potencial.

TABLA N° 13

Segmentación para la demanda potencial

AÑO		Personas de 15 a 54 años	Demanda Potencial proyectada 78%
Año base	2014	130.101	101.479
N° 1	2015	132.079	103.021

FUENTE: Tabla Nro. 4 de la Tabulación de datos

ELABORACIÓN: El Autor

Se aclara que con esta segmentación realizada de la muestra de 399 encuestas han quedado para responder las subsiguientes preguntas solamente 310 encuestados.

Demanda real

Partiendo de la demanda real obtenida en la segmentación anterior se establece la demanda real de la pregunta Nro. 5 lo siguiente, **¿Le gustaría practicar el deporte de bolos o boliche?** Obteniéndose que un 87% si le gustaría practicar este deporte, convirtiéndose en demandantes reales. Se menciona que con esta nueva segmentación al mercado el número de encuestas se vuelven a reducir 270 únicamente. El proceso de segmentación lo representado en el siguiente cuadro.

TABLA Nº 14

Segmentación para la demanda real

AÑO		Personas de 15 a 54 años	Demanda Potencial proyectada 78%	Demanda Real proyectada 87%
Año base	2014	130.101	101.479	88.287
Nº 1	2015	132.079	103.021	89.629

FUENTE: Tabla Nro. 5 de la Tabulación de datos

ELABORACIÓN: El Autor

Demanda efectiva

Una vez terminado el proceso de segmentación anterior es necesario determinar las demandantes efectivas en base a los resultados de las encuestas en lo que tiene que ver a las personas de 15 a 54 años de edad, van a ocupar efectivamente los servicios del juego sala (bolos) que ofertara la presente empresa, para lo cual según resultado de la pregunta Nro. 6 se ha preguntado, **¿Si en esta ciudad se llegara a instalar una empresa de servicios de juego sala bolos con amplias instalaciones modernas ¿usted asistiría?** Dé aquí han respondido que Si, un 97% convirtiéndose en un último parámetro de segmentación, se aclara que luego de esta segmentación quedan solamente 261 encuestas para el resto de preguntas de la tabulación.

TABLA Nº 15

Segmentación para la obtención de la demanda efectiva proyectada

AÑO	Personas de 15 a 54 años	Demanda Potencial proyectada 78%	Demanda real proyectada 87%	Demanda efectiva proyectada 97%
0	2014	130.101	101.479	88.287
1	2015	132.079	103.021	89.629
2	2016	134.086	104.587	90.991
3	2017	136.124	106.117	92.374

4	2018	138.193	107.791	93.778	90.965
5	2019	140.294	109.429	95.204	92.348
TOTAL		810.877	632.486	550.263	533.755

FUENTE: Tabla Nro.6 de la Tabulación de datos

ELABORACIÓN: El Autor

Análisis de la oferta

En la ciudad de Loja al implementar un salón de juego de bolos, se observa que la demanda es del 100% por lo que la empresa tiene acogida dentro de la ciudad y por parte de la ciudadanía, ya que es una empresa única dentro del ofrecimiento de este servicio, se ha visto que la oferta para esta empresa es del 0% por lo que no existe competencia directa, teniendo como resultado que la nuestra demanda insatisfecha es igual a la demanda real.

Demanda insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta en parte por la propuesta que se va a realizar, en todo proyecto la demanda insatisfecha es la discrepancia entre la demanda efectiva y la oferta total, por tanto al haber conseguido la demanda efectiva para los 5 años de vida útil se procede a restar los resultados de la oferta hasta el año 2019 y la diferencia será el mercado no satisfecho en cuanto se refieren a juegos de salón.

Cálculo de la demanda insatisfecha

A continuación se presenta el cálculo de la Demanda Insatisfecha:

DI= Demanda Insatisfecha DE= Demanda Efectiva
--

O= Oferta

$$DI = DE - O$$

$$DI = 85.638 - 0$$

$$DI = 85.638$$

TABLA N° 16
Demanda insatisfecha

AÑOS		DEMANDA EFECTIVA (personas)	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA (personas)
0	2014	85.638	0	85.638
1	2015	86.940	0	86.940
2	2016	88.261	0	88.261
3	2017	89.603	0	89.603
4	2018	90.965	0	90.965
5	2019	92.348	0	92.348
TOTAL		533.755		533.755

FUENTE: tabla Nro15 de la Tabulación de datos

ELABORACIÓN: El Autor

No se ha considerado la oferta indirecta por el motivo que la empresa de juegos Bolos no tiene ninguna competencia dentro del mercado en donde se va ser la creación de dicha empresa, la ventaja que se tiene dentro del nicho de mercado es que no tenemos competidores directos e indirectos. Respecto de la oferta indirecta del tema **“PROPUESTA DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE JUEGO SALA (BOLOS) PARA LA CIUDAD DE LOJA”**, misma que no se consideró en primera instancia, debo agregar que existen en nuestra

ciudad sitios que podríamos llamar sustitutos que ofrecen servicios de diversión similares en algunas características, pero que se diferencian al que nosotros enfocamos por medio del presente tema, en aspectos como: la edad de los usuarios de estos servicios, su nivel económico, nivel social y condición es decir el tema del salón de bolos aun no implementado en el medio resulta novedoso para gente de edad promedio entre 15 y 54 años, mientras que sitios de diversión como los ubicados en los centros comerciales de la ciudad ofrecen juegos mecánicos o de monedas para gente de edad temprana a estos lugares no acudiría una persona adulta. Es así que se evidencia que el valor de la oferta es cero debido a que la empresa de servicio de juego sala bolos no cuenta con ninguna competencia en el mercado de la ciudad de Loja en donde se va a realizar la propuesta de inversión.

MARKETING MIX

Análisis y estrategias de mercado para el servicio (4P).

Análisis del servicio (producto)

Los servicios son elementos fundamentales del estudio de mercado, ubicándose en lo que la empresa pretende brindar; el servicio que brindara la empresa de juego sala bolos consistirá en ofrecer un lugar especializado para la práctica del deporte de los bolos que agrada a familias, jóvenes y adultos.

El objetivo principal y primordial de la empresa será brindar un servicio

de calidad para las personas que asistan y decidan ir a practicar el deporte de bolos.

El negocio de la sala de bolos se trata de una esta propuesta de inversión, este proyecto está dirigido a ofrecer una alternativa de entretenimiento para la ciudad de Loja, donde las personas que asistan puedan tener un nuevo espacio donde puedan divertirse de manera sana y segura con instalaciones innovadoras creadas exclusivamente para las personas de la localidad.

Características del servicio

Las principales características del salón de bolos son las comodidades y servicio que se van ofrecer en el entorno del diseño y adecuaciones del lugar, todo esto funcionado de la mejor manera para los clientes en edades comprendidas de 15 a 54 años de edad de la ciudad de Loja.

El salón de juego contará con amplias instalaciones moderna a la par de la tecnología, el sitio tendrá a su disponibilidad 6 pistas sintéticas, con el más avanzado sistema de puntuación, máquinas de última generación, y con el personal altamente capacitado que ayudara a los clientes tanto como mujeres y hombres que asistirán con el fin que se sientan a gusto con el servicio.

La ubicación es un factor muy importante para poder conseguir la mayor demanda posible y satisfacer las necesidades de los clientes, la empresa de juego sala bolos se encontrara ubicada en un lugar estratégico de la ciudad, es así que en la encuesta realizada se les pregunto a los

encuestados **¿En qué lugar de la ciudad preferiría que este ubicado la sala de bolos?**, con un 75% supo manifestar en el centro por lo que es más fácil llegar al sitio, es así que la empresa de jugo sala bolos será ubicada en las calles 18 de Noviembre y Chile esquina, junto al Supermaxi, por ser una zona muy comercial y reconocida por la mayor parte de los habitantes de la ciudad.

Además, tomando en cuenta los peligros que existen en nuestra ciudad, y el alto índice delincriminal, se consideró que el establecimiento contará con parqueo propio interno, el mismo que tendrá capacidad para los vehículos de los clientes, los que serán resguardados por guardias privados, para brindar a nuestros clientes la mayor seguridad y tranquilidad posible.

Todos los equipos que se van a instalar en el local para su debido funcionamiento es de forma exclusiva para nuestros clientes.

PISTA DE BOLOS

IMAGEN Nº 1



FUENTE: Empresa Damfi Bowling
ELABORADO: El Autor

Análisis del precio

El precio de venta del servicio se lo establecerá sobre la base de los costos que incurra la prestación del servicio, es decir cuando se realice el análisis financiero en especial es análisis de costos.

El precio es uno de los elementos más importantes, es la estrategia que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, más aún cuando se intenta ingresar servicios ya existentes al mercado local con características diferentes, así se debe escoger una política de precios adecuada de acuerdo a los precios fijados por las diferentes empresas que prestan algún servicio similar, sin embargo se tiene ventajas ya que es el primer centro a instalarse con características únicas no existente en la ciudad. Por lo que hace la diferencia.

Análisis de plaza

Canal de comercialización

Para llegar a los consumidores se utilizará un canal de distribución: que se llama canal directo.



Se ha creído conveniente aplicar el canal de distribución EMPRESA – USUARIO FINAL, porque en el caso de esta empresa de servicios no se necesita de intermediarios ya que será directamente la empresa con los clientes.

Análisis de la Promoción y Publicidad

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirven para informar, persuadir, y recordarles al mercado la existencia de un producto-servicio, pero en el caso de la empresa como es nueva, se va a promocionar un nuevo deporte como es el juego de bolos, donde va ser la puerta de escape al aburrimiento y las tensiones, con la mejor opción para practicar un deporte diferente.

Promoción

La promoción del producto beneficiara a la empresa mediante la generación de demanda por parte de los consumidores, y beneficia a los consumidores al proporcionar la satisfacción de recibir promociones del nuevo servicio que se ofrecerá la empresa de juego sala bolos.

Por apertura habrán concursos y sorteos al mejor jugador o jugadora.

Se cobrara mitad de precio a la persona que esté cumpliendo años.

Se hará descuentos del 10% los días martes a jueves.

Se dará cupones o vales de descuento para futuras visitas.

Se trasmitirá partidos de futbol importantes ya sea local, nacional o internacionales.

Se realizara campeonatos de bolos.

Publicidad

La publicidad se la realizará en los medios de comunicación televisiva, radial, escrita y por medio del internet.

Por tener una aceptación mayoritaria del 38%, se va a contratar un espacio publicitario en el canal Ecotel tv los días lunes, miércoles y viernes en horarios de la noche a partir desde las 19h00 cada publicidad tendrá un tiempo máximo de 20 segundo por 7 veces entre los cortes comerciales durante 1 mes.

**Espacio publicitario en Ecotel tv
TABLA Nº 17**

TELEVISION ECOTEL TV		
DIAS	HORA	PRECIO 20" (7 veces)
LUNES	19H00	\$ 112,00
MIERCOLES	19H00	\$ 112,00
VIERNES	19H00	\$ 112,00
TOTAL DE MES PUBLICIDAD		\$ 1.008,00

FUENTE: Ecotel tv

ELABORACIÓN: El Autor

En conformidad de los encuestados con un 27% respondieron en redes sociales, es así que la red social más conocida a nivel global es Facebook y Twitter, se pagara a una persona especializada en sistemas informáticos para que crea la página de internet y le de mantenimiento cada vez que sea necesario por la empresa de juego.

TABLA Nº 18

INTERNET	
CREACION Y MANTENIMIENTO DE PAG. WEB, FACEBOOK Y TWITTER	
PRECIO TOTAL ANUAL	\$ 700,00

FUENTE: Telconet

ELABORACIÓN: El Autor

Así mismo se pagara un espacio publicitario en la radio kocodrilo el medio más escuchado por los encuestados con un 23%, se hará publicidad en horario matutino y vespertino desde las 09h00 am hasta las 17h00 pm en distintos programas de la radio, con 8 cuñas diarias y con bonificación 2 cuñas adicionales gratis diarias con un precio USD 352.00 mensual.

TABLA Nº 19

RADIO KOCODRILO		
DIAS	HORA	PRECIO
LUNES A VIERNES		
MAÑANA	09H00	160
TARDE	14H00	192
TOTAL POR 3 MESES		\$ 1.056

FUENTE: radio kocodrilo

ELABORACIÓN: El Autor

También se hará publicidad cada 3 meses, tres veces por semana en la prensa escrita “LA HORA” con un tamaño de 15 cm de ancho y 17 cm de alto a full color con un precio unitario de \$ 44,20. Cabe acotar que en todos los medios de comunicación se va promocionar el servicio que se ofertar la nueva empresa de juego sala bolos.

TABLA Nº 20

DIARIO LA HORA	
DIAS	PRECIO
LUNES, MIERCOLES Y VIERENES	\$ 530,40
TOTAL DE 3 MESES	\$ 1.592

FUENTE: Diario la HORA

ELABORACIÓN: El Autor

ESTUDIO TECNICO

En el análisis de proyectos, se continúa con el Estudio Técnico, en realidad no se trata de algo que se hace “después de”, sino que se va desarrollando en forma conjunta con el Estudio de Mercado y entre ambos van generando los datos que se utilizan para el armado del Estudio Económico. Los principales ítem que se analizan en este estudio son aquellos relacionados, se podría decir, con la producción y la logística.

a) Objetivos

Localización

Tamaño del Proyecto

Ingeniería Del Producto

Ingeniería del Proceso Productivo

Ingeniería de Planta.

Localización

En la localización de la empresa es muy importante para el buen funcionamiento de la misma, evitando así problemas legales, económicos y sociales; encontrando así un lugar acorde a los objetivos los mismos que serán brindar un servicio de juego sala bolos para la ciudad de Loja.

Macro-Localización

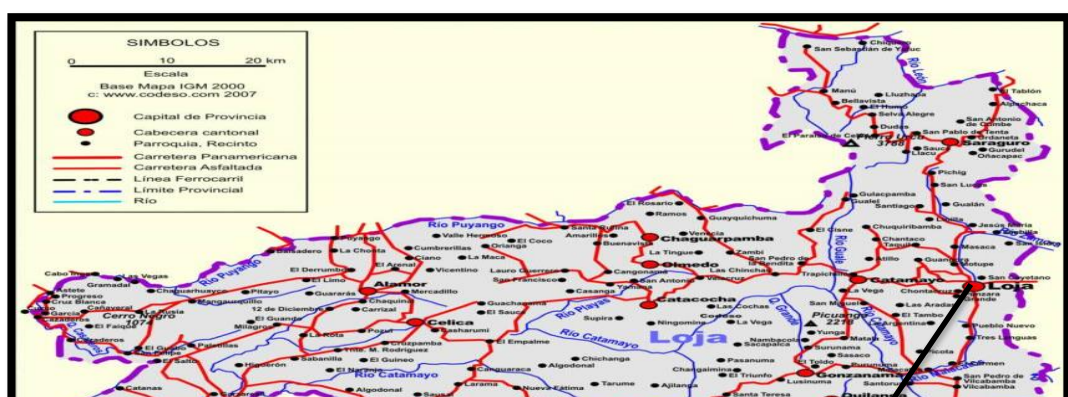
Otro factor importante es la determinación de una región o zona de probable localización; nuestra empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, se cuenta con el talento humano óptimo y calificado, y donde existe calles de primera orden y cuenta con todos los servicios básicos.

La Macro-localización para la empresa de servicio juego sala bolos será en la:

REGIÓN:	SUR
PROVINCIA:	LOJA
CANTÓN:	LOJA
CIUDAD:	LOJA

El lugar donde se brindará el servicio (ciudad de Loja).

MACRO-LOCALIZACIÓN GRAFICO N° 13



FUENTE: Investigación realizada
ELABORACIÓN: El Autor

Micro-Localización

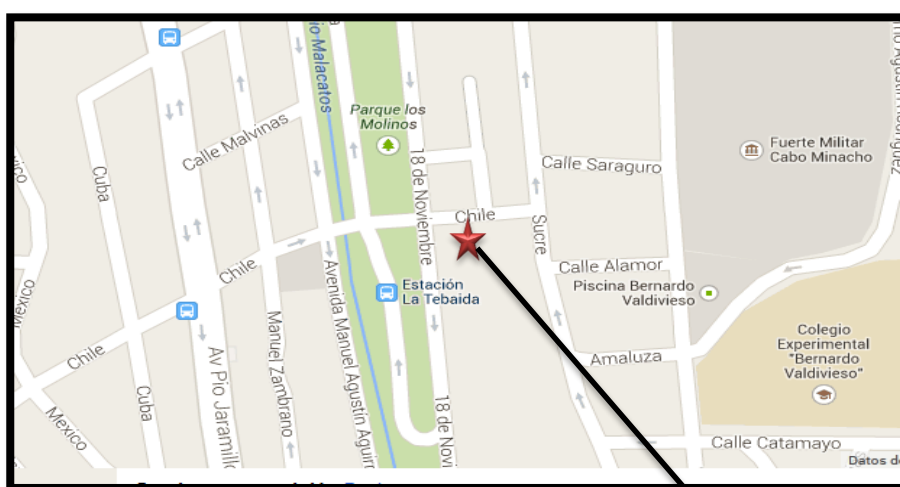
Consiste en determinar la ubicación concreta del proyecto, para llegar a definir el lugar exacto en donde se instalará la empresa.

En cuanto al lugar para la implementación del juego, se ha hecho una consulta verbal con las personas que están a cargo de los centros comerciales tanto en el norte con el “Hipervalle” y en el centro sur de la ciudad con el nuevo local que esta por aperturar “Don Daniel”, una vez consultado se ha llegado a concluir que la implementación será en el centro comercial “Don Daniel”; se ha vistos diferentes factores como la infraestructura, localización, costo del arriendo, parqueadero, comodidad para los usuarios y la mayor ventaja que va hacer un lugar en donde existirán empresas reconocidas a nivel mundial y nacional que Loja no contaba.

Es así que la mejor decisión para la implementación del servicio será, en el Barrio “Los molinos”, en las Calles 18 de noviembre y Chile esquina en recalando en donde se cuenta con la infraestructura necesaria como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, etc. Cabe acotar

que el salón de bolos se va implementar en el edificio “Don Daniel” paseo comercial, ahí se va arrendar en el último piso para su funcionamiento. Las características del lugar seleccionado prestan las condiciones más ventajosas para la instalación de los equipos requeridos para esta actividad productiva. En el mapa que se presenta a continuación queda el lugar señalado a donde va a quedar establecida la empresa de servicio.

GRAFICO N° 14



FUENTE: Mapa interactivo- Loja
ELABORACIÓN: El Autor

Micro-localización de la empresa

Fuerzas Localizaciones.- Se considera muy importante mencionar algunas fuerzas localizaciones que ayudaran a obtener una infraestructura apropiada con todo lo necesario para el buen funcionamiento de la empresa.

Teléfono.- Servirá para que la empresa tenga una buena comunicación activa entre la empresa y sus clientes en el caso de querer reserva el sitio.

Radio trasmisor.- Facilitara la comunicación entre el personal.

Antena de frecuencia: servirá para poder dar uso a las radios trasmisoras

Energía Eléctrica.- Permitirá el funcionamiento de una iluminación apta para las diferentes áreas de trabajo.

Agua: necesario para la limpieza interna de la empresa, y además para el consumo de la misma.

Internet con Wi-fi- Sera necesario para la empresa porque podrá publicar en las diferentes redes sociales los eventos que se darán, y para el cliente el internet será gratis.

Disponibilidad y confiabilidad de sistemas de apoyo.- Se ha creído conveniente obtener un programa computarizado para el registro de todas las transacciones que se realicen a diario.

Condiciones políticas, legales, sociales y culturales.- Es necesario que todos los empleados y empleadores se rijan bajo todas estas condiciones para que la empresa surja en condiciones adecuadas para lograr los objetivos deseados.

Apoyo legal

Para la constitución de la empresa se realizaran todos los trámites y documentación necesarios para llevar a cabo el desarrollo de las actividades de misma, y de esta manera en lo posterior no tener futuros problemas legales y funcionar sin ninguna dificultad.

Tamaño del proyecto

Capacidad instalada

La empresa brindara sus servicios en un local arrendado en el lugar establecido en la micro-localización, en donde se contara con todo los servicios básicos necesario para un buen funcionamiento.

El salón de bolos tendrá una capacidad de 50 personas ya que tiene una superficie de 30 metros de ancho y 45 metros de largo

Condiciones:

312 días se laboraran, descontando los días lunes que no se trabajara.

La atención del horario para el público será de las 14h00 hasta las 23h00, esto debido que la mayoría de gente son estudiantes y son horario en que la gente acostumbra a salir y puedan visitar la sala de bolos con un horario más factible para que puedan asistir.

Turnos de 8 horas diarias de martes a domingo

6 pistas de bolos implementadas en el local.

En cada pista se juega minino 2 personas.

Cálculo de la Capacidad Instalada con razonamiento lógico.

Se atenderá 8 horas diarias de Martes de Domingo menos el día Lunes por motivos de limpieza y mantenimiento de cada pista de bolos, el local tendrá 6 pistas con tecnología de última generación y se laborara 312 días, descontando los días Lunes, y en cada pista se juegan mínimo 2 personas. Todo por la comodidad para nuestros clientes.

2 personas*6 pistas*8 horas de atención*312 días laborables = 29.952

Capacidad instalada

TABLA N° 21

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA (N° de personas)	CAPACIDAD INSTALADA (N° de personas)	PORCENTAJE DE ATENCION %	
0	2014	85.638	29.952	35 %
1	2015	86.940	29.952	34 %
2	2016	88.261	29.952	34 %
3	2017	89.603	29.952	34 %
4	2018	90.965	29.952	33 %
5	2019	92.348	29.952	32 %

FUENTE: Cuadro explicativo de la segmentación de mercado

ELABORACIÓN: El Autor

Con el cuadro expuesto se tiene que la capacidad máxima de atención trabajando en condiciones ideales es del 35% que es de 29.952 de personas atendidas al año.

Capacidad utilizada

TABLA N° 20

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE UTILIZADO %	CAPACIDAD UTILIZADA	
0	Año base			
1	2015	29.952	90%	26.957
2	2016	29.952	95%	28.454
3	2017	29.952	100%	29.952
4	2018	29.952	100%	29.952
5	2019	29.952	100%	29.952

FUENTE: Cuadro N° 26 capacidad instalada

ELABORACIÓN: El Autor

Se tiene que por inicio de actividades de la empresa va atender porcentajes menores 100% en el los dos primeros años, esto es porque

el personal debe conocer y dominar bien los procesos para que desde el tercer año se pueda trabajar realmente al 100%. Seguidamente se expone el cuadro de cálculo y las atenciones reales por cada año de vida útil, información que es base para continuar con la propuesta de inversión.

Ingeniería del proyecto

Etapas del servicio

Descripción

En la descripción del proceso se efectúa el análisis de las diferentes operaciones que se realizarán para la prestación del servicio, de su secuencia y de los recursos que intervienen en cada operación.

El proceso previsto para la ejecución del servicio integrado obedece a las siguientes etapas.

Proceso del servicio

Etapas del proceso

Atención al cliente.- La persona encargada recibirá al cliente con un cordial saludo y agradecimiento por la preferencia de nuestro servicio. Preguntará sus datos personales y números telefónicos para recibir notificaciones de las promociones que se va ofertar durante el transcurso del año.

Instructor.- Le dan su debido asesoramiento al cliente sobre el juego de bolos, las precauciones que debe tomar al momento de levantar la bola de bolos y la manera correcta de lanzar la bola para que no exista ningún percance dentro del salón.

Insumos y materiales

Pista sintética

La empresa de Bowling Center tendrá las innovaciones tecnológicas del mercado a la disposición de nuestros clientes, con lo más moderno e innovador en tecnología aplicada al entretenimiento.

En el local se van implementar pistas sintéticas que le ofrecen un mejor deslizamiento a la bola, el salón de bolos contara con 6 pistas revestidas con laminados sintéticos fenólicos de alta calidad y durabilidad, y ecológicamente correctas, las pistas sintética oficiales de bolos son sólo uno de los componentes que hacen el sistema bolos se un show de tecnología; cada pista mide: de ancho 1.10 metros y de largo 17 metros.

IMAGEN N° 2



FUENTE: Empresa Damfi Bowling

ELABORACIÓN: El Autor

Productos para la conservación y limpieza de pistas

Como cualquier empresa siempre está la presentación del lugar y el aseo de la misma, por lo que debemos darle un correcto mantenimiento a cada pista contaremos con los productos especiales que deberá tener la empresa para lucir cada pista.

IMAGEN N° 3



FUENTE: Empresa Damfi Bowling
ELABORACIÓN: El Autor

Máquina para limpiar la pista

La empresa contará con una máquina exclusiva original de marca 3200 **brunswick lane**, esta servirá para limpiar, pulir, y aceitar cada pista, la persona que estará encargada debe de tener muy en cuenta el mantenimiento respectivo que le dé a cada pista todos los lunes.

IMAGEN N° 4



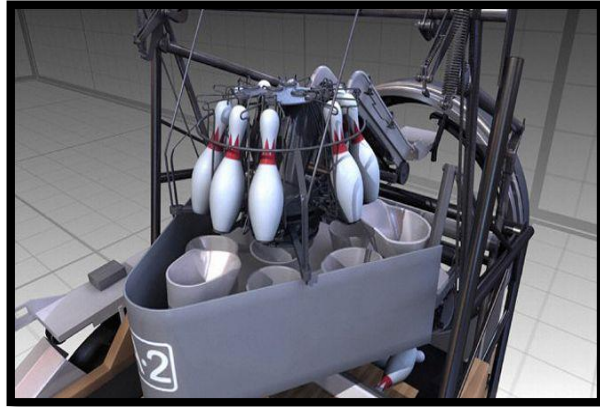
FUENTE: Empresa Damfi Bowling
ELABORACIÓN: El Autor

Maquina colocadores de bolos o pinpotter

Es la máquina que se ubicada al final de la pista. Un pinsotter automático trabaja con un total de veinte pines, diez de ellos están en pie en el pindeck a la espera de ser derribados. El segundo juego está almacenado dentro de uno de los componentes del pinsotter.

Contaremos con 6 máquinas en total, es una combinación de elementos mecánicos, eléctricos y electrónicos que será programada por la persona encargada de realizar la respectiva instalación.

IMAGEN N° 5



FUENTE: Empresa Damfi Bowling
ELABORACIÓN: El Autor

Pinos o pines

Son los elementos u objetivos que se pretenden derribar al lanzar la bola, están ubicados al final de la pista y dispuestos en forma triangular a lo ancho de ésta. Con un total de 10 pinos o pines por pista cada pines mide de 38 cm de altura y de ancho 15 cm no debe pesar más de 3 libras. El salón contara con un total de 120 pines cada.

IMAGEN N° 6



FUENTE: Empresa Damfi Bowling
ELABORACIÓN: El Autor

Maquina automática de elevación de bolas

El elevador automático va estar ubicado al inicio de cada pista, su función una vez derribados los bolos hace retornar la bola de boliche al inicio, también sirve para colocar las bolas de boliche en la rampa larga ahí caben 8 bolas.

IMAGEN N° 7



FUENTE: Empresa Damfi Bowling

ELABORACIÓN: El Autor

Bolas de boliche

La bola es esférica y dispone de tres agujeros de forma que pueda ser tomada con poca fuerza, están bolas están hechas de un material plástico y no suelen coger efecto al ser lanzadas, lo que las hace ideales para lanzar recto independientemente de las condiciones de aceite de la pista. La bola más liviana es de 6 libras, mientras que la más pesada es de 16 libras. La empresa contara con 60 bolas de diferentes pesos.

IMAGEN N° 8



FUENTE: Empresa Damfi Bowling

ELABORACIÓN: El Autor

Zapatos

Los zapatos de bolos son una parte imprescindible del equipamiento, la razón es que en ninguna bolera se permite el uso de calzado de calle para jugar pues las pistas suelen ser delicadas y se podrían estropear ya que los zapatos de bolos tienen una suela especial que permite el deslizamiento del pie izquierdo (en jugadores diestros) en el lanzamiento, mientras que frena el pie derecho para no resbalar. La empresa tendrá todas las tallas necesarias para los clientes y contaremos con 100 pares de zapatos de boliche.

IMAGEN N° 9



FUENTE: Empresa Damfi Bowling

ELABORACIÓN: El Autor

Pantallas LCD

Contaremos con 6 pantallas planas de 32", en la parte superior del techo en donde los jugadores y clientes podrán observar la puntuación de cada jugador y resultado final de cada partido, en el salón también se va a transmitir partido de futbol.

IMAGEN N° 10



FUENTE: Empresa Damfi Bowling
ELABORACIÓN: El Autor

Terminales Multi-Funciones Terrestres

Con un atractivo diseño slim, los terminales ofrecen la más alta modernidad a la decoración del salón de bolos. Y su pantalla LCD touchscreen dispensa el uso del teclado, permitiendo que a través de un simple toque en la pantalla, los jugadores puedan acceder a todas las funciones de control de la pista. El Sistema Multi-idiomas: Permite al jugador elegir el idioma para el control de las pistas. Con un toque en la pantalla, se puede elegir entre varios idiomas, como portugués, inglés, español, francés y más. Cualquier turista extranjero se sentirá como en casa.

IMAGEN N° 11



FUENTE: Empresa Damfi Bowling
ELABORACIÓN: El Autor

Muebles

La línea de muebles de Bowling Center estará diseñada para crear un ambiente acogedor, proporcionando mayor confort para nuestros clientes y maximizando el tiempo que pasan en el juego de bolos. Eso significa una mayor satisfacción del público, ofreciendo una combinación perfecta para que los clientes con un nivel de entretenimiento y mucho más comodidad y elegancia.

IMAGEN N° 12

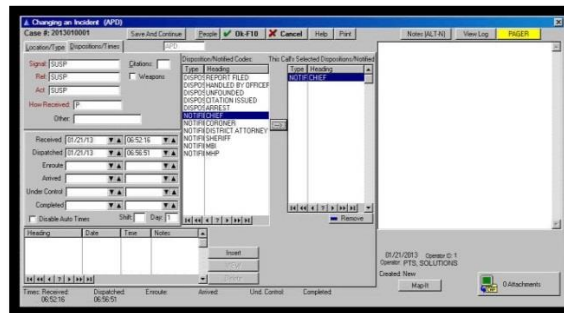


FUENTE: Empresa Damfi Bowling
ELABORACIÓN: El Autor

Software para Bowling Center

Y para que toda empresa marche a la perfección trabajaremos con la empresa más grande de Latino América DAMFI BOWLING ellos se encargaran de instalar todo los implementos de la sala bolos así como la actualización remota del software que es través de Internet. Con esto permite al propietario de Bowling Center realizar la administración de su centro en cualquier parte del mundo a través del internet. Tendrá la facilidad de conocer cómo va el funcionamiento del salón.

IMAGEN N° 13



FUENTE: Empresa Damfi Bowling
ELABORACIÓN: El Autor

Maquinaria y equipo



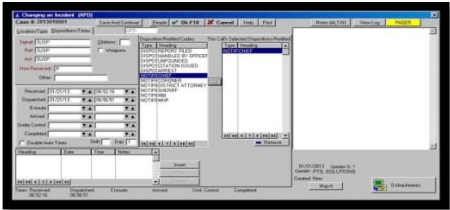
En esta etapa del proyecto se define todos los recurso necesarios para llevar a cabo el proyecto como son todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del mismo.

En el siguiente cuadro se describe los materiales y productos que se va implementar en el salón de bolos para un excelente servicio con el valor unitario y la cantidad total de los equipos que van a funcionar en el local, para brindar un servicio óptimo y de calidad como la ciudadanía se lo merece.

DESCRIPCION	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<p data-bbox="544 338 762 371">Pista sintética</p> 	6	\$ 7.033,33	\$ 42.199,98
<p data-bbox="323 887 983 920">Productos para el mantenimiento de pistas</p> 	24 galón	\$ 18	\$ 432
<p data-bbox="432 1252 874 1285">Máquina para limpiar la pista</p> 	1	\$ 7.147,02	\$7.147,02

<p style="text-align: center;">Colocadores de bolos</p> 	6	\$ 890,00	\$ 5340,00
<p style="text-align: center;">Pinos o pines</p> 	120	\$ 55,00	\$ 6.600,00
<p>Maquina automática de elevación de bolas</p> 	6	\$ 1.500	\$ 9.000,00

<p style="text-align: center;">Bolas de boliche</p> 	60 bolas	\$ 85,00	\$ 5.100,00
<p style="text-align: center;">Zapatos</p> 	60	\$ 48,00	\$ 2.880,00
<p style="text-align: center;">Pantallas LCD 32"</p> 	6	\$ 1.080	\$ 6.480,00

<p>Terminales Multi-Funciones Terrestres</p> 	6	\$ 950,00	\$ 5.700,00
<p>Sillas y mesas</p> 	60 S	\$ 38,00	\$ 2.280,00
<p>Software para Bowling Center</p> 	1	\$ 950,00	\$ 950,00
TOTAL			\$ 94.667,00

Flujo-grama de proceso

Es la representación gráfica de la sucesión de actividades que se realizan las operaciones de un procedimiento y/o el recorrido de formas o materiales, en donde se muestran las unidades administrativas (procedimiento general), o los puestos que intervienen (procedimiento detallado), en cada operación descrita.



Verificación



Operación

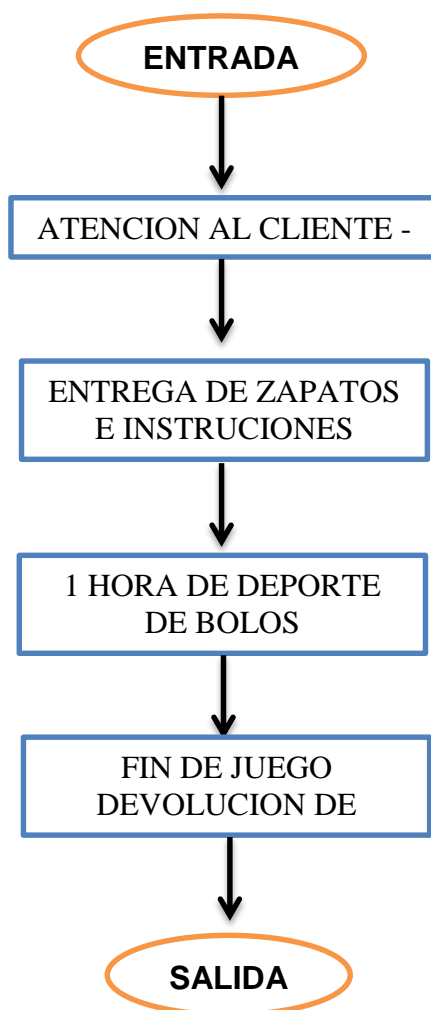
TABLA N° 22

N°	TIEMPO	DESCRIPCION DEL PROCESO	SIMBOLIGIA
1	3 minutos	ATENCION AL CLIENTE – COBRO	
2	2 minutos	ENTREGA DE CALZADO	
3	60 minutos	DEPORTE BOLOS PISTA	
65 minutos en el servicio		TOTALES	

FUENTE: Herramientas maestras

ELABORACIÓN: El Autor

Flujograma



FUENTE: Herramientas maestras
ELABORACIÓN: El Autor

Descripción del Flujograma

El servicio al cliente se lo realizará de la siguiente manera:

Primeramente se adquirirá el servicio de manera directa o mediante reservaciones para lo cual nos dirigiremos al lugar del servicio a la hora establecida de la reservación.

Si los clientes llegan en vehículo propio, se dirigirán al parqueadero y luego a boletería, en cambio para los que lleguen sin vehículo deberán dirigirse directamente a boletería para retirar sus tickets de reservación.

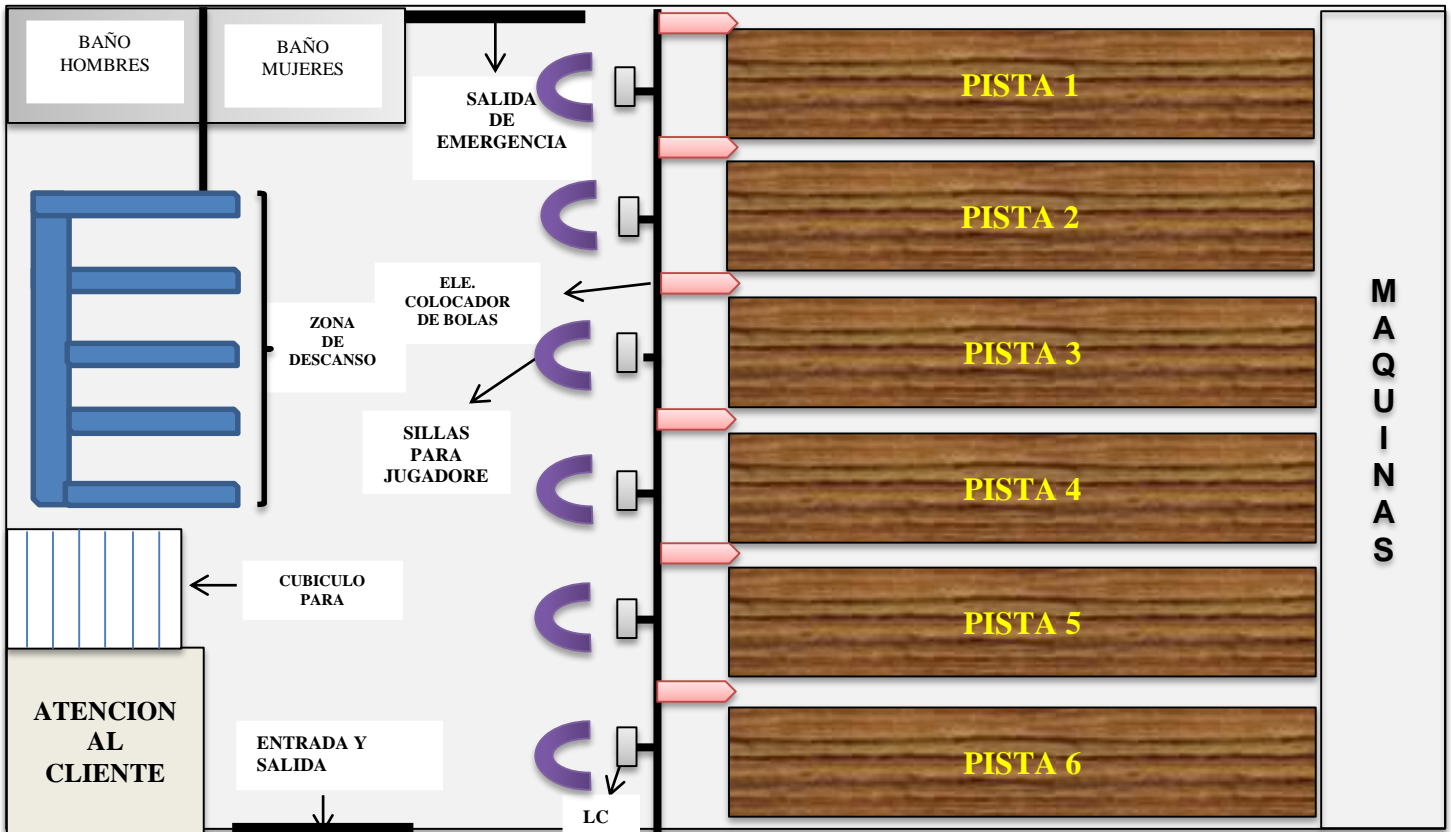
Si el cliente realiza la compra directa se empezara con la toma de datos del cliente para archivo, seguidamente se dirigirá al cubículo para pedir sus zapatos de bolos.

Seguidamente el cliente debe de cambiarse de calzado y le entrega a la persona encargada para que lo coloque en el cubículo y guarde hasta que el cliente termine de usarlos; realizando todo este proceso entonces el cliente está listo para dirigirse a la pista de bolos y poder disfrutar del servicio por (1 hora) o las horas que el desee.

Una vez que ya ha terminado el tiempo de juego de bolos que contrato, entonces procederá a salir de la pista y se dirigirá a la persona que está en cargada de recibir y entregar los zapatos, para hacer la entrega de los zapatos de bolos, luego se entregara el calzado del cliente y finalmente saldrá del local o del parqueadero si llevo en vehículo.

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Especificaciones del salón



El local consta de las siguientes medidas de frente 30 metros y de largo 45 metros.

La distribución interior será la siguiente:

Una pequeña oficina para atención al cliente de 4 metros cuadrados, junto a ella va un espacio para colocar el cubículo para los respectivos zapatos de bolos y stand para que los clientes puedan dejar su calzado hasta que termine el juego.

Contará con un espacio de descanso o de espera para los clientes de 6 metros cuadrados.

Tendrá un espacio de 4.30 metros espacialmente para lo que son los baños de hombres y mujeres.

El resto de espacio físico, se destinara para las pistas de bolos y máquinas; 20 m cuadrados.

El salón de bolos se va instalar en el cuarto piso del paseo comercial “DON DANIEL” este se encuentra ubicado en las calles 18 de Noviembre y Chile esquina junto al Supermaxi.

IMAGEN N° 14



FUENTE: edificio paseo comercial “DON DANIEL”
ELABORADO: El Autor

Estudio Organizacional y Legal

El siguiente Capítulo establece la estructura administrativa, que garantice el logro de los objetivos y metas de la empresa, así como el marco legal sobre el cual operará el salón de bolos.

a) Objetivos

Establecer el tipo de sociedad en la que la empresa se constituirá

Determinar las funciones de cada empleado y administrativos de la entidad a través de un manual de funciones.

Concretar la estructura organizativa de la empresa

Base legal

Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente dice que la Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social, a lo que añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura.

Se llama de responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.

La Razón Social de la empresa será **BOWLLING CENTER CÍA LTDA.**

Tipo de compañía: compañía limitada, CÍA LTDA.

Se constituye en dos o más personas hasta quince personas máximo.

Mínimo de capital \$ 800,00.

En cuanto al patrimonio es embargable con deudas personales.

Cuanta con una junta general de accionistas.

Y sobre todo es regulada por organismos internos y externos.

Acta constitutiva de la empresa de servicios de juego sala bolos.

En la ciudad de Loja, del Cantón Loja, Provincia de Loja, a los doce días del mes de julio del año 2015, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Hugo Sánchez, se reúne un grupo de personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una compañía de Responsabilidad Limitada, con fines de lucro, la que tendrá por objeto prestar servicios de juego de salón (bolos).

Minuta de constitución de compañía de responsabilidad limitada

Señor Notario:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- Comparecientes.- Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, los (as) señores(as): **ELVIS FERNANDO SÀNCHEZ CARRIÒN** portadora de la cédula de identidad **1104873367**; **ELVIS GUILLERMO SÀNCHEZ ROMERO** portador de la cédula de identidad **1105022055**; **SHIRLEY STEFANIA**

SÀNCHEZ ROMERO portador de la cédula de identidad **1103756670**; todos los comparecientes mayores de edad, todos de estado civil soltero, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Loja.

SEGUNDA.- Constitución.- Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada al servicio de juego de salón (bolos) en la Ciudad de Loja, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, y del siguiente estatuto.

TERCERA.- Estatuto de la Empresa.- La compañía que se constituye mediante el presente instrumento, se registrará por el estatuto que se expone a continuación:

TITULO PRIMERO

Denominación, domicilio, objeto social y duración.

Artículo primero.- La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y se registrará de acuerdo a este estatuto se denomina BOWLLING CENTER CIA LTDA.

Artículo segundo.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja, Provincia de Loja, República del Ecuador. Por resolución de la junta general de socios podrá establecer, sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme a la Ley y a este estatuto.

Artículo tercero.- Objeto social.- El objeto social de la compañía es prestar servicio de juego de salón (bolos). Para la consecución del objeto

social, la compañía podrá intervenir como socio en la formación de toda clase de sociedades o empresas, aportar capital a las mismas, o adquirir, tener y poseer acciones, obligaciones o participaciones de otras empresas en general en el país o exterior, y celebrar actos, contratos, negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley.

Artículo cuarto.- Duración.- El plazo de duración de la compañía es de 5 años, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil; sin embargo, la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

TÍTULO SEGUNDO

Capital, acciones, obligaciones y alimentos

Artículo quinto.- Capital social.- El capital social de la Compañía es de SESENATA Y SEIS DÓLARES De los Estados Unidos de América, (**USD. \$ 660.000,00**)

NOMBRES	APORTACION
ELVIS FERNANDO SÁNCHEZ CARRIÓN	22.000,00
SHIRLEY STEFANIA SÁNCHEZ ROMERO	22.000,00
ELVIS GUILLERMO SÁNCHEZ ROMERO	22.000,00
TOTAL	\$ 66.000,00

Artículo sexto.- Participaciones.- Las participaciones estarán representadas en certificados de aportación no negociables. Cada participación da derecho a un voto en la Junta General, así como a

participar en las utilidades y demás derechos establecidos en la ley o en el estatuto social.

Artículo séptimo.- Transferencias de participaciones.- La propiedad de las participaciones no podrá transferirse por acto entre vivos sin la aprobación unánime del capital social expresado en junta general. La cesión se hará por escritura pública, a la que se incorporará como habilitante la certificación conferida por el Gerente General de la compañía respecto al cumplimiento del mencionado requisito. En el libro de participaciones y socios se inscribirá la cesión y luego se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

TÍTULO TERCERO

Órgano de gobierno: La junta general

Artículo octavo.- Junta general y atribuciones.- Es el Órgano Supremo de gobierno de la Compañía, formado por los socios legalmente convocados y constituidos. Será presidida por el Presidente de la Compañía, y ejercerá la secretaría el Gerente General, sin perjuicio de que la junta designe Presidente y secretario a falta de éstos. Son atribuciones de la Junta General los siguientes:

- a) Resolver sobre la prórroga del plazo de duración de la compañía, su disolución anticipada, la reactivación, el aumento o disminución del capital, la transformación, fusión, o cualquier otro asunto que implique reforma del Contrato Social o Estatuto;

- b) Resolver sobre la distribución de los beneficios sociales;
- c) Conocer y aprobar el informe del Gerente General, así como las cuentas y balances que presenten los administradores;
- d) Aprobar la cesión de las participaciones sociales y la admisión de nuevos socios;
- e) Disponer que se inicien las acciones pertinentes contra los administradores, sin perjuicio del ejercicio de este derecho por parte de los socios, de acuerdo a la Ley;
- f) Interpretar obligatoriamente las cláusulas del Contrato Social, cuando hubiere duda sobre su inteligencia;
- g) Designar al Presidente y al Gerente General, fijar sus remuneraciones, y removerlos por causas legales, procediendo a la designación de sus reemplazos, cuando fuere necesario;
- h) Acordar la exclusión de los socios de acuerdo con la Ley;
- i) Autorizar la constitución de mandatarios generales de la Compañía;
- j) Las demás que no hubieren sido expresamente previstas a algún órgano de administración.

Artículo noveno.- Juntas ordinarias.- Se reunirán al menos una vez al año en el domicilio principal de la Compañía, dentro de los tres primeros meses siguientes a la finalización del respectivo ejercicio económico. En estas Juntas deberá tratarse al menos sobre lo siguiente:

- a) Conocer el informe anual del Gerente General, las cuentas y el estado de pérdidas y ganancias, el balance general, y acordar la resolución correspondiente;
- b) Resolver sobre la distribución de los beneficios sociales;
- c) Cualquier otro asunto constante en la convocatoria.

Artículo décimo.- Convocatorias.- La convocatoria a Junta General se hará mediante comunicación escrita dirigida a cada socio en la dirección registrada por cada uno de ellos y por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, por lo menos con ocho días de anticipación al día fijado para la reunión sin contar el día de la convocatoria ni el de la reunión. La convocatoria especificará el orden del día, el lugar y hora exactos de la reunión y llevará la firma de quien la convoque. En caso de segunda convocatoria, ésta deberá expresar claramente que la junta se reunirá con el número de socios presentes. Esta convocatoria no podrá modificar el objeto de la primera, ni demorar la reunión más de treinta días de la fecha fijada para la primera reunión. Las Juntas Generales, sean ordinarias o extraordinarias, serán convocadas por el Gerente General, o por el Presidente en ausencia de aquel, sin perjuicio de la facultad conferida a los socios de acuerdo al artículo ciento veinte de la Ley de Compañías.

Artículo décimo primero.- Instalación y quórum decisorio.- Para que la Junta General se encuentre válidamente constituida en primera convocatoria, deberán hallarse presentes los socios que representen al menos más de la mitad del capital social. En segunda convocatoria podrá

reunirse la Junta General con el número de socios presentes, siempre que así se haya expresado en la convocatoria respectiva. Las resoluciones se adoptarán con el voto favorable de los socios que representen la mitad más uno del capital social suscrito concurrente a la reunión. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Para la instalación de la Junta se procederá por Secretaría a formar la lista de los asistentes, debiendo hacer constar en la lista a los socios que consten como tales en el Libro de Participaciones y Socios. Para la verificación del quórum de instalación no se dejará transcurrir más de cuarenta y cinco minutos de la hora fijada en la convocatoria. En lo demás se estará a lo dispuesto en la Ley.

Artículo décimo segundo.- Representación.- Los socios pueden hacerse representar ante las Juntas Generales de Socios, para ejercer sus derechos y atribuciones, mediante carta o poder dirigida al Presidente de la misma. Cada socio no puede hacerse representar sino por un solo mandatario cada vez, cualquiera que sea su número de participaciones. Asimismo, el mandatario no puede votar en representación de otra u otras participaciones de un mismo mandante en sentido distinto, pero la persona que sea mandataria de varias participaciones puede votar en sentido diferente en representación de cada uno de sus mandantes.

Artículo décimo tercero.- De las actas.- Las deliberaciones de la Junta General se asentarán en un acta, que llevará las firmas del Presidente y del Secretario de la junta. En el caso de juntas universales, éstas podrán reunirse en cualquier parte del territorio nacional; pero deberán firmar el

acta todos los asistentes que necesariamente deben representar el 100% del capital social, bajo pena de nulidad. De cada junta se formará un expediente con la copia del acta y de los demás documentos que justifiquen que las convocatorias se hicieron en la forma prevista en la Ley y los Estatutos; se incorporarán además los demás documentos que hubieren sido conocidos por la junta. Las actas se elaborarán a través de un ordenador o a máquina, en hojas debidamente foliadas, que podrán ser aprobadas en la misma sesión, o a más tardar dentro de los quince días posteriores.

Artículo décimo cuarto.- Juntas generales extraordinarias. - Se reunirán en cualquier tiempo, en el domicilio principal de la compañía, para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

Artículo décimo quinto.- Juntas generales y universales.- La Junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y lugar, dentro del territorio de la República, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social, y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de la junta. En cuanto al quórum decisorio se estará a lo previsto en el artículo duodécimo de este estatuto. Las Actas de 1as Juntas Universales serán firmadas por todos los asistentes, bajo pena de nulidad.

TÍTULO CUARTO

Órganos de administración: el presidente y el gerente general

Artículo décimo sexto.- La compañía se administrará por un Gerente General y/o el Presidente, que tendrán las atribuciones y deberes que se mencionan en las cláusulas que siguen. El Gerente General ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía.

Artículo décimo séptimo.- Del presidente de la compañía.- El Presidente será nombrado por la Junta General para un período de tres años, pudiendo ser reelegido indefinidamente; podrá ser o no socio de la Compañía. Sus atribuciones y deberes serán los siguientes:

- a) Convocar, presidir y dirigir las sesiones de Junta General, debiendo suscribir las actas de sesiones de dicho organismo;
- b) Suscribir conjuntamente con el Gerente General los certificados de aportación;
- c) Suscribir el nombramiento del Gerente General; y,
- d) Subrogar al Gerente General en caso de ausencia o fallecimiento de éste, hasta que la Junta General proceda a nombrar un nuevo Gerente General, con todas las atribuciones del subrogado.
- e) La Junta General deberá designar un nuevo Presidente en caso de ausencia definitiva; en caso de ausencia temporal será subrogado por el gerente general.

Artículo décimo octavo.- Del gerente general.- El Gerente General será elegido por la Junta General para un período de tres años, tendrá la representación legal judicial o extrajudicial de la Compañía. Podrá ser reelegido indefinidamente. Para ser Gerente General no se requiere ser

socio de la Compañía. Este administrador no podrá ejercer ningún otro cargo que de acuerdo con la ley y a juicio de la Junta General sea incompatible con las actividades de la compañía.

El Gerente General tendrá los más amplios poderes de administración y manejo de los negocios sociales con sujeción a la Ley, los presentes estatutos y las instrucciones impartidas por la Junta General. En cuanto a sus derechos, atribuciones, obligaciones y responsabilidades se estará a lo dispuesto por la Ley de Compañías y este contrato social.

Son atribuciones especiales del Gerente General:

- a) Subrogar al Presidente de la compañía en caso de ausencia temporal;
- b) Realizar todos los actos de administración y gestión diaria encaminados a la consecución del objeto social de la compañía;
- c) Ejecutar a nombre de la Compañía toda clase de actos, contratos y obligaciones con bancos, entidades financieras, personas naturales o jurídicas, suscribiendo toda clase de obligaciones;
- d) Previa autorización de la Junta General, nombrar mandatarios generales y apoderados especiales de la compañía y removerlos cuando considere conveniente;
- e) Someter anualmente a la Junta General ordinaria un informe relativo a la gestión llevada a cabo al frente de la Compañía, así como el balance general y demás documentos que la Ley exige;

- f) Formular a la Junta General las recomendaciones que considere convenientes en cuanto a la distribución de utilidades y la constitución de reservas;
- g) Nombrar y remover al personal de la compañía y fijar sus remuneraciones, así como sus deberes y atribuciones;
- h) Dirigir y supervigilar la contabilidad de la compañía, así como velar por el mantenimiento y conservación de sus documentos.
- i) Abrir y cerrar cuentas bancarias y designar a la o las personas autorizadas para emitir cheques o cualquier otra orden de pago contra las referidas cuentas;
- j) Librar, aceptar, endosar y avalar letras de cambio y cualesquiera otros papeles de comercio relacionados con las actividades de la compañía;
- k) Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la Junta General; y,
- l) Ejercer y cumplir todas las atribuciones y deberes que reconocen e imponen la Ley y los estatutos presentes así como todas aquellas que sean inherentes a su función y necesarias para el cabal cumplimiento de su cometido.

TÍTULO QUINTO

De los socios

Artículo décimo noveno.- Derechos y obligaciones de los socios.-

Son derechos de los socios especialmente los siguientes:

- a) Intervenir en las Juntas Generales;

- b) Participar en los beneficios sociales en proporción a sus participaciones sociales pagadas;
- c) Participar en la misma proporción en la división el acervo social, en caso de liquidación de la Compañía;
- d) Intervenir con voz y con voto en las Juntas Generales;
- e) Gozar de preferencia para la suscripción de participaciones en el caso de aumento de capital;
- f) Impugnar las resoluciones de la Junta General conforme a la Ley
- g) Limitar su responsabilidad hasta el monto de sus respectivos aportes.
- h) Pedir la convocatoria a la Junta General, en la forma establecida en el artículo ciento veinte de la Ley de Compañías, siempre que concurrieren el o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social.
- i) Son obligaciones de los socios principalmente:
- j) Pagar la aportación suscrita en el plazo previsto en estos estatutos; caso contrario la compañía podrá ejercer cualquiera de las acciones previstas en el artículo doscientos diecinueve de la Ley de Compañías;
- k) No interferir en modo alguno en la administración de la Compañía;
- l) Los demás contemplados en la ley o en estos estatutos.

TÍTULO SEXTO

Balances, reparto de utilidades y formación de reservas

Artículo vigésimo.- Balances.- Los balances se practicarán al fenecer el ejercicio económico al treinta y uno de diciembre de cada año y los presentará el Gerente General a consideración de la Junta General Ordinaria. El balance contendrá no sólo la manifestación numérica de la situación patrimonial de la sociedad, sino también las explicaciones necesarias que deberán tener como antecedentes la contabilidad de la compañía que ha de llevarse de conformidad a las disposiciones legales y reglamentarias, por un contador o auditor calificado.

Artículo vigésimo primero.- Reparto de utilidades y formación de reservas.- A propuesta del Gerente General, la Junta General resolverá sobre la distribución de utilidades, constitución de fondos de reserva, fondos especiales, pero anualmente se segregarán de los beneficios líquidos y realizados por lo menos el cinco por ciento (5%) para formar el fondo de reserva legal hasta que este fondo alcance un valor igual al veinticinco por ciento (25%) del capital social. La Junta General para resolver sobre el reparto de utilidades deberá ceñirse a lo que al respecto dispone la Ley de Compañías.

Una vez hechas las deducciones legales, la Junta General podrá decidir la formación de reservas facultativas o especiales, pudiendo destinar, para el efecto, una parte o todas las utilidades líquidas distribuidas a la formación de reservas facultativas o especiales. Para el efecto, será necesario el consentimiento unánime de todos los socios presentes; en

caso contrario, del saldo distribuible de los beneficios líquidos anuales, por lo menos un cincuenta por ciento (50%) será distribuido entre los socios en proporción al capital pagado que cada uno de ellos tenga en la compañía.

TÍTULO SÉPTIMO

Disposiciones varias

Artículo vigésimo segundo.- Acceso a los libros y cuentas.- La inspección y conocimiento de los libros y cuentas de la compañía, de sus cajas, carteras, documentos y escritos en general sólo podrá permitirse a las entidades y autoridades que tengan la facultad para ello en virtud de contratos o por disposición de la Ley, así como a aquellos empleados de la compañía cuyas labores así lo requieran, sin perjuicio de lo que para fines especiales establezca la Ley.

Artículo vigésimo tercero.- Normas supletorias.- Para todo aquello sobre lo que no haya expresa disposición estatutaria se aplicarán las normas contenidas en la Ley de Compañías, y demás leyes y reglamentos pertinentes, vigentes a la fecha en que se otorga la escritura pública de constitución de la compañía, las mismas que se entenderán incorporadas a estos estatutos.

DECLARATORIA.- Los socios de la compañía por unanimidad nombran al señor Abogado; para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía,

su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente

(f) El Abogado

Estructura administrativa: La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

Documento habilitante: Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

Aprobación de la intendencia de compañías: Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, para la constitución de una compañía con domicilio en la ciudad de Loja, deberá enviarse la escritura a la Intendencia de Compañías de Cuenca, para su aprobación; la que, al aprobar la constitución dispone lo siguiente: 1. Que se margine una razón en la matriz de la escritura de constitución, con la aprobación que realiza; 2. La publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía: y. 3. La inscripción en el Registro Mercantil.

La minuta: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

Registros, permisos de funcionamiento y patentes

A continuación se describe los permisos para poder funcionar sin problemas el local de jugos de bolos:

Requisitos de la Superintendencia de Compañías

Los diferentes pasos a seguir son:

1. Reserva y aprobación del nombre o razón social de la empresa e la superintendencia.
2. Apertura de la cuenta de integración de capital en cualquier banco de la ciudad si el aporte es en numerario
3. Elevar a escritura pública la minuta de constitución de la empresa en cualquier notaría de la ciudad
4. Presentación de tres escrituras de constitución, con oficio firmado por un abogado en la superintendencia de compañías o en las ventanillas únicas. Se debe adjuntar copia de la cedula y de la papeleta de votación.
5. La superintendencia, en un máximo de 48 horas, responde con un oficio de observación o con una resolución de aprobatoria.
6. Publicar el extracto en un periódico de amplia circulación de la empresa por un solo día.
7. Sentar razón de la resolución de constitución de las escrituras, en la misma notaría donde reposa la escritura matriz de constitución.
8. Inscribir en el registro mercantil los nombramientos del representante legal y del administrador de la empresa.
9. Obtener la patente municipal

10. Para finalizar el trámite, debe presentar en la superintendencia los siguientes documentos:

Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el registro mercantil

Un ejemplar del periódico en el cual se publicó el extracto

Original o copias certificadas de los nombramientos del representante legal y administradores inscritos en el registro mercantil.

Copia de la cédula o pasaporte del representante legal y administrador de la compañía.

Formulario del RUC

Copia simple de pago de agua, luz o teléfono del domicilio de la compañía

11. La superintendencia de Compañías después de registrar el acto jurídico le entrega al usuario los siguientes documentos

Formulario del RUC

Datos generales

Cumplimiento de obligaciones y existencia legal

Nómina de socios y/o accionistas

Datos de constitución

Obligaciones con la Superintendencia de Compañías

A partir de la inscripción en el Registro Mercantil, la compañía mercantil tiene las siguientes obligaciones:

Presentación de estados financieros, dependiendo si su compañía está obligada a prestar su información financiera bajo normas NIIF o NEC. (Suscrito por el Representante Legal y el contador).

Informe presentado por el representante legal a la Junta de accionistas o socios.

Informe de comisario (si la compañía es anónima o, si los estatutos de la compañía limitada, establecen la existencia del comisario).

Informe de auditoría externa (Dependerá del monto total de activos del ejercicio económico 2011. Si la compañía tiene socios o accionistas del Estado o si sus activos son superiores a 1.000.000 de dólares).

Nómina de administradores y personal ocupado (La información que se presente en la nómina deberá estar acorde con la información que consta en el sistema de la Superintendencia de Compañías. Adjuntar copia de cédula y certificado de votación de los administradores

Pago de patente municipal

Requisitos para obtener patente de personas naturales

1. Registro Único de contribuyentes actualizado
2. Fotocopia de la cédula de identidad y certificado de votación
3. Formulario debidamente llenado de patente (Ventanilla #12 de recaudaciones)

Requisito para obtener patente de personas jurídicas

1. Registro único de contribuyentes actualizado
2. Fotocopia de cédula de identidad.

3. Formulario debidamente llenado de patente, (ventanilla #12 de Recaudaciones)
4. Copia de declaración del Impuesto a la Renta
5. En caso de tener sucursales en varios cantones, presentar Cuadro de Distribución del impuesto del 1.5 x Mil a los Activos

Obligaciones con el municipio

Las obligaciones que se va a mantener una vez puesta en marcha la empresa son;

Permiso de funcionamiento

Patente municipal

Pasos para obtener los permisos de funcionamiento del cuerpo de bomberos de Loja

- 1.- Deberá acercarse a las ventanillas de recaudación del Municipio de Loja
- 2.- Comprar un formulario de 50 centavos de declaración de Activos Totales
- 3.- Llenarlo y registrarlo en las ventanillas municipales.
- 4.- Acudir con este formulario a las oficinas de Recaudación del Cuerpo de Bomberos de Loja para proceder al pago correspondiente. USD. 2,10.
- 5.- Presentar copia de pago
- 6.-Copia del RUC
- 7.- Copia de C.I.
- 8.- Comprar Extintor de 2 kilos

9.- Llevar un Extintor para la revisión correspondiente.

10.- Solicitar la respectiva Inspección del local por parte de los señores inspectores de Bomberos.

Obligaciones con los bomberos

a).Contar con los elementos e instalaciones de detección y extinción de incendios.

b).Disponer de la inspección y mantención permanente de estos elementos.

c).Desarrollar e implementar un programa de entrenamiento para su personal en técnicas de prevención y control de incendios.

e).Dictar normas de almacenamiento, uso, manejo y transporte de líquidos combustibles e inflamables y sustancias peligrosas.

f).Mantener registro de comportamiento de los sistemas de ventilación frente a una emergencia, además estar capacitadas en técnicas de primeros auxilios.

Requisitos del servicio de rentas internas (SRI)

Para inscribirse o actualizar el RUC o RISE

Original y copia a color de la cedula y presentación del último certificado de votación. Para extranjeros copias a color del pasaporte incluye hoja de datos de identificación, visa y renovación. Para refugiados copia del carnet de refugiado otorgado por el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Del lugar donde realiza la actividad.- Original y copia de cualquiera de las siguientes planillas: de agua, luz, teléfono, impuesto predial, estado de

cuenta bancaria, tv cable, escritura pública o contrato de arrendamiento. Las planillas deben corresponder a cualquiera de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción o actualización.

Del domicilio.- original y copia de cualquiera de las siguientes planillas: de agua, luz, teléfono, impuesto predial, estado de cuenta, tv cable o contrato de arrendamiento. Las planillas deben corresponder a cualquiera de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción o actualización.

Obligaciones con el SRI

Obtener el RUC. El Registro Único de Contribuyentes, conocido por sus siglas como RUC, corresponde a la identificación de los contribuyentes que realizan una actividad económica lícita, por lo tanto, todas las sociedades, nacionales o extranjeras, que inicien una actividad económica o dispongan de bienes o derechos por los que tengan que tributar, tienen la obligación de acercarse inmediatamente a las oficinas del SRI para obtener su número de RUC, presentando los requisitos para cada caso.

El RUC contiene una estructura que es validada por los sistemas del SRI y de otras entidades que utilizan este número para diferentes procesos.

Si existen cambios en la información otorgada en la inscripción al RUC, deberá acercarse a actualizar su registro en un plazo no mayor a 30 días, presentando los requisitos según el caso.

De igual forma, si la sociedad cesa sus actividades, deberá informarse al SRI en un plazo no mayor a 30 días, presentando los requisitos según el caso.

Presentar declaraciones. Las Sociedades deben presentar las siguientes declaraciones de impuestos a través del Internet en el Sistema de Declaraciones o en ventanillas del Sistema Financiero. Estas deberán efectuarse en forma consolidada independientemente del número de sucursales, agencias o establecimientos que posea:

Declaración de impuesto al valor agregado (IVA): Se debe realizar mensualmente, en el Formulario 104, inclusive cuando en uno o varios períodos no se haya registrado venta de bienes o prestación de servicios, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto. En una sola declaración por periodo se establece el IVA sea como agente de Retención o de Percepción.

Declaración del impuesto a la renta: La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el Formulario 101, consignando los valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y conciliación tributaria.

Pago del anticipo del impuesto a la renta: Se deberá pagar en el Formulario 106 de ser el caso. Para mayor información verificar el cálculo del anticipo en el Art. 41 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

Declaración de retenciones en la fuente del impuesto a la renta: Se debe realizar mensualmente en el Formulario 103, aun cuando no se hubiesen efectuado retenciones durante uno o varios períodos mensuales.

Las sociedades son agentes de retención, razón por la cual se encuentran obligadas a llevar registros contables por las retenciones en la fuente realizadas y de los pagos por tales retenciones, adicionalmente debe mantener un archivo cronológico de los comprobantes de retención emitidos y de las respectivas declaraciones.

Declaración del impuesto a los consumos especiales: Únicamente las sociedades que transfieran bienes o presten servicios gravados con este impuesto deberán presentar esta declaración mensualmente en el Formulario 105, aun cuando no se hayan generado transacciones durante uno o varios períodos mensuales.

Presentar anexos. Los anexos corresponden a la información detallada de las operaciones que realiza el contribuyente y que están obligados a presentar mediante Internet en el Sistema de Declaraciones, en el periodo indicado conforme al noveno dígito del RUC.

Anexo de retención en la fuente del impuesto a la renta por otros conceptos (REOC).

Es un reporte mensual de información relativa de compras y retenciones en la fuente, y deberá ser presentado a mes subsiguiente.

Anexo transaccional simplificado (ATS). Es un reporte mensual de la información relativa a compras, ventas, exportaciones, comprobantes anulados y retenciones en general, y deberá ser presentado a mes subsiguiente. Presentarán obligatoriamente este anexo las sociedades catalogadas como especiales o que tengan una autorización de auto impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

Anexo de impuesto a la renta en relación de dependencia (RDEP).

Corresponde a la información relativa a las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta realizadas a sus empleados bajo relación de dependencia por concepto de sus remuneraciones en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre.

Deberá ser presentado una vez al año en el mes de febrero.

Anexo de ICE. Corresponde al informe de cantidad de ventas por cada uno de los productos o servicios por marcas y presentaciones. Deberá ser presentado a mes subsiguiente, excepto cuando no haya tenido movimientos durante uno o varios períodos mensuales. Estos contribuyentes deberán presentar adicionalmente un reporte de precios de venta al público de cada producto que se va a comercializar, así como cada vez que exista un cambio de PVP.

Organización administrativa

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más la que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles.

Nivel directivo

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la empresa de bolos.

Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

Nivel legislativo

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente.

Este nivel, se encarga de manejar planes, programas, métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo o de apoyo, para su ejecución. Velará el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la empresa de bolos.

Nivel auxiliar o de apoyo

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

En el caso de la presente empresa este nivel está conformado por la Contadora y el Representante Legal.

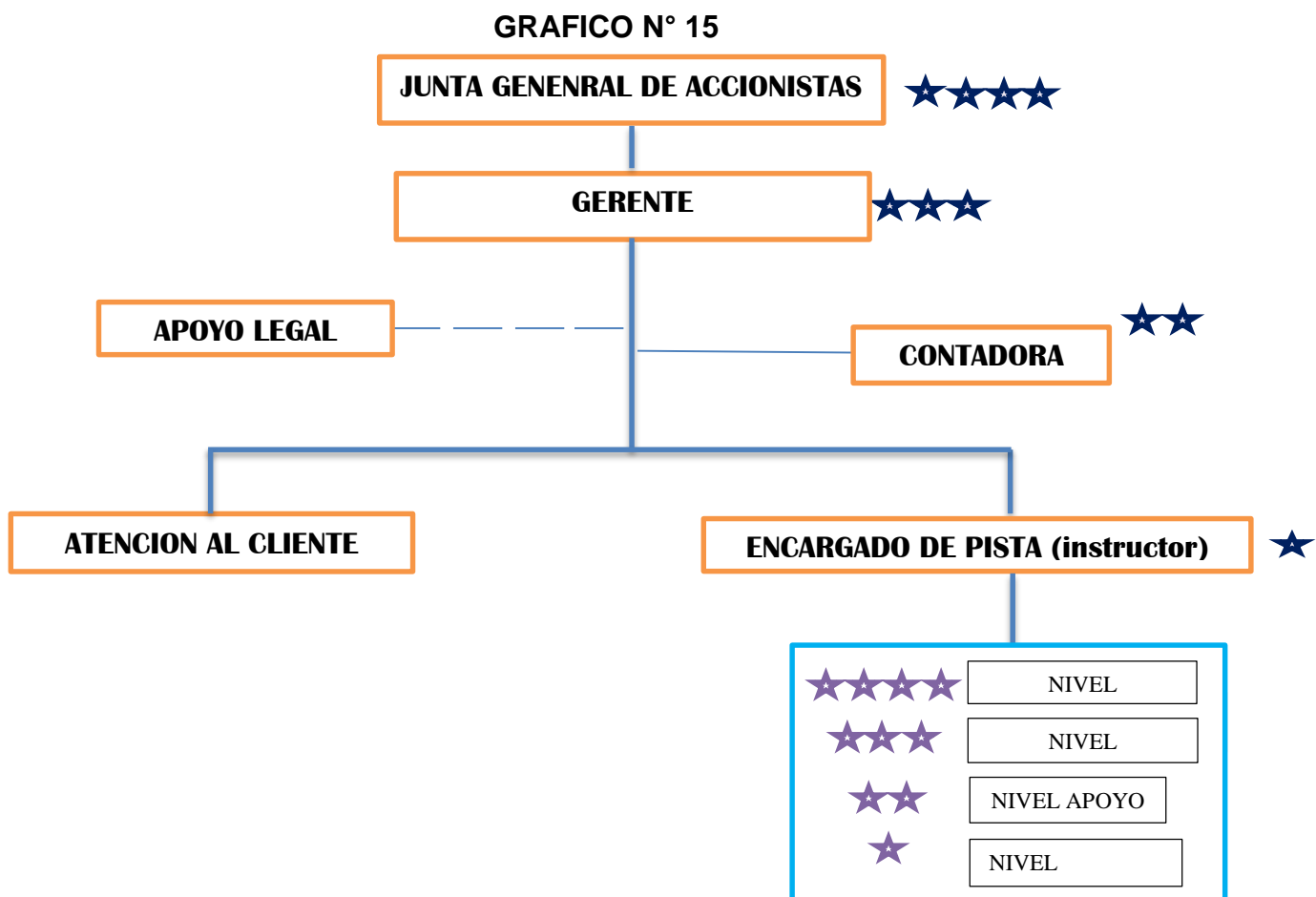
Nivel operativo

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la prestación del servicio. Es decir, son todos los departamentos que se encargan de la marcha operativa de la empresa.

Organigrama

Este apartado se refiere a la forma en que queda conformada la organización del personal que labora en una empresa durante su proceso normal de operación. A continuación se presenta esquemáticamente una jerarquización vertical descendente de los puestos que se contemplan en este proyecto, dadas las especificaciones del personal requerido.

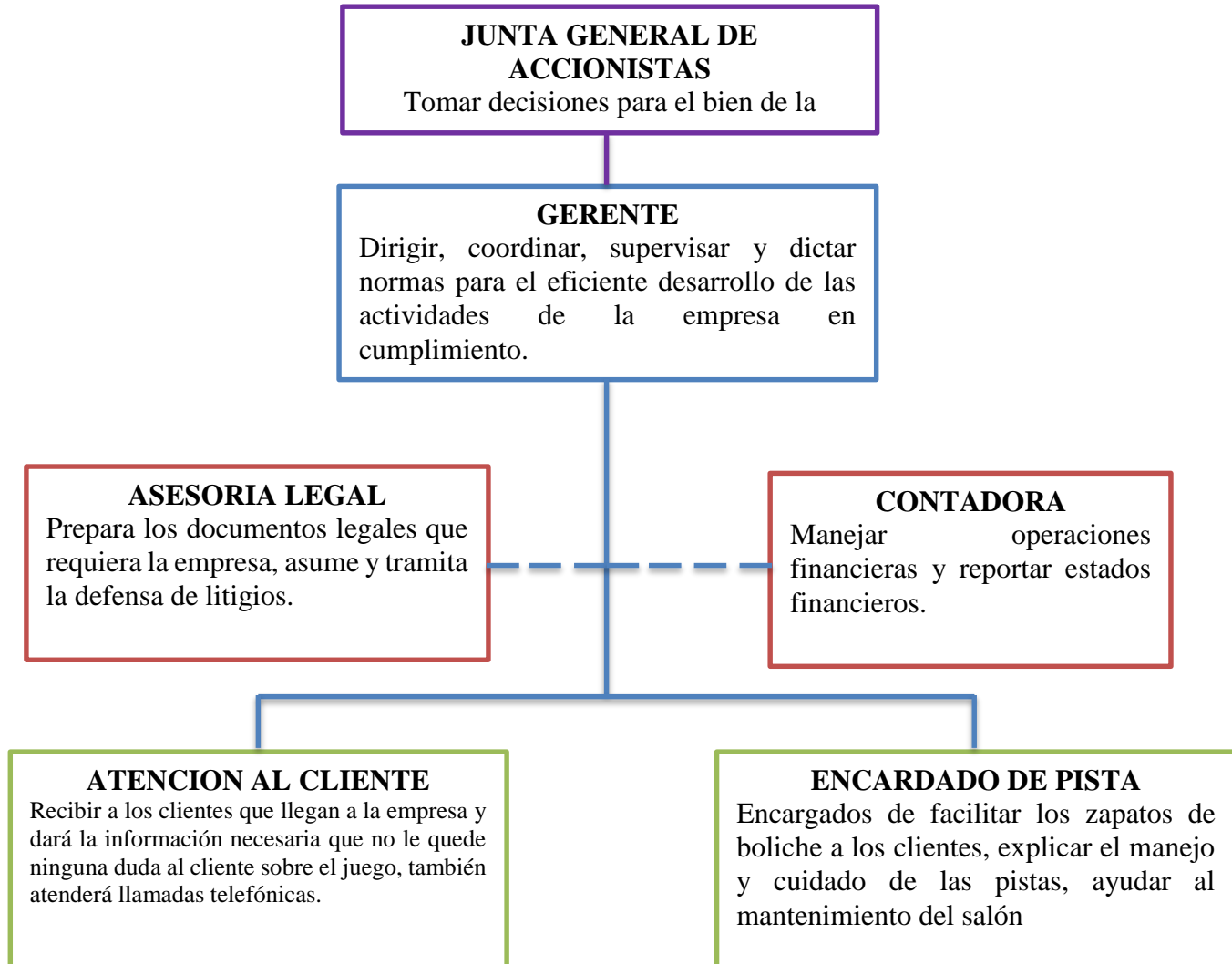
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA SALA DE BOLOS



FUENTE: Herramientas maestras
 ELABORACIÓN: El Autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA SALA DE BOLOS

GRAFICO N° 16



FUENTE: Herramientas maestras

ELABORACIÓN: El Autor

Manual de funciones

Consiste en la descripción detallada de todos los puestos de trabajo que existirán en la empresa y las funciones específicas que cada empleado va a cumplir. Este manual está elaborado con la finalidad de que la organización cuente con un documento que muestre como está organizada la empresa de servicios **“BOWLLING CENTER” Cia. Ltda.** Es de gran importancia contar con información del centro de trabajo para que los trabajadores conozcan con precisión y exactitud cuáles son las funciones que debe desempeñar como colaboradores, así como a quien están subordinados.

TABLA N° 23

NIVEL JERARQUICO
Legislativo
TITULO DEL PUESTO
Junta General de Accionistas
NATURALEZA DEL CARGO
Designar y tomar decisiones para el bien de la empresa
FUNCIONES
<p>Tomar decisiones para el bien del local Conocer y aprobar los balances Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales Selección de auditores externos en caso de ser requeridos</p>
REQUISITOS
<p>Educación: ing. Administración de Empresa o carreras fines Experiencia: mínimo 2 años en empresas de servicios Adicional: tener conocimientos adicionales para sacar a flote a la empresa</p>

ELABORACIÓN: El Autor

TABLA N° 24

NIVEL JERARQUICO
Directivo
TITULO DEL PUESTO
Gerente
NATURALEZA DEL CARGO
Planificar, organizar, ejecutar, controlar y dirigir
FUNCIONES
<p>Delegación de funciones Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir Controla cada una de las áreas Motivación del personal Aportación de nuevas ideas y soluciones Control de horarios y vacaciones Establecimiento de políticas empresariales Fijación de sanciones e incentivos del personal</p>
REQUISITOS
<p>Educación: ing. Banca y finanzas o carreras fines Experiencia: mínimo 2 años en empresas de servicios Adicional: Especialización en Recursos humanos</p>

ELABORACIÓN: El Autor

TABLA N° 25

NIVEL JERARQUICO
Apoyo
TITULO DEL PUESTO
Asesor Legal
NATURALEZA DEL CARGO
Coordinar las acciones jurídicas de la firma y brindar soporte legal a la empresa.
FUNCIONES
Realiza todas las operaciones legales de la empresa. Hacer cumplir derechos y obligaciones de trabajadores.
REQUISITOS
Educación: título en derecho Experiencia: 2 a 3 años mínimo Adicional: Edad entre 27 años a 45 años

ELABORACIÓN: El Autor

TABLA N° 26

NIVEL JERARQUICO
Apoyo
TITULO DEL PUESTO
Contador – Auditor
NATURALEZA DEL CARGO
Manejar eficientemente las operaciones financieras de la empresas de servicio
FUNCIONES
<p>Analizar y dar seguimiento a los ingresos y gastos de la empresa. Registrar en sus cuentas y balances, las facturas entregadas por adquisiciones como egresos Reportar y proporcionar los estados financieros y análisis financieros Realizar declaraciones de impuestos y efectuar pagos periódicos en diferentes entidades Cumplir a tiempo con el pago de sueldos a los empleados, así como el aporte al IESS.</p>
REQUISITOS
<p>Educación: Título en contabilidad y auditoria Experiencia: Experiencia mínimo 2 años</p>

ELABORACIÓN: El Autor

TABLA N° 27

NIVEL JERARQUICO
Operativo
TITULO DEL PUESTO
Atención al cliente
NATURALEZA DEL CARGO
Recibir y dar información necesaria sobre precios, promociones y realizar el respectivo cobro del servicio.
FUNCIONES
Recibir llamadas, dar información sobre el servicio. Realizar el cobro respectivo del servicio utilizado por los clientes. Informar al Gerente sobre las actividades diarias.
REQUISITOS
Educación: Título en Administración turística o carreras afines. Experiencia: mínimo 1 año en atención al cliente Adicional: Que maneje dos idiomas.

ELABORACIÓN: El Autor

TABLA N° 28

NIVEL JERARQUICO
Operativo
TITULO DEL PUESTO
Encardado de la pista
NATURALEZA DEL CARGO
Tiempo completo, trabajo en equipo y ser responsable con el cargo.
FUNCIONES
Entregar los zapatos de bolos a los clientes. Atender cualquier inquietud del juego de bolos. Y cada lunes turnos para el mantenimiento de las pistas.
REQUISITOS
Educación: Titulo en bachiller o en Educación Física. Experiencia: Opcional Adicional: Tener conocimientos sobre el deporte de bolos

ELABORACIÓN: El Autor

FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa de bolos

El salón de juego de bolos se implementara en el edificio paseo comercial "DON DANIEL" ubicado en las calles 18 de Noviembre y Chile esquina, la empresa de bolos se llamara "BOWLLING CENTER".

Logotipo de la empresa

Un logo es una imagen formada por un símbolo, la empresa de bolos va a manejar el siguiente logotipo el cual se a diferencia en cualquier lugar del país.

BOWLLING CENTER



Slogan

**BIENVENIDOS A LA DIVERSION....
Juega con tus amigos, relaciónate con gente, te sentirás bien y abrirás
tu mente**

Misión

Fomentar la práctica del deporte de bolos dentro de los parámetros de última tecnología, con servicio de calidad, equidad y seguridad; impulsando nuevos deportes para la ciudadanía siendo un lugar de esparcimiento, recreación y atractivo turístico para la región sur.

Visión

“BOWLLING CENTER” para el 2019 será una empresa orientada a la satisfacción y al compromiso con sus clientes y así contar con la mejor posición en el mercado en el ámbito de entretenimiento.

Valores

A través de los valores morales que muestran la responsabilidad ética y sociales el desarrollo de las labores del negocio.

Honestidad: en todas las acciones procurando salvaguardar los intereses de los clientes.

Confianza: reflejada en la total lealtad y continuidad de todos los importantes y prestigiosos clientes para establecer relaciones a largo plazo.

Responsabilidad: para poder desarrollar cada una de las funciones con eficiencia y eficacia

Compromiso: para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes con personal comprometido con el bienestar y confort del cliente.

Profesionalidad: el equipo estará integrado por un amplio grupo de expertos reconocidos por su rigor profesional.

Objetivos

Tiene como objetivo principal cultivarlos e invitarlos a todos los ciudadanos lojanos y turistas a realizar el deporte de bolos con estilo único y saludable en donde se va a combinar la amistad y el deporte.

Garantizar que los jóvenes y adultos reciban de la manera más placentera la formación deportiva específica en el deporte de bolos.

Implantar confianza en los clientes y garantizar su satisfacción total.

Brindar la seguridad de nuestros clientes al momento de utilizar nuestro servicio, con los adecuados implementos para la realización de la actividad.

Fomentar la cultura de los deportes no tradicionales en la Región Sur.

Aportar al desarrollo socio-económico de la provincia de Loja.

Estudio Financiero

El presente estudio tiene como objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, para elaborar cuadros analíticos y obtener datos adicionales que permitan la evaluación financiera del proyecto para demostrar su viabilidad.

a) Objetivos

Estipular el requerimiento de activos fijos, activo circulante y activos diferidos necesarios para el funcionamiento del local de juego de bolos, y por ende el total de inversión y financiamiento.

Determinar los costos fijos, costos variables y márgenes de utilidad de precios para establecer la estructura de ingresos.

Elaborar el estado de pérdidas y ganancias proyectado para los 5 años de vida útil del proyecto.

Realizar el cálculo del punto de equilibrio, flujo de caja, VAN, relación beneficio-costos, el periodo de recuperación, TIR, y el análisis de sensibilidad del proyecto.

Activos fijos

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

Maquinaria y equipo.- La empresa necesitara de la siguiente maquinaria para poder operar. El costo total asciende a \$ 90.000 dólares. (Anexo N° 2)

Muebles y enseres.- Aquí se encuentran los muebles de oficina que son necesarios para el proceso administrativo, que ascienden al valor de \$3.500 dólares. (Anexo N° 3).

Equipo de oficina.- Constituyen los costos en que se deberá incurrir para adquirir los bienes que serán utilizados por el personal administrativo y de servicio, sumadoras, etc., que fueron cotizados en la ciudad de Loja, y que asciende a un monto de \$ 808,00 dólares; (Anexo N° 4).

Equipo de computación.- el equipo de cómputo encierra un monto total de \$ 992,00 dólares. (Anexo N° 5).

TABLA N° 29

RESUMEN DE LOS ACTIVOS FIJOS DE “BOWLLING CENTER CIA.LTDA.”

ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	\$ 90.000,00
Muebles y Enseres	\$ 3.500,00
Equipo de Oficina	\$ 808,00
Equipo de Computación	\$ 992,00
Improvistos 3%	\$ 3.068,00
TOTAL	\$ 98.369,00

Fuente: Anexos N° 2 al 6

Elaboración: El Autor

Activos diferidos

Son los desembolsos que la empresa realiza con los propósitos de garantizar la normal estabilidad de la empresa, y obtener resultados positivos en el futuro.

Gastos de constitución: son aquellos gastos en los que incurrirá obligatoriamente la empresa para su constitución, como los gastos jurídicos. La empresa “Bowling Center” tiene un valor total en Gatos de Constitución de \$ 1.500,00

Imprevistos.- Para este cálculo se tomó en cuenta el 3% del total de las inversiones diferidas, cuyo monto asciende a \$43,68 dólares.

TABLA N° 30

GASTOS DE CONSTITUCION	
ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Trámites municipales	706
Tramites de RUC	200
Actos jurídicos	550
Imprevistos (3%)	43,68
TOTAL	1.500

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: El Autor

Activo circulante o capital de trabajo

Son recursos que requiere la empresa para poder operar; estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Mano de obra directa.- Se considera a todas las personas que van a trabajar en el local de “BOWLLING CENTER”. En los cuadros de salarios

se determina los parámetros y obligaciones económicas según la ley, para el año 2015. El cálculo se lo realiza con base a un salario mínimo vital de \$354, el décimo tercero, el décimo cuarto, aportes al IESS, etc., (total de \$21.137,00) la información y su respectiva proyección (anexo N° 7,8)

Carga fabril.- Son los gastos generados por agua, energía eléctrica y arriendo, además, esta información se la expone en el siguiente cuadro cuyo valor asciende a \$6.329,00 mensuales, (anexo N° 9).

Gastos de ventas.- En este rubro intervienen los gastos en que se incurre por publicidad, tanto radial, televisiva, y prensa escrita con un valor mensual 4.356,00 (anexo N° 10).

Gastos de administración.- Constituyen los costos generados por la administración en el que se incurrirá dentro de la etapa administrativa principalmente, estos gastos comprenden, los sueldos y salarios para el personal de esta área de administración como son al contador y al abogado para se considera aquí por la constitución de la empresa de \$1.275,00

TABLA N° 31

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE		
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 1.761,00	\$ 21.137,00
CARGA FABRIL	\$ 6.329,00	\$ 75.948,00
GASTOS EN VENTAS	\$ 4.356,00	\$ 52.272,00
GASTOS DE ADMINISTRATIVOS	\$ 1.275,00	\$ 15.300
IMPREVISTOS 3%	\$ 377,00	\$ 4.527,00
TOTAL	\$ 7.720,29	\$ 149.393,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: El Autor

Tabla de resumen total de la inversión del proyecto

En resumen el proyecto propuesto requerirá una inversión total de \$113.590,00 entre inversiones fijas, capital de trabajo e inversiones diferidas para operar desde el primer mes.

TABLA N° 32

VALOR TOTAL DE LAS INVERSIONES

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Activo Fijo	\$ 98.369,00
Activo Diferido	\$ 1.500,00
Activo Circulante	\$ 13.721,00
TOTAL	\$ 113.590,00

Fuente: N° DE TABLA 29 – 30 – 31

Elaboración: El Autor

Financiamiento del proyecto

Fuentes de financiamiento

TABLA N° 33

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Préstamo	\$ 48.000,00	42%
Capital social	\$ 66.000,00	58%
Guillermo Sánchez	\$ 22.000	
Fernando Sánchez	\$ 22.000	
Shirley Sánchez	\$ 22.000	
TOTAL	\$ 113.590,00	100%

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO EN LA CFN

N° PAGO	CAPITAL	INTERESES	DIVIDENDO	SALDO
0				\$ 48.000,00
1	\$ 48.000,00	\$ 40,00	\$ 1.571,46	\$ 46.868,54
2	\$ 46.868,54	\$ 429,63	\$ 1.571,46	\$ 45.726,71
3	\$ 45.726,71	\$ 419,16	\$ 1.571,46	\$ 44.574,41
4	\$ 44.574,41	\$ 408,60	\$ 1.571,46	\$ 43.411,55
5	\$ 43.411,55	\$ 397,94	\$ 1.571,46	\$ 42.238,04
6	\$ 42.238,04	\$ 387,18	\$ 1.571,46	\$ 41.053,76
7	\$ 41.053,76	\$ 376,33	\$ 1.571,46	\$ 39.858,63
8	\$ 39.858,63	\$ 365,37	\$ 1.571,46	\$ 38.652,54
9	\$ 38.652,54	\$ 354,31	\$ 1.571,46	\$ 37.435,40

10	\$ 37.435,40	\$ 343,16	\$ 1.571,46	\$ 36.207,10
11	\$ 36.207,10	\$ 331,90	\$ 1.571,46	\$ 34.967,54
12	\$ 34.967,54	\$ 320,54	\$ 1.571,46	\$ 33.716,61
13	\$ 33.716,61	\$ 309,07	\$ 1.571,46	\$ 32.454,22
14	\$ 32.454,22	\$ 297,50	\$ 1.571,46	\$ 31.180,26
15	\$ 31.180,26	\$ 285,82	\$ 1.571,46	\$ 29.894,62
16	\$ 29.894,62	\$ 274,03	\$ 1.571,46	\$ 28.597,20
17	\$ 28.597,20	\$ 262,14	\$ 1.571,46	\$ 27.287,88
18	\$ 27.287,88	\$ 250,14	\$ 1.571,46	\$ 25.966,56
19	\$ 25.966,56	\$ 238,03	\$ 1.571,46	\$ 24.633,13
20	\$ 24.633,13	\$ 225,80	\$ 1.571,46	\$ 23.287,47
21	\$ 23.287,47	\$ 213,47	\$ 1.571,46	\$ 21.929,48
22	\$ 21.929,48	\$ 201,02	\$ 1.571,46	\$ 20.559,05
23	\$ 20.559,05	\$ 188,46	\$ 1.571,46	\$ 19.176,05
24	\$ 19.176,05	\$ 175,78	\$ 1.571,46	\$ 17.780,37
25	\$ 17.780,37	\$ 162,99	\$ 1.571,46	\$ 16.371,90
26	\$ 16.371,90	\$ 150,08	\$ 1.571,46	\$ 14.950,51
27	\$ 14.950,51	\$ 137,05	\$ 1.571,46	\$ 13.516,10
28	\$ 13.516,10	\$ 123,90	\$ 1.571,46	\$ 12.068,54
29	\$ 12.068,54	\$ 110,63	\$ 1.571,46	\$ 10.607,71
30	\$ 10.607,71	\$ 97,24	\$ 1.571,46	\$ 9.133,49
31	\$ 9.133,49	\$ 83,72	\$ 1.571,46	\$ 7.645,75
32	\$ 7.645,75	\$ 70,09	\$ 1.571,46	\$ 6.144,38
33	\$ 6.144,38	\$ 56,32	\$ 1.571,46	\$ 4.629,25
34	\$ 4.629,25	\$ 42,43	\$ 1.571,46	\$ 3.100,22
35	\$ 3.100,22	\$ 28,42	\$ 1.571,46	\$ 1.557,18
36	\$ 1.557,18	\$ 14,27	\$ 1.571,46	\$ 0,00

FUENTE: CFN (Corporación Financiera Nacional)

ELABORACIÓN: El autor

El financiamiento del presente proyecto se lo realizara con capital propio de \$ 66.000,00 y capital ajeno de \$ 48.000,00. Los recursos ajenos se los solicitará a través de un préstamo en la CFN (Corporación Financiera Nacional), fondos destinados a la adquisición de Activos Fijos para la empresa “BOWLLING CENTER”, con un monto total de \$ 48.000,00 (42% de la inversión) y un interés anual del 11% a 3 años plazo. Los accionistas

aportaran el otro 58% de la inversión con un monto de \$22.000,00 cada uno.

Estructura de costos e ingresos del proyecto

Presupuesto de costos

Son todos los gastos que la empresa debe enfrentar durante el proceso productivo, así para una más específica y amplia explicación se presenta en el siguiente cuadro para los 5 años de vida útil del proyecto y respetando los parámetros financieros de cálculo para proyectos de inversión.

TABLA Nº 34

COSTOS SERVICIO					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CARGA FABRIL	\$ 92.055	\$ 93.929	\$ 94.973	\$ 96.054	\$ 97.173
DEP. MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 8.100	\$ 8.100	\$ 8.100	\$ 8.100	\$ 8.100
DEP. MUEBLES Y ENSERES	\$ 315	\$ 315	\$ 315	\$ 315	\$ 315
DEP.EQUIPO DE OFICINA	\$ 73	\$ 73	\$ 73	\$ 73	\$ 73
DEP. EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220
ARRIENDO	\$ 54.000	\$ 54.000	\$ 54.000	\$ 54.000	\$ 54.000
AGUA	\$ 960	\$ 995	\$ 1.032	\$ 1.070	\$ 1.109
LUZ	\$ 4.200	\$ 4.339	\$ 4.470	\$ 4.604	\$ 4.743
TELEFONO	\$ 300	\$ 310	\$ 320	\$ 331	\$ 342
INTERNET	\$ 420	\$ 434	\$ 448	\$ 463	\$ 478
TV CABLE	\$ 264	\$ 273	\$ 282	\$ 291	\$ 301
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 21.137	\$ 22.799	\$ 23.635	\$ 24.503	\$ 25.402
IMPREVISTO (3 %)	\$ 2.066	\$ 2.072	\$ 2.078	\$ 2.084	\$ 2.090
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 2.875	\$ 3.007	\$ 3.117	\$ 3.232	\$ 3.350
SALARIOS	\$ 2.176	\$ 2.255	\$ 2.338	\$ 2.424	\$ 2.513
IMPREVISTO (3 %)	\$ 699	\$ 752	\$ 779	\$ 808	\$ 837
GASTOS EN VENTA	\$ 13.821	\$ 14.326	\$ 14.848	\$ 15.390	\$ 15.952
PUBLICIDAD	\$ 13.068	\$ 13.548	\$ 14.045	\$ 14.560	\$ 15.095
IMPREVISTO (3 %)	\$ 753	\$ 778	\$ 804	\$ 830	\$ 858
GASTOS FINANCIEROS	\$ 5.257	\$ 3.449	\$ 1.432	\$ 254	\$ 254
AMORTIZACION ACTIVO DIFERIDO	\$ 241	\$ 241	\$ 241	\$ 241	\$ 241
INTERESES DEL PRESTAMO	\$ 4.765	\$ 3.043	\$ 1.122		
IMPREVISTO (5 %)	\$ 250	\$ 164	\$ 68	\$ 12	\$ 12
TOTAL	\$114.007	\$114.711	\$114.370	\$114.930	\$ 116.729

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: El autor

Costos fijos y costos variables

TABLA N° 35

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C FIJOS	C VARIABLES	C FIJOS	C VARIABLES	C FIJOS	C VARIABLES	C FIJOS	C VARIABLES	C FIJOS	C VARIABLES
CARGA FABRIL										
DEP. MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 8.100		\$ 8.100		\$ 8.100		\$ 8.100		\$ 8.100	
DEP. MUEBLES Y ENSERES	\$ 315		\$ 315		\$ 315		\$ 315		\$ 315	
DEP. EQUIPO DE OFICINA	\$ 73		\$ 73		\$ 73		\$ 73		\$ 73	
DEP. EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 220		\$ 220		\$ 220		\$ 220		\$ 220	
ARRIENDO	\$ 54.000		\$ 54.000		\$ 54.000		\$ 54.000		\$ 54.000	
AGUA		\$ 960		\$ 960		\$ 960		\$ 960		\$ 960
LUZ		\$ 4.200		\$ 4.339		\$ 4.470		\$ 4.604		\$ 4.743
TELEFONO		\$ 300		\$ 310		\$ 320		\$ 331		\$ 342
INTERNET		\$ 420		\$ 434		\$ 448		\$ 463		\$ 478
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 21.137		\$ 22.799		\$ 23.635		\$ 24.503		\$ 25.402	
TV CABLE		\$ 264		\$ 273		\$ 282		\$ 291		\$ 301
IMPREVISTOS (3%)	\$ 2.066		\$ 2.072		\$ 2.078		\$ 2.084		\$ 2.090	
GASTOS DE ADMINISTRACION										
SALARIOS	\$ 2.176		\$ 2.255		\$ 2.338		\$ 2.424		\$ 2.513	
IMPREVISTO (3 %)	\$ 699		\$ 752		\$ 779		\$ 808		\$ 837	

GASTOS EN VENTA										
PUBLICIDAD	\$ 13.068		\$ 13.548		\$ 14.045		\$ 14.560		\$ 15.095	
IMPREVISTO (3 %)	\$ 753		\$ 778		\$ 804		\$ 830		\$ 858	
GASTOS FINANCIEROS										
AMORTIZACION ACTIVO DIFERIDO	\$ 241		\$ 241		\$ 241		\$ 241		\$ 241	
INTERESES DEL PRESTAMO	\$ 4.765		\$ 3.043		\$ 1.122					
IMPREVISTO (5 %)	\$ 250		\$ 164		\$ 68		\$ 12		\$ 12	
TOTAL	\$ 107.863	\$ 6.144	\$ 108.360	\$ 6.316	\$ 107.819	\$ 6.480	\$ 108.171	\$ 6.649	\$ 109.757	\$ 6.824

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: El autor

Ingresos

El concepto por ingresos de servicios fue establecido por el producto de la proyección de la capacidad instalada por el precio de venta, el mismo que va incrementando cada año por la inflación promedio obtenida de años anteriores.

Los ingresos del proyecto corresponden principalmente por alquiler diario de la pista por parte de nuestros usuarios el cual tiene costo de \$ 4,00. Según los cálculos obtenidos, es así a este costo fue posible incrementarle un 60% de utilidad, así se establece el ingreso total para el primer año, obteniendo un precio promedio de venta al público del servicio de \$ 7,00 dólares, que se encuentra por debajo de los precios de otros centro en la ciudad ya que este juego se lo practica entre dos personas en adelante entonces el precio es accesible al momento de ir a divertirse entre pareja o amigos incluso en grupos grandes.

Calculo del PVP

Total costos fijos + total costos variables / # de personas durante el año

TABLA N° 36

COSTOS FIJOS	\$ 107.863,00
COSTOS VARIABLES	\$ 6.144,00
SERVICIOS ANUALES	26957 (N° de personas)
PRECIO MEDIANTE LOS CF Y CV	\$ 4,00

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA		TARIFA	TOTAL INGRESOS
0	AÑO BASE			
1	2015	26957	\$ 7,00	\$ 189.107
2	2016	28454	\$ 7,27	\$ 206.934
3	2017	29952	\$ 7,54	\$ 225.822
4	2018	29952	\$ 7,82	\$ 234.110
5	2019	29952	\$ 8,10	\$ 242.702

P. CON COSTOS	INCREMENTO	PVP
\$ 4,00	60%	\$ 7,00

FUENTE: Investigación realizada
ELABORACIÓN: El autor

Estado de pérdidas y ganancias proyectado para 5 años

El Estado de Pérdidas y ganancias constituye una herramienta que proporcionará información para la toma de decisiones a futuro en salvaguarda de los intereses de la empresa, en tal sentido la precisión y la veracidad de la información que contiene el mismo; por lo tanto, permitió determinar si la empresa va a obtener utilidades o pérdidas durante su vida útil.

Como se puede observar las utilidades de cada año proyectado de la empresa “BOLLWING CENTER” son significativas, y por cuanto no incurre en pérdida alguna.

TABLA Nº 37

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 189.107	\$ 206.934	\$ 225.822	\$ 234.110	\$ 242.702
(-) costos totales	\$ 114.007	\$ 114.711	\$ 114.370	\$ 114.930	\$ 116.729
(=) utilidad bruta en ventas	\$ 75.099	\$ 92.223	\$ 111.452	\$ 119.180	\$ 125.972
(-) 15% a trabajadores	\$ 11.265	\$ 13.833	\$ 16.718	\$ 17.877	\$ 18.896
(=) utilidad antes de impuestos	\$ 63.834	\$ 78.390	\$ 94.734	\$ 101.303	\$ 107.077
(-) impuesto a la renta 22%	\$ 14.044	\$ 17.246	\$ 20.842	\$ 22.287	\$ 23.557
(=) utilidad liquida	\$ 49.791	\$ 61.144	\$ 73.893	\$ 79.017	\$ 83.520

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: El autor

Punto de equilibrio

Permite tener conocimiento cuando son iguales tanto los ingresos por ventas y el total de los costos (fijos y variables), es decir es el punto donde la empresa no tiene perdidas ni ganancias.

Para calcular el punto de equilibrio en forma matemática en función de la capacidad instalada y de las ventas; es necesario clasificar a los costos en fijos y variables.

En el siguiente cuadro se expone los costos fijos y variables, para luego proceder a calcularlos matemáticamente, en función de los ingresos por

ventas y en función de la capacidad instalada, y por último a graficarlos y de esta manera obtener el punto de equilibrio.

Como se indicó anteriormente, primero se clasifica los costos en fijos y variables, para luego con la utilización de las formulas en función de las ventas y la capacidad instalada, proceder al cálculo del punto de equilibrio.

Cálculo del punto de equilibrio

I) En función a la capacidad

Año 1

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PE = \frac{107.863,00}{189.107,00 - 6.144,00} * 100$$

$$PE = 59\%$$

DESCRIPCIÓN	AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
P.E EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA	59%	54%	49%	48%	47%
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 107.863	\$ 108.360	\$ 107.819	\$ 108.171	\$ 109.757
TOTAL DE COSTOS VARIABLES	\$ 6.144	\$ 6.316	\$ 6.480	\$ 6.649	\$ 6.824
TOTAL VENTAS	\$ 189.107	\$ 206.934	\$ 225.822	\$ 234.110	\$ 242.702

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: El autor

Representación del punto de equilibrio

Es la representación gráfica en el que se especifica el punto de equilibrio mediante el plano cartesiano.

En función a la capacidad

Año 1

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PE = \frac{107.863,00}{189.107,00 - 6.144,00} * 100$$

$$PE = 59\%$$

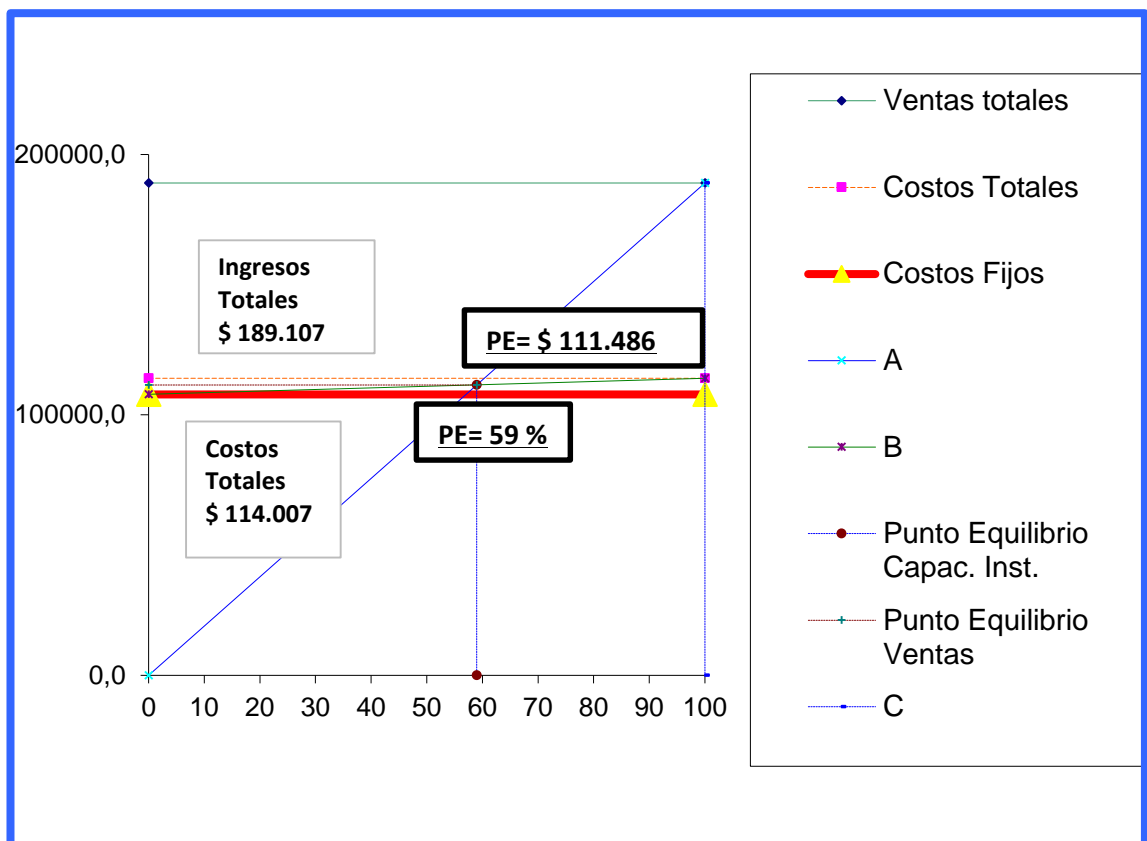
En función a las ventas

Año 1

$$PE = CFT / 1 - (CVT / VT)$$

$$PE = 107.863 / 1 - (6.144 / 189.107)$$

$$PE = \$ 111.486,00$$



Análisis: Estos resultados significan que la empresa para no perder ni ganar debe trabajar al 59 % de su capacidad instalada y vender al menos \$ 111.486,00 dólares.

I) En función a las ventas

$$\begin{aligned} \text{AÑO 1} \quad PE &= CFT/1 - (CVT/ VT) \\ PE &= 107.863 / 1 - (6.144/ 189.107) \\ PE &= \$ 111.486,00 \end{aligned}$$

TABLA N° 39

DESCRIPCIÓN	AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
P. E EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS	\$ 111.486	\$ 111.771	\$ 111.004	\$ 111.333	\$ 112.932
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 107.863	\$ 108.360	\$ 107.819	\$ 108.171	\$ 109.757
TOTAL DE COSTOS VARIABLES	\$ 6.144	\$ 6.316	\$ 6.480	\$ 6.649	\$ 6.824
TOTAL DE VENTAS	\$ 189.107	\$ 206.934	\$ 225.822	\$ 234.110	\$ 242.702

FUENTE: Investigación realizada
ELABORACIÓN: El autor

Evaluación financiera

La evaluación financiera permite cuantificar y determinar los costos que se requerirán para poner en marcha la empresa y los beneficios que se obtendrán como rentabilidad en periodos determinados de actividades, para ello se elabora el flujo de caja como un primer indicador para determinar la situación financiera.

Flujo de caja

Para poder elaborar un Flujo de Caja contamos con la información sobre ingresos y egresos proyectados de la empresa. Esta información figura en

la estructura de costos e ingresos la que permitió proyectar los flujos de caja hacia el futuro.

TABLA N° 40

FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
ventas del servicio	\$ 189.107	\$ 206.934	\$ 225.822	\$ 234.110	\$ 242.702
TOTAL DE INGRESOS	\$ 189.107	\$ 206.934	\$ 225.822	\$ 234.110	\$ 242.702
EGRESOS					
Gastos de ventas (publicidad)	\$ 13.821	\$ 14.326	\$ 14.848	\$ 15.390	\$ 15.952
Gastos de administracion	\$ 2.875	\$ 3.007	\$ 3.117	\$ 3.232	\$ 3.350
Carga fabril	\$ 92.055	\$ 93.929	\$ 94.973	\$ 96.054	\$ 97.173
Gastos financieros	\$ 5.257	\$ 3.449	\$ 1.432	\$ 254	\$ 254
TOTAL DE EGRESOS	\$ 114.007	\$ 114.711	\$ 114.370	\$ 114.930	\$ 116.729
UTILIDAD BRUTA	\$ 75.099	\$ 92.223	\$ 111.452	\$ 119.180	\$ 125.972
15% utilidad a trabajadores	\$ 11.265	\$ 13.833	\$ 16.718	\$ 17.877	\$ 18.896
22% impuesto Renta	\$ 14.044	\$ 17.246	\$ 20.842	\$ 22.287	\$ 23.557
UTILIDAD NETA	\$ 49.791	\$ 61.144	\$ 73.893	\$ 79.017	\$ 83.520
Dep. Activos Fijos	\$ 8.708	\$ 8.708	\$ 8.708	\$ 8.708	\$ 8.708
Amortizacion activos diferido	\$ 241	\$ 241	\$ 241	\$ 241	\$ 241
FLUJO DE CAJA DE OPERACIÓN	\$ 58.257	\$ 69.611	\$ 82.359	\$ 87.483	\$ 91.986
Inversion de computo				\$ 992	
VALOR DE RESCATE					\$ 51.759
TOTAL FLUJO DE CAJA	\$ 58.257	\$ 69.611	\$ 82.359	\$ 86.491	\$ 143.745

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: El autor

El Flujo de Caja permitirá que la empresa se anticipe a futuros déficit de efectivo y de esta manera buscar financiamiento. Sin embargo se observa en el presente Flujo de Efectivo o de Caja, hay saldos positivos cada año y eso es beneficioso ya que servirá para ir cubriendo deudas futuras de la empresa con terceros.

Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto de una inversión es la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión. En otras palabras el Valor Actual Neto es traer al presente.

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$FA = \frac{1}{(1 + 11\%)^1}$$

$$FA = 0.90$$

TABLA N° 41

VALOR ACTUAL NETO (VAN) $VA=1/(1+i)^n$						
ITEM	1	2	3	4	5	TOTAL
INVERSION DEL PROYECTO	\$ 113.590					
FLUJO	\$ 58.257	\$ 69.611	\$ 82.359	\$ 87.483	\$ 91.986	
TASA DE INTERES	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	
FACTOR DE ACTUALIZACION	0,90	0,81	0,73	0,66	0,59	
VALOR ACTUAL	\$ 52.484	\$ 56.498	\$ 60.220	\$ 57.628	\$ 54.589	\$ 281.419
				Formula en excel=		\$ 281.419

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: El autor

Calculo del VAN

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 281.419 - 113.590$$

$$VAN = \$ 167.830,00$$

Interpretación:

Este indicador (**VAN**) permitió determinar la rentabilidad del proyecto. Por tanto, el mismo presenta un Valor Actual Neto positivo, lo que significa que la inversión es rentable, puesto que entre más alto sea el VAN mayor rentabilidad que produce el mismo; es decir, que en el lapso de 5 años el proyecto obtendrá una rentabilidad de \$ 167.830,00 ya después de haber cubierto el total de la inversión.

Relación beneficio-costo

Permite medir el rendimiento por cada dólar invertido, esta relación dicho de otra manera nos indica la capacidad de pago de la empresa, se lo obtiene realizando comparación de los valores actuales de los ingresos, con el valor actual de los egresos.

Cuando se obtiene un índice mayor a 1 en la relación beneficio – costo, el proyecto renta justo lo que el inversionista exige de la inversión.

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$
$$FA = \frac{1}{(1+11\%)^1}$$
$$FA = 0.9009009$$

TABLA Nº 42

RELACION BENEFICIO COSTO O INDICE DE PRODUCTIVIDAD						
AÑO	COSTO ORIGINAL	FACTOR %	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 11%	INGRESO ACTUALIZADO
1	\$ 114.007	0,9009009	\$ 102.709	\$ 189.107	0,9009009	\$ 170.366
2	\$ 114.711	0,8116224	\$ 93.102	\$ 206.934	0,8116224	\$ 167.952
3	\$ 114.370	0,7311914	\$ 83.627	\$ 225.822	0,7311914	\$ 165.119
4	\$ 114.930	0,6587310	\$ 75.708	\$ 234.110	0,6587310	\$ 154.216
5	\$ 116.729	0,5934513	\$ 69.273	\$ 242.702	0,5934513	\$ 144.032
TOTAL			\$ 424.419			\$ 801.685

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: El autor

Calculo de relación beneficio costo

$$\text{RBC} = \text{Ingresos Actualizados} / \text{Costos Actualizados}$$

$$\text{RBC} = \$ 801.685 / \$ 424.419$$

$$\text{RBC} = \$ 2,00$$

Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene 1,00 dólar de utilidad.

Interpretación:

Analizando, se puede observar que se tiene como resultado el valor de 2,00 dólares, ya que se tiene dos dólares para pagar cada dólar que la empresa debe; o, dicho de otra manera, el proyecto renta \$ 1,00 dólar, lo que significa que la inversión renta más de lo que el inversionista exige de por cada dólar invertido.

Tasa interna de retorno (TIR)

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$
$$FA = \frac{1}{(1+16\%)^1}$$
$$FA = 0.862068966$$

TABLA N° 43

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 1	VAN 1	FACTOR 2	VAN 2
		55%		56%	
INVERSION	\$ 113.590				
1	\$ 58.257	0,6451031	\$ 37.582	0,64273821	\$ 37.444
2	\$ 69.611	0,41615801	\$ 28.969	0,41311241	\$ 28.757
3	\$ 82.359	0,26846482	\$ 22.111	0,26552313	\$ 21.868
4	\$ 87.483	0,17318749	\$ 15.151	0,17066187	\$ 14.930
5	\$ 91.986	0,11172378	\$ 10.277	0,1096909	\$ 10.090
TOTAL			\$ 114.090		\$ 113.090
		VAN menor	\$ 500	VAN mayor	-\$ 500

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: El autor

$$TIR = Tm + Dt * \left[\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right]$$

$$TIR = 56\% + (56\% - 55\%) * \left[\frac{500}{500 - (-500)} \right]$$

$$TIR = 56\%$$

Interpretación:

La TIR del Proyecto es del 56%, entendiendo de esta manera que dicha tasa es superior a la Tasa de Financiamiento del 11 % dispuesta. Por lo tanto se deduce que es aconsejable invertir en el presente proyecto.

Periodo de recuperación del capital

TABLA N° 44

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL		
AÑOS	INVERSION INICIAL	FLUJO NETO
	\$ 113.590	
1		\$ 58.257
2		\$ 69.611
3		\$ 82.359
4		\$ 86.491
5		\$ 143.745
TOTAL		\$ 440.464

SUMATORIA
\$ 127.868,00

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: El autor

$$PRC = AñoSuperaInversion + \left[\frac{Inversion - \sum 1rosFlujos}{Flujo.del.Año.que.supera.la.Inversion} \right]$$

$$PRC = 2 + \left[\frac{113.590 - 127.868}{69.611} \right]$$

$$PRC = 2 Años$$

$$PRC = 0,79 \times 12 = 9 meses$$

$$PRC = 0,48 \times 30 = 14 días$$

Interpretación:

Al realizar el análisis correspondiente se puede observar en el resultado obtenido, que la Inversión Inicial del Proyecto que es de \$ 107.546,39 se la recuperará en un periodo de 2 años, con 9 meses y 14 días, tiempo inferior a la vida útil establecida del proyecto.

Análisis de sensibilidad del proyecto

El análisis de sensibilidad adopta los resultados de un modelo cuando cambian las circunstancias de alguna variable, es decir trata de manifestar las variaciones de rentabilidad del proyecto debido a la modificación de uno de los componentes del modelo analizado, como es el caso de incrementar sus costos y disminuir sus ingresos. Para ello se procede a calcular la nueva tasa interna de retorno y así se puede conocer si el proyecto es o no sensible a las variación.

Por la forma de aumento de los costos

TABLA Nº 45

ANALISIS DE SENSIBILIDAD EN BASE AL AUMENTO DE LOS COSTOS								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN 1	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN 2
		50%			29,00 %		31,00 %	
0								
1	\$ 114.007	\$ 171.011	\$ 189.107	\$ 18.095	0,77579519	\$ 14.038	0,763358779	\$ 13.813
2	\$ 114.711	\$ 172.066	\$ 206.934	\$ 34.868	0,601858177	\$ 20.985	0,582716625	\$ 20.318
3	\$ 114.370	\$ 171.556	\$ 225.822	\$ 54.267	0,466918679	\$ 25.338	0,444821851	\$ 24.139
4	\$ 114.930	\$ 172.394	\$ 234.110	\$ 61.716	0,362233265	\$ 22.355	0,339558665	\$ 20.956
5	\$ 116.729	\$ 175.094	\$ 242.702	\$ 67.608	0,281018825	\$ 18.999	0,259205088	\$ 17.524
TOTAL						\$ 101.716		\$ 96.751
					VAN 1	\$ 11.873	VAN 2	-\$ 16.839

FUENTE: Costos totales tabla Nª 34

ELABORACIÓN: El autor

Calculo de la nueva TIR

$$\text{NuevaTIR} = Tm + Dt * \left[\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right]$$

$$\text{NuevaTIR} = 29\% + (31\% - 29\%) * \left[\frac{-96.751}{-96.751 - (11.873)} \right]$$

$$\text{NuevaTIR} = 36,02\%$$

Diferencia entre la TIR del proyecto y la nueva TIR

NUEVA TIR	36,02 %
TIR DEL PROYECTO	56 %

Diferencia TIR=TIR proyecto - Nueva TIR

Diferencia TIR =56 % -36,02%

Diferencia TIR=19,85 %

Porcentaje de variación

% Variación= (Dif. TIR / TIR proyecto)*100

% Variación= (19,85 % / 56%)*100

% Variación=35,53%

Sensibilidad

Sensibilidad= % variación / Nueva TIR

Sensibilidad= 35,53% / 36,02%

Sensibilidad= 0,99

Interpretación:

Luego de realizar el análisis de sensibilidad se ha obtenido que el proyecto pueda soportar un 50 % de incremento en sus costos esto es administrativos, financieros, operativos, entre otros, es decir que este es el límite que soportaría el proyecto de incremento en sus costos para obtener una sensibilidad de 0,99.

Por la forma de disminución de los ingresos

TABLA N° 46

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN BASE A LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ACTUALIZADO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN 1	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN 2
			30,00%		25,10%		26,90%	
0								
1	114.007,49	189.106,51	132374,5538	18.367,06	0,799360512	14.681,90	0,788022065	14.473,65
2	114.710,65	206.933,75	144853,6278	30.142,98	0,638977227	19.260,68	0,620978774	18.718,15
3	114.370,45	225.822,36	158075,6495	43.705,20	0,510773163	22.323,44	0,489344976	21.386,92
4	114.929,59	234.110,04	163877,0258	48.947,44	0,408291897	19.984,84	0,385614638	18.874,85
5	116.729,45	242.701,88	169891,3127	53.161,86	0,32637242	17.350,56	0,303872843	16.154,45
TOTAL						93.601,43		89.608,01
					VAN 1	19.988,21	VAN 2	-23.981,63

FUENTE: Costos totales tabla N° 34

ELABORACIÓN: El autor

Calculo de la Nueva TIR

$$NuevaTIR = Tm + Dt * \left[\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right]$$

$$NuevaTIR = 25,10\% + (26,10\% - 25,10\%) * \left[\frac{-23.981,63}{-23.982,63 - (19.988,21)} \right]$$

$$NuevaTIR = 35,91\%$$

Diferencia entre la TIR del proyecto y la nueva TIR

NUEVA TIR	35,91 %
TIR DEL PROYECTO	56 %

Diferencia TIR=TIR proyecto - Nueva TIR

Diferencia TIR= 56 % - 35,91 %

Diferencia TIR=19,96 %

Porcentaje de variación

% Variación= (Dif. TIR / TIR proyecto)*100

% Variación= (19,96 % / 56%)*100

% Variación= 35,73 %

Sensibilidad

Sensibilidad= % variación / Nueva TIR

Sensibilidad=35,73% /35,91%

Sensibilidad= 0,99

Interpretación:

Luego de realizar el análisis de sensibilidad se ha obtenido que el proyecto puede soportar un 30 % de disminución en sus ingresos, es decir que este es el límite que soportaría el proyecto de disminución en sus ingresos en para obtener una sensibilidad de 0,99.

h) CONCLUSIONES

El segmento de mercado al cual van a estar dirigido el servicio de juegos de bolos esta segmentado a personas en edades de 15 a 54 años tanto como mujeres y varones, de acuerdo al estudio realizado el servicio que se pretende ofrecer una demanda efectiva de (86.940 personas al primer año) y tiene una oferta igual que la demanda insatisfecha ya que en la ciudad de Loja no cuenta con ninguna competencia directa en la actualidad.

La capacidad instalada y utilizada del proyecto fue determinada en base a la instalación que tendrá para atender a la clientela, el lugar tiene una capacidad para 50 personas y cabe aclarar que es un juego que se puede jugar entre 2 personas o más.

Para el cálculo de los ingresos fue necesario obtener resultados de los costos unitarios por unidad de servicio, donde se pudo establecer un margen de utilidad para determinar el precio de venta al público que es de \$ 7,00 por hora, este precio se fijó porque es un juego que se juega entre 2 o más personas por pista.

El flujo de caja permitió anticipar que la empresa en un futuro no obtendrá déficit de efectivo para cubrir sus ingresos y egresos. Para el año 1 se obtuvo un resultado de \$58.257,00 y para el año 5 de \$143.745,00

El cálculo del VAN facilitó delimitar la rentabilidad de la inversión, es decir que la empresa ganara \$167.830,00 después de los 5 de vida útil ya descontado el total de la inversión. Además el capital se recuperará en 2 años, 9 meses y 14 días.

Con el análisis de sensibilidad se predijo que el proyecto resistirá un aumento en sus costos hasta un 50% y una disminución en sus ingresos en un 30%, causados por los posibles cambios en las diferentes variables macroeconómicas. Concluyendo que el proyecto de invertir en la empresa "BOWLLING CENTER" es factible, gracias a los beneficios económicos que se obtendrá del mismo.

i) RECOMENDACIONES

La empresa luego de que empiece a realizar sus funciones, siga aplicando encuestas a sus clientes para determinar falencias de la misma e ir mejorando cada vez más.

La empresa de bolos una vez que se posicione en el mercado, siga ampliando sus instalaciones para que aumente su capacidad instalada y de esta manera aprovechar al máximo la demanda insatisfecha.

Que se realice el debido control de todas las actividades y funciones que cumplen cada empleado y directivo dentro de la organización, con la finalidad de aprovechar al máximo los esfuerzos dentro de un ambiente laboral adecuado en donde los trabajos sean el recurso principal.

Es factible que “BOWLLING CENTER”, con las utilidades generadas por su actividad invierta dicho capital, para de esta manera aumentar su rentabilidad e ir creando valor en el mercado.

j) BIBLIOGRAFÍA

Libros

Benassini, M. (2011). Introducción a la investigación de mercados: Un enfoque para América Latina, I.: Prentice Hall.

Castañeda, C. (1986). Administración Financiera de Empresas. Bogotá. Colombia: Editorial ECOE.

Costa, J. (2005). Publicidad y diseño: El nuevo reto de la comunicación. Buenos Aires: Infinito.

Córdova, M. (2006). Formulación y Evaluación de proyectos. Bogotá: ECOE Ediciones.

Dvoskin, R. (2004). Fundamentos de marketing: Teoría y experiencia. Buenos Aires: Granica.

Erossa, E. (2002). Proyectos de inversión en ingeniería. México: S.A Editorial

Fernández, R. (2008). Segmentación de mercados. México: ECAFSA.

García del Junco, J. (2005). Fundamentos de Gestión Empresarial. Madrid: Pirámides Editorial.

Guizar, R. (2002). Desarrollo Organizacional. México: McGraw-Hill.

Grajales, G. (2007). Estudio de Mercado y Comercialización. Colombia: S.N.

Jiménez, A. (2008). Diseño de procesos de Ingeniería. México: Reverte Editorial

Martínez, M.L. (2006). Guía para la presentación de proyectos. México: S.N

Palepu, K. (2007). Análisis y Evaluación de negocios. México: Thomson Editores

Pasaca, M. M. (2009). Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior. Loja. Ecuador: Offset Imagen.

Pasaca, M.M. (2004).Formulación y evaluación de proyectos. Loja. Ecuador

Cuaderno de ingeniería de proyectos. (2001). Universidad politécnica de Valencia. Valencia: S.N

Artículos de revistas

Chávez, C. (2013, 15 de Diciembre). Juventud y el Deporte. Revista Estadio. *Semana*, (67), p. 25.

Sevilla, E. (2010, 10 de Marzo). Comité Olímpico Ecuatoriano. Revista Estadio. *Semana*, (45), p. 81.

Enciclopedias

López, A. (2004).Enciclopedia básica escolar interactiva siglo XXI. Madrid – España: Printed in E.U. Editorial.

Grosch, T. (2004).Temática ilustrada. (2ª ed., Vol. I). Bogotá-Colombia: Printed in Colombia.

k) ANEXOS N° 1



ENCUESTA DEMANDANTES

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Banca y Finanzas; la siguiente encuesta tiene como finalidad obtener datos que permitan determinar, la factibilidad de inversión para implementar una empresa de servicio de **Juego Sala BOLOS** para la Ciudad de Loja.

Instrucción: señale con una (X) la (s) alternativa (s) que corresponda a la pregunta.

1. **Sexo:** Hombre _____ Mujer _____

2. **Edad.**

15 – 20 años

31 – 40 años

51– 54 años

21 – 30 años

41 – 50 años

3. **Su actividad económica es.**

Empleado público

()

Estudiante ()

Empleado privado

()

Otros

()

especifique _____

Negocio propio

()

4. **¿A usted? le gustan los deportes o juegos de salón.**

Si ()

No ()

Si su respuesta fue afirmativa continúe, y si fue negativa gracias por su colaboración.

5. **Le gustaría practicar el deporte de bolos o boliche.**

Si ()

No ()

Si su respuesta fue afirmativa continúe, y si fue negativa gracias por su colaboración.

6. **Si en esta ciudad se llegará a instalar una empresa de servicio de juego sala bolos con amplias instalaciones modernas ¿usted asistiría?**

Si ()

No ()

Si su respuesta fue afirmativa continúe, y si fue negativa gracias por su colaboración.

7. **¿En qué lugar de la ciudad preferiría que esté ubicado la sala de bolos?**

Norte	
Centro	
Sur	

8. **¿Con qué frecuencia usted asistiría a este juego?**

1 vez a la semana	
2 - 3 veces por semana	
Cada quince días	
1 vez al mes	

9. **¿Qué tiempo utilizaría este deporte de bolos?**

1 hora	
2 horas	
3 horas o mas	

10. **¿Con quién o quienes usted asistiría al juego sala bolos?**

Solo (a)	
En pareja	
Amigos	
Familia	

11. **Porque medio le gustaría informarse de esta nueva empresa de servicio de juego sala bolos. (elija una opción).**

Radio ()

Cual? _____

Prensa Escrita ()

Cual? _____

Televisión ()

Cual? _____

Redes Sociales ()

Cual? _____

12. **Si eligió radio o televisión ¿cuál de los siguientes horarios le parece más adecuado para ser informado sobre la empresa de juego sala bolos?**

() Mañana

() Tarde

() Noche

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 2

VALOR DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO

Máquina / Accesorio	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Pista sintética	6	\$ 7.033,33	\$ 42.199,98
Máquina para limpiar la pista	1	\$ 7.147,02	\$ 7.147,02
Colocadores de bolos	6	\$ 890,00	\$ 5.340,00
Pinos o pines	120	\$ 55,00	\$ 6.600,00
Maquina automática de elevación de bolas	6	\$ 1.500	\$ 9.000,00
Bolas de boliche	60	\$ 85,00	\$ 5.100,00
Pantallas LCD 32"	6	\$ 1.080,00	\$ 6.480,00
Terminales Multi-Funciones Terrestres	6	\$ 950,00	\$ 5.700,00
Estantería	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Superficie de goma	28	\$ 21,00	\$ 588,00
Glicol	225	\$ 4,20	\$ 945,00
TOTAL			\$ 90.000,00

Fuente: Empresa Damfi Bowling

Elaboración: El Autor

La información sobre la maquinaria y equipo que se expone, se la obtuvo de facturas proforma hechas a empresa de la ciudad de Quito, la cual es una de las encargadas de distribuir este tipo de equipo en nuestro país.

Proforma de la empresa Damfi bowling.



19 de junio de 2014

caj. 6 Pistas Loja

Estimado Sr. Sánchez:

Atendiendo a su petición le informamos que le podemos ofrecer TODO EL EQUIPO COMPLETO que incluye: Pistas sintéticas, el más avanzado sistema de puntuación, máquinas de última generación más rápidas, con el mayor número de partidas por hora para obtener la mayor rentabilidad posible. Todo ello con la instalación incluida.

Todos nuestros equipos además incluyen de forma estándar los siguientes productos y servicios de forma exclusiva:

- ✓ Pantallas planas TFT/LCD de 32"
- ✓ Un ordenador de control/bar con TPV para un servicio completo e integrado
- ✓ Pantalla táctil de control/bar con cajón de monedas
- ✓ Diez pares de zapatos por pista de distintas tallas europeas
- ✓ Frontales exclusivos personalizados y retroiluminables
- ✓ Asistencia técnica telefónica y on-line 365 días al año
- ✓ Actualizaciones gratuitas de software
- ✓ Software en español e inglés
- ✓ Juegos especiales para niños y adultos con el sistema de puntuación
- ✓ Capacitación de su personal técnico, de recepción y gerencia
- ✓ Módulos de publicidad con anuncios personalizados
- ✓ 2 Juegos de pines, por pista 5 Bolas por pista, limpiador de pistas
- ✓ Asesoría técnica en la construcción y adecuación del local in situ
- ✓ Página Web de su nuevo negocio
- ✓ Garantía de un año

Todo esto añadiendo además la mejor rentabilidad del mercado sobre su inversión al ofrecer el mejor precio del mercado por \$ 15.000* dólares por pista total: \$ 90.000, incluido el transporte hasta su local en condiciones CIF puerto ecuatoriano.

Atentamente,

Juanjo Cuenca
Director

Seguidamente se da a conocer las adquisiciones en muebles, enseres, equipo de oficina entre otros activos necesarios para el funcionamiento normal de los servicios de la empresa.

ANEXO N° 3

VALOR DE LOS MUEBLES Y ENSERES

Muebles y Enseres	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios	2	\$ 161,00	\$ 322,00
Sillas Giratorias	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Mesas	6	\$ 93,00	\$ 558,00
Sillas	60	\$ 38,00	\$ 2.280,00
Archivador	1	\$ 180,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 3.500,00

Fuente: Almacén Hermanos Ochoa
Elaboración: El Autor

El equipo de oficina que se muestra, fue cotizado en almacenes de nuestra ciudad y está también sujeto a depreciación, la cual se mostrará más adelante.

ANEXO N° 4

VALOR DEL EQUIPO DE OFICINA

Equipo de Oficina	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Teléfonos Inalámbricos	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Cajas Registradoras	1	\$ 58,83	\$ 58,83
Router – Wiffi	3	\$ 48,03	\$ 145,00
Equipo de sonido	1	\$ 534,82	\$ 534,82
TOTAL			\$ 808,00

Fuente: Empresa Toners y Empresa graficas "SANTIAGO"
Elaboración: El Autor

LUNA CRUZ JULIO CESAR

LUNA CRUZ JULIO CESAR
Azuay 16-22 y 18 de Noviembre
Telefono: 072573358

Ruc: 1102021464001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL RESOLUCION # 468 DEL 22/09/2005 NO RETENER IVA

PROFORMA N° 00000000002752

Cliente: SANCHEZ AREVALO SANDRO EDWIN

Fecha: 18/06/2014

Direccion: ZAMORA

Telefono:

Pag. #: 1

RUC: 1900413699

Código	Descripción	Cant.	P.U.	Total
010981	GA M-727 GRAPADORA ARTESCO NEGRA GRA007	2.00	30800	61600
000881	FKW 978 PERFORADORA KW GRANDE FK K.978	2.00	43100	86200
020705	RPR RESMA PAPEL FOTOC 75GR 74 REPROGRAF	3.00	30500	91500
016301	PQR AM P QUDM FINAL 65X90 PAF/PAFA	2.00	00962	01924
000141	BBF AZBOLIG BIC FINO AZUL	10.00	02400	24000
015932	AO ARCH NG OF IDEAL	5.00	18600	93000

SubTotal: 35.82

Subtotal IVA 12%: 26.67

Subtotal IVA 0%: 9.15

IVA 12%: 3.20

TOTAL: 39.02

PROFORMA VALIDA HASTA 8 DIAS ENTREGA INMEDIATA

RUC. 1102021464001
Ing. Julio César Luna C.
GRAFICAS SANTIAGO
LOJA - ECUADOR



MATRIZ: Sucre 10-99 y Azuay esquina.
Telfs.: (07) 2576307 / 2587111 / 2581390
CENTRO DE SERVICIOS: Sucre 10-109 y Azuay.
Telf: (07) 2581390 Ext: 108

SUCURSAL MEDICOS: Azuay e/ Sucre y 18 de Noviembre.
Edif. Consorcio Médicos. Telf: (07) 2562329.
SUCURSAL 18 DE NOV: 18 de Noviembre e/ José Antonio
Eguiguren y Colón. Telf: (07) 2562441

www.toners.ec

EMPRESA TECNOLÓGICA TONERS CIA. LTDA.

RUC: 1191725847001

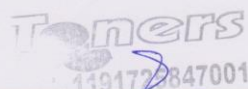
PROFORMA No: 11259

Fecha: 18/06/2014 Teléfono: 2107317
 CLIENTE: ELVIS FERNANDO SANCHEZ CARRION
 Ruc: 1104873367 Vendedor.: VERONICA TORRES
 Direc.: EPOCA

Codigo	Descripción	Cant.	Precio	Total
KX-TG4062	TELEFONO PANASONIC KX-TG4062 2X1 DECT6.0 C-ID ALTAVOZ-NEG	1	65.00	65.00
CD-415	CAJA DE DINERO BEMATECH CD-415 NEGRA P/IMPRESORA	1	58.83	58.83
DIR-615	ROUTER DLINK DIR-615 300MBPS INALAM +4P 10/100 2 ANT	1	48.03	48.03
RAD136	MINICOMPONENTE LG RAD136 2200W CD/MP3/ USB AUX	1	156.25	156.25
C45-ASP4307FL	TOSHIBA C45-ASP4307FL CEL 1037U/ 4GB/ 500GB/ DVD/14IN/ WIN8	1	534.82	534.82
MG2410	IMPRESORA CANON PIXMA MG2410 MULT	2	53.48	106.96

VALIDEZ:

Subtotal:	969.91
Descuento:	0.00
Subtotal 0%:	0.00
Subtotal 12%:	969.91
Recargo:	0.00
IVA:	116.38
TOTAL:	1,086.30



COMERCIALIZACION EMPRESA TECNOLÓGICA
TONERS CIA. LTDA

ANEXO Nº 5 VALOR DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Equipo de Computación	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	2	\$ 442,60	\$ 885,20
Impresoras	2	\$ 53,48	\$ 106,96
TOTAL			\$ 992,00

Fuente: Empresa Toners

Elaboración: El Autor



Teléfono: (07) 2576307 / 2587111 / 2581390 | Edif. Consorcio Médicos. Telf: (07) 2562329.
CENTRO DE SERVICIOS: Sucre 10-109 y Azuay. SUCURSAL 18 DE NOV: 18 de Noviembre e/ José Antonio
Telf: (07) 2581390 Ext: 108 | Eguiguren y Colón. Telf: (07) 2562441

www.toners.ec

RUC: 1191725847001

PROFORMA No: 11260

Fecha: 18/06/2014 Teléfono: 2107317
CLIENTE: ELVIS FERNANDO SANCHEZ CARRION
Ruc: 1104873367 Vendedor.: VERONICA TORRES
Direc.: EPOCA

Código.	DESCRIPCION	Cant.	P.Unit	Subt.
			790.36	790.36
CASE	CASE COMBO V5 TEC/ MOUSE/ PAR	2		
E350	MBO GIGABYTE E350N/ AMD A45 DUALCORE/ HD6310/ D	2		
ADA-	MEMORIA ADATA 4GB 1333MHZ DDR3	2		
SEA-	DISCO DURO SEAGATE 750GB SATA	2		
GN22	DVD-WRITER LG SUPERMULTI 22X ATA	2		
CE59	CARD READER INTERNO PLASTICO	2		
20EN	MONITOR LG 20IN 20EN33SS-B LED	2		
REGT	REGULADOR VOLTAJE THOR 6 TOMAS 1200VA	2		
7648	COBERTORES TONERS 17/19 LCD 3PIEZAS	2		
MUST	MOUSE PAD LOGO TONERS	2		

VALIDEZ:

OBSERVACION:

Subtotal:	790.36
Descuento:	0.00
Subtotal 0%:	0.00
Subtotal 12%:	790.35
Recargo:	0.00
IVA:	94.84
TOTAL:	885.20

ANEXO Nº 6

Registros, permisos de funcionamiento y patentes



JEFATURA DE HIGIENE
R.U.C. 1160000240001

Nº 000080489

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

VALOR: **\$ 1.00**
Tasa Adm. Art. 56o L.R. g)COOTAD

El Jefe de Higiene, vista la solicitud y requisitos presentados por.....
.....señor.....
..... autorizan el funcionamiento de su negocio denominado
..... ubicado en.....calle
..... Nº..... sometiéndose
a observar estrictamente lo dispuesto en las leyes sanitarias y Ordenanzas Municipales vigentes.
Este permiso es válido por UN AÑO, comprometido entre el 1º de Enero al 31 de Diciembre del.....

Loja, a..... de del

Jefe de Higiene del GADM-LOJA

Emisión: 75001 al 81000
Fecha: Diciembre/2011





REPUBLICA DEL ECUADOR
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
FORMULARIO RUC 01-A

INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN
GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC
SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO

ORIGINAL SRI

www.sri.gob.ec

RUC

IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD

1	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL			
2	NOMBRE COMERCIAL			
3	PROVINCIA	31	CANTÓN	32
4	Ciudadela	33	BARRIO	34
5	INTERSECCIÓN / MANZANA	35	CALLE	36
6	SECTOR O CENTRO COMERCIAL	37	CORREO	38
7	CORREO	39	SECTOR	40
8	TÉLEFONO 1	41	TÉLEFONO 2	42
9	TÉLEFONO 3	43	TÉLEFONO 4	44
10	CÉLULAR	45	PARQUE POSTAL	46
11	PROCESADOR	47	OTRO REG.	48

IDENTIFICACIÓN DEL DOMICILIO SOCIAL

1	PROVINCIA	20	CANTÓN
---	-----------	----	--------

ORIGEN DE LA SOCIEDAD

ORIGEN (Seleccionar opción)	INDICAR SOCIAL SOCIEDADES FUSIONADAS / ESCISIÓN	RUC
1	CONSTITUCIÓN	31
2	FUSIÓN	32
3	ESCISIÓN	33

DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

1	FECHA DE CONSTITUCIÓN	31	IPS DE REGISTRO	32
2	FECHA DE REG. DE ACTIVIDADES	33	REG. MERCANTIL	34
3	CAPITAL SUSCITO	35	TIPO PATRONAL	36
4		37	TIPO PATRONAL	38
5		39	TIPO PATRONAL	40



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE LOJA
 RUC: 1160000240001
 DIRECCIÓN FINANCIERA
**DECLARACIÓN DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL SOBRES LOS
 ACTIVOS TOTALES Y PATENTES MUNICIPAL PARA LA
 EMISIÓN DE LOS TÍTULOS DE CREDITO**

Especie Valorada
 USD.
0.50

EJERCICIO ECONÓMICO DECLARADO DEL AÑO _____ N° 0150308

CONTRIBUYENTE O PROPIETARIO _____ C.I. o RUC _____

DIRECCIÓN DEL NEGOCIO _____

RESPONSABLE O REPRESENTANTE _____ Cédula Identidad _____

ACTIVIDAD ECONÓMICA _____ Teléfono _____

DETERMINACIÓN TRIBUTARIA	
IMPUESTO 1.5 POR MIL SOLO OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD	IMPUESTO PATENTE
TOTAL ACTIVOS \$ _____	TOTAL ACTIVOS \$ _____
MENOS PASIVO HASTA UN AÑO \$ _____	MENOS TOTAL PASIVO \$ _____
MENOS PASIVO CONTINGENTE \$ _____	PATRIMONIO _____
BASE IMPONIBLE \$ _____	

ADJUNTAR OBLIGATORIAMENTE LA DECLARACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA

REPARTO PROPORCIONAL DEL IMPUESTO 1.5 POR MIL SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES (EN CASO DE SUCURSALES EN OTROS CANTONES)

Cantón	Ingresos Brutos Anuales	%	Base Imponible Porcentual	Impuesto Causado para cada cantón
TOTALES				

CON PLENO CONOCIMIENTO DE LAS PENAS POR OCULTAMIENTO O FALSEDAD, DECLARO QUE TODA LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE FORMULARIO ES VERDICA POR LO QUE SOLICITO LA EMISIÓN DE LOS TÍTULOS

Nombres y Firma del Declarante	Datos años anteriores		
	Patente	Año	\$
	REVISADO POR:	FIRMA:	

Fecha de Declaración _____
 Emisión: 135001 - 165000 Fecha: Diciembre/2011
 Impresión: Pílex - Tel.: 2274178 - Loja

SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA

<p style="font-size: small;"> <i>República del Ecuador</i> <i>Instituto Ecuatoriano de</i> <i>Propiedad Intelectual -IEPI-</i> <i>Dirección de Documentación y</i> <i>Estadística</i> </p>	<p>* Fe de presentación</p> <p>Solicitud N°:</p>
<p>A: Director de Documentación y Estadística. Solicito se me certifique si en la base de signos distintivos consta lo que a continuación detallo:</p>	
<p>Solicitante :</p>	
<p>Abogado patrocinador : Matrícula N°:</p>	
<p>Tipo de signo</p>	
<p>Marca de fábrica <input type="checkbox"/></p> <p>Nombre Comercial <input type="checkbox"/></p>	<p>Marca de servicios <input type="checkbox"/></p> <p>Lema Comercial <input type="checkbox"/></p>
<p>Registrada <input type="checkbox"/> En trámite de registro <input type="checkbox"/></p>	
<p>Clase Internacional N°: y sus clases relacionadas según el caso</p>	
<p>Denominación:</p>	
<p>Recursos anexo:</p> <p><input type="checkbox"/> Comprobantes pago N°:</p> <p>Otro si:</p>	<p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">Firma solicitante</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">Firma abogado patrocinador</p> <p style="font-size: x-small;"> Casillero IEPI : Casillero judicial : Estudio jurídico : Teléfonos : Correo electrónico: </p>

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

* Para uso IEPI

Formato N° 05-2005-DNPI-IEPI



Espece Valorada

\$ 0.50

Tasa Adm. Art. 143 L.O. g/COOTAD

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE LOJA
R.U.C. 1160000240001

Formulario Nº 2 para Permisos de Funcionamiento

Loja, _____

Nº 000040825

Señor:

DIRECTOR DE HIGIENE MUNICIPAL

Presente.

De conformidad con lo dispuesto en las Ordenanzas Municipales me permito solicitar a usted se me conceda el PERMISO DE FUNCIONAMIENTO de mi establecimiento, para cuyo trámite me permito proporcionar los siguientes datos:

Nº de Cédula del representante legal: _____

Nombre del representante legal: _____

Razón Social: _____

Actividad: _____

Dirección del negocio: _____

Adjunto a la presente la siguiente documentación reglamentaria:

- Copia de la Cédula de Identidad.
- Formulario de Permiso de Funcionamiento.
- Pagos de los Impuestos de patente, 1.5 x Mil a los Activos y Tasa de Bomberos.
(Licencia de Turismo para los locales certificados como turísticos)
- Carnet de salud de todas las personas que laboran en el negocio.

Atentamente,

f) _____

Solicitante

Loja, _____

Sr. _____

Dígnese realizar la inspección correspondiente e informar sobre el asunto:

f) _____

Director Municipal de Higiene





R.U.C. 118000240001
Serv. Adm. Art. 568
L.R. g del COOTAD

Exhibe de
0610001 al 0620000
Diciembre 2011
11.000 Ejemplares

Nº 0614519

**VALOR:
0.50**



1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

ANEXO N° 7

VALOR DE MANO DE OBRA DIRECTA

Rol de pago para el primer año

NOMBRE Y APELLIDO	CARGO	SUELDO	DEC TERCERO	DEC CUARTO	T. INGRESOS	APOR. IESS 9.45%	T. EGRESOS	LIQUIDO A RICIBIR
JOSE ROMERO	GERENTE	600,00	50,00	29,50	679,50	56,70	56,70	622,80
ERIZA PAZ	ATENCION AL CLIENTE	354,00	29,50	29,50	413,00	33,45	33,45	379,55
VICENTE RAMIREZ	INSTRUTOR	354,00	29,50	29,50	413,00	33,45	33,45	379,55
JORGE PALADINES	LIMPIEZA	354,00	29,50	29,50	413,00	33,45	33,45	379,55
TOTAL						PAGO MENSUAL		1.761
						1er AÑO		21.137,00

ANEXO N° 8

Rol del segundo año tomando en cuenta los fondos de reserva

NOMBRE Y APELLIDO	CARGO	SUELDO	FONDO DE RESERVA	DEC TERCERO	DEC CUARTO	T. INGRESOS	APOR. IESS 9.45%	T. EGRESOS	LIQUIDO A RICIBIR
JOSE ROMERO	GERENTE	600,00	49,98	50,00	29,50	729,48	56,70	56,70	672,78
ERIZA PAZ	ATENCION AL CLIENTE	354,00	29,49	29,50	29,50	442,49	33,45	33,45	409,04
VICENTE RAMIREZ	INSTRUTOR	354,00	29,49	29,50	29,50	442,49	33,45	33,45	409,04
JORGE PALADINES	LIMPIEZA	354,00	29,49	29,50	29,50	442,49	33,45	33,45	409,04
TOTAL							PAGO MENSUAL		1.899,89
							2do año		22.798,63

La mano de obra directa está calculada en base a la tabla salarial del 2014, con su última regulación con el salario mínimo de 340 además con la remuneración unificada como lo hacen la mayoría de empresas locales, centrándonos así más a la realidad.

ANEXO Nº 9

CARGA FABRIL		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRIENDO	\$ 4,500,00	\$ 54.000,00
AGUA	\$ 80,00	\$ 960,00
LUZ	\$ 350,00	\$ 4.200,00
TELEFONO	\$ 25,00	\$ 300,00
INTERNET	\$ 35,00	\$ 420,00
TV CABLE	\$ 22,00	\$ 264,00
MANTENIMIENTO PARA LA PISTA	\$ 356,67	\$ 4.280,04
ZAPATOS DE BOLOS	\$ 960,00	\$ 11.520,00
TOTAL	\$ 6329,00	\$ 75.944,00

ANEXO Nº 10

Proformas de publicidad

GASTOS EN VENTAS		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
PUBLICIDAD (radio, televisión, prensa y redes social)	\$ 4.356,00	\$13.068,00
TOTAL GASTOS EN VENTAS	\$ 4.356,00	\$ 13.068,00

Televisión Ecotel tv

TARIFAS VIGENTES

LUNES A VIERNES

HORA	PROGRAMA	1 ^{er}	2 ^{er}	3 ^{er}	4 ^{er}	5 ^{er}
0600	MUNDOSION INTERNACIONAL	9	12	14	17	19
0630	NOTICIOS MUNDOSION	11,5	16	19,5	22	26
0800	DEPORTIVO 22	9	12	14	17	19
0830	TECHNO OCCLEAM	7,5	7,5	8,25	8,5	8,8
0900	ELIAS TV	12	14,5	17	19,5	22
1000	DUCE OSA	12	14,5	17	19,5	22
1100	SIGAR SIGAR	9	12	14	17	19
1200	NOTICIOS MUNDOSION B	13,5	16	19,5	22	26
1300	DEPORTIVO 22 B	9	12	14	17	19
1400	TOP MUSIC	9	12	14	17	19
1500	ESPECIALES DE LA BBC	7,5	7,5	8,25	8,5	8,8
1600	DUCE OSA	2	14,5	17	19,5	22
1700	EL DESVAN DEL TIO NAN INFINITIL	9	12	14	17	19
1730	MAQUINAS ASOMBROSAS	7,5	7,5	8,25	8,5	8,8
1800	SIGAR SIGAR NOTICIOS PARANOLIA	9	12	14	17	19
1900	MUNDOSION EMOSION ESTELAR	13,5	16	19,5	22	26
2000	DEPORTIVO 22 (V)	9	12	14	17	19
2030	ESPIONA CHIN (CON JANE RODRIGUEZ)	15	19	23	26	29
2000	DESE ADVENTO (MARTIN)	14	21	25	28	33
2100	ELIAS TV	12	14,5	17	19,5	22
2130	MUNDOSION (V)	13,5	16	19,5	22	26
2100	DEPORTIVO 22 (REPETICION)	9	12	14	17	19
0800	SIGAR SIGAR MUNDOSION	8,25	9,5	10	13,5	15
0100	MASCALIS ECOTEL RADIO SOLO ALDORI	4,5	5,2	6,1	7,5	8,1
0000	MUNDOSION INTERNACIONAL	9	12	14	17	19

* ERROS PRECISOS NO INCLUYEN IVA

SABADOS

HORA	PROGRAMA	1 ^{er}	2 ^{er}	3 ^{er}	4 ^{er}	5 ^{er}
0700	DIBUJOS SAMPANOS	3,65	4,25	4,5	4,8	5,5
0800	LA FERIA DE SAN GILBERTA	3,65	4,25	4,5	4,8	5,5
0900	ELIAS TV	12	14,5	17	19,5	22
1100	SIN VARGUENZA	9	12	14	17	19
1200	MUNDOSION RESUMEN SEMANAL	13,5	16	19,5	22	26
1300	DEPORTIVO 22 RESUMEN SEMANAL	9	12	14	17	19
1300	TOP MUSIC	9	12	14	17	19
1400	PRECIOSAS CINE DE LA TIBIDE	7,65	8,25	8,5	8,8	10,5
1500	ZONA VIRTUAL	12	14,5	17	19,5	22
1600	SERE EL DESVAN DEL TIO NAN	8	8,5	8,8	9,25	10,6
1700	DEPORTIVANA	12	14,5	17	19,5	22
1800	TV LOCO	12	14,5	17	19,5	22
1830	MARAVILLAS DEL MUNDO	7,65	8,25	8,5	8,8	10,5
2000	ECON	13,5	16	19,5	22	26
2100	ESTEROS CHINAKOS (CORAJOS)	12,5	14	18	24	27
2100	CINE DE MEXICANOS	7,65	8,25	8,5	8,8	10,5
0100	MASCALIS ECOTEL RADIO SOLO ALDORI	4,5	5,2	6,1	7,5	8,1
0700	CHIBOS ANONOS	3,65	4,25	4,5	4,8	5,5

* ERROS PRECISOS NO INCLUYEN IVA

DOMINGO

HORA	PROGRAMA	1 ^{er}	2 ^{er}	3 ^{er}	4 ^{er}	5 ^{er}
0700	DIBUJOS SAMPANOS	3,65	4,25	4,5	4,8	5,5
0800	EL DESVAN DEL TIO NAN	9	12	14	17	19
0900	NOVA DOMINICAL	0	0	0	0	0
1000	SIN VARGUENZA	9	12	14	17	19
1100	CRUCE ARGENTINO	18	21	25	29	33
1200	MUSIMOR ARGENTIS	0	0	0	0	0
1300	TOP MUSIC	12	14,5	17	19,5	22
1400	ZONA VIRTUAL	8,25	10,5	12	13,3	15
1500	SERIE ARGENTINOS	3,65	5	6,1	6,25	6,6
1600	DEPORTIVANA	12	14,5	17	19,5	22
1700	TV LOCO	12	14,5	17	19,5	22
1800	CENICIA TV	3,65	5	6,1	6,25	6,6
1900	BIELAS BELMUNDO	18	21	25	29	33
2000	MUNDOSION DOMINICAL	18	21	25	29	33
2100	DEPORTIVO 22	13,5	16	19,5	22	26
2100	ESPIONA CHIN	15	19	23	26	29
2100	CINE DEL DOMINGO	12	14,5	17	19,5	22
0100	MASCALIS ECOTEL RADIO SOLO ALDORI	4,5	5,2	6,1	7,5	8,1

* ERROS PRECISOS NO INCLUYEN IVA

Diario la hora

La Hora
LO QUE NECESITAS SABER

Loja, 20 de Mayo de 2014

Señor
Elvis Sanchez
Ciudad.

Estimado Señor:

DIARIO LA HORA, es una empresa periodística con diarios regionales de carácter local. Nuestros diez periódicos se enfocan en cubrir las necesidades de los lectores en cada comunidad, además de brindarles información del país y del mundo. **DIARIO LA HORA** mantiene circulación nacional en las provincias de Pichincha, Esmeraldas, Santo Domingo, Tungurahua, Cotopaxi, Los Ríos, El Oro, Loja, Zamora Chinchipe, Manabí, Maná, Carchi e Imbabura. **Nuestra ventaja competitiva, radica en la cercanía que tiene cada periódico con la comunidad y sus habitantes.**

Por las razones expuestas, estamos convencidos, que decidirán anunciar en nuestro matutino, por lo que a continuación les damos a conocer la tarifa solicitada por cada día de publicación:

<u>TAMAÑO</u>		<u>PAG. INDET. B/N</u>	<u>PAG. INDET. F/C</u>
1 página	26 cms. ancho x 34 cm. alto	\$ 374,00	\$ 663,00
1/2 página	26 cms. ancho x 17 cm. alto	\$ 187,00	\$ 331,50
	15 cms. ancho x 17 cms. alto	\$ 112,20	\$ 198,90
Pie de pág.	26 cms. ancho x 10 cms. alto	\$ 110,00	\$ 195,00
	10 cms. ancho x 18 cms. alto	\$ 79,20	\$ 140,40
	10 cms. ancho x 15 cms. alto	\$ 66,00	\$ 117,00
	10 cms. ancho x 10 cms. alto	\$ 44,00	\$ 78,00

<u>TAMAÑO</u>		<u>CLASIFICADOS EN BLANCO Y NEGRO</u>	
2 col. x 8 cms.	(8 cms. ancho x 8 cms. alto)	\$ 30,40	
2 col. x 4 cms.	(8 cms. ancho x 4 cms. alto)	\$ 12,00	
1 col. x 4 cms.	(4 cms. ancho x 4 cms. alto)	\$ 5,20	

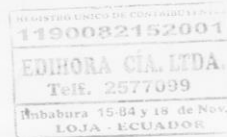
Estos valores no incluyen el 12% del I.V.A. Somos contribuyentes especiales.

Si se confirma la contratación, las retenciones sírvase remitirlas con los siguientes datos: Editorial La Hora de Loja-Edihora Cia. Ltda. Ruc: 1190082152001 Dir: Imbabura 15-84 y 18 de Noviembre.

Esperamos seguirlos contando entre nuestros dilectos clientes. En caso de requerir información adicional, estaremos gustosos de atenderle. Favor comunicarse al teléfono 2-577099 ext. 111 y 122/ 2576947 cel: 0999114893

Atentamente,

Mireya Carrón Rulova
DIARIO LA HORA-LOJA



Editorial La Hora de Loja. EDIHORA CIA. LTDA. Oficinas: Imbabura 15-84 y 18 de Noviembre, Edificio COVISA 3º Piso
PBX: 2577099 Planta Editora: Imbabura 15-72 entre Sucre y 18 de Noviembre. Agencia El Oro: 25 de Junio 10-12 entre
Juan Montalvo y 9 de Mayo. Teléfono: 2930841 - 2930842 Agencia Zamora: Luis Márquez y Amazonas 2606750
E-mail: loja@lahora.com.ec @lahoraecuador /lahoraecuador www.lahora.com.ec
Loja-Ecuador

Radio cokodrilo

Loja, 22 de mayo de 2015.

Señores

KYWI

Machala.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente le hacemos llegar los mejores deseos de éxitos en todas las actividades que realice.

Hacemos conocer las tarifas vigentes hasta Julio de 2014 para horarios rotativos, mismas que no han sufrido variación a las presentadas el año pasado, y que se detallan a continuación:

06 Cuñas diarias	Bonificación 1 cuña adicional diaria	USD 264.00
07 Cuñas diarias	Bonificación 2 cuñas adicionales diarias	USD 308.00
08 Cuñas diarias	Bonificación 2 cuñas adicionales diarias	USD 352.00
09 Cuñas diarias	Bonificación 2 cuñas adicionales diarias	USD 396.00
10 Cuñas diarias	Bonificación 3 cuñas adicionales diarias	USD 435.00

Además nos pueden escuchar en la web: <http://kocodriloradio.fm/>

Por la confianza puesta en nosotros y seguro de contar con su respuesta positiva. Le anticipamos nuestro agradecimiento.

Cordialmente,

Yomar Muñoz C.

CONDUCTORA KOCODRILLO RADIO



ANEXO N° 12

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS						
DESCRIPCION	VALOR	% DE DEPRE.	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	VALOR DE RESCATE
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 90.000,00	10%	10	\$ 9.000,00	\$ 8.100,00	\$49.500,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.500,00	10%	10	\$ 350,00	\$ 315,00	\$ 1.925,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 807,50	10%	10	\$ 80,75	\$ 72,68	\$ 444,13
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 992,16	33%	3	\$ 330,69	\$ 220,49	\$ 330,69
TOTAL				\$ 9.761,44	\$ 8.708,17	\$ 51.758,83

Índice

CERTIFICA:-----	ii
Autoría -----	iii
Dedicatoria -----	v
Agradecimiento -----	vi
a) TÍTULO -----	1
b) RESUMEN DEL PROYECTO-----	2
1.En español-----	¡Error! Marcador no definido.
1.Summary-----	4
c) INTRODUCCIÓN-----	5
d) REVISIÓN DE LITERATURA -----	9
MARCO TEORICO-----	10
MARCO REFERENCIAL -----	10
d.1. JUEGO SALA-----	10
d.1.2. RESEÑA HISTÓRICA-----	10
d.1.3. JUEGO BOLOS-----	11
d.2. MARCO CONCEPTUAL -----	14
d.2.1. ESTUDIO DE MERCADO. -----	14
d.2.1.1. QUE ES MERCADO -----	14
d.2.1.2. EL USUARIO -----	15
d.2.1.3. INVESTIGACION DE MERCADO -----	16
d.2.1.4. DEMANDA-----	16
d.2.1.5. DEMANDA INSATISFECHA -----	16
d.2.1.6. OFERTA -----	17
d.2.1.7. PUBLICIDAD-----	17
d.2.1.8. PROMOCIÓN-----	17
d.2.1.9. PLAZA -----	18
d.2.1.10. SEGMENTACION DE MERCADOS -----	18
d.2.2. ESTUDIO TÉCNICO. -----	19
d.2.2.1. TAMAÑO-----	20
d.2.2.2. CAPACIDAD UTILIZADA -----	20
d.2.2.3. LOCALIZACIÓN-----	20

d.2.2.4. MACROLOCALIZACIÓN-----	21
d.2.2.5. MICROLOCALIZACIÓN-----	21
d.2.2.6. FLUJOGRAMA -----	21
d.2.3.1. ESTUDIO ADMINISTRATIVO -----	22
d.2.3.2. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA -----	22
d.2.3.3. MANUAL DE ORGANIZACIÓN -----	22
d.2.3.4. MANUAL DE FUNCIONES -----	23
d.2.3.5. MANUAL DE PROCEDIMIENTO -----	23
d.2.3.6. ASPECTO LEGAL -----	23
d.2.3.5.1. COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA -----	23
d.2.3.5.2. COMPAÑÍA ANÓNIMA -----	23
d.2.3.5.3. COMPAÑÍA DE ECONOMÍA MIXTA -----	23
d.2.3.5.4. COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO -----	24
d.2.3.5.5. COMPAÑÍA EN COMANDITA SIMPLE -----	24
d.2.3.5.6. COMPAÑÍA EN COMANDITA POR ACCIONES -----	24
d.2.3. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO -----	24
d.2.3.1. ACTIVOS FIJOS TANGIBLES E INTANGIBLES-----	25
d.2.3.2. INVERSIÓN FIJA -----	25
d.2.3.2. CAPITAL DE TRABAJO-----	25
d.2.3.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS-----	26
d.2.3.4. FUENTES DE FINANCIAMIENTO -----	26
d.2.3.5. OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS-----	26
d.2.3.6. ESTRUCTURA DE COSTO CON FINANCIAMIENTO -----	26
d.2.3.7. DEPRECIACIÓN-----	26
d.2.3.8. AMORTIZACIÓN-----	26
d.2.3.9. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA -----	27
d.2.3.10. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS CON FINANCIAMIENTO -----	27
d.2.3.11. FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO-----	27
d.2.3.12. INGRESOS TOTALES ANUALES -----	27
d.2.3.13. CAPACIDAD DE PAGO -----	28
d.2.3.1 EVALUACIÓN DEL PROYECTO -----	27
d.2.3.1.1. VALOR PRESENTE O ACTUAL NETO (VAN)-----	28

d.2.3.1.2. TASA INTERNA DE RETORNO-----	29
d.2.3.1.3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL -----	30
d.2.3.1.4. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO -----	30
d.2.3.1.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD -----	31
d.2.3.1.6. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO-----	32
d.2.3.1.7. EN FUNCIÓN DE VENTAS -----	32
d.2.3.1.8. REPRESENTACIÓN GRÁFICA -----	32
e) MATERIALES Y MÉTODOS -----	33
e.1 MATERIALES -----	33
e.2) MÉTODOS -----	34
e.2.1. MÉTODO CIENTÍFICO -----	34
e.2.2. MÉTODO DEDUCTIVO-----	34
e.2.3. MÉTODO INDUCTIVO-----	34
e.2.4. MÉTODO ANALÍTICO -----	35
e.2.5.MÉTODO SINTÉTICO -----	35
e.3. TECNICAS -----	35
e.3.1. RECOPIACIÓN BIBLIOGRÁFICA -----	35
e.3.2. LA OBSERVACIÓN-----	35
e.3.3.ENCUESTA-----	36
SEGMENTACION DEL MERCADO-----	36
DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA-----	36
f) RESULTADOS -----	38
TABULACIÓN DE DATOS -----	38
g) DISCUSIÓN -----	51
g.1. ESTUDIO DE MERCADO -----	51
a)OBJETIVOS-----	52
g.1.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO TENTATIVA -----	52
g.1.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA-----	53
g.1.3. DEMANDA POTENCIAL -----	53
SEGMENTACIÓN PARA LA DEMANDA POTENCIAL-----	53
g.1.3. DEMANDA REAL -----	54
SEGMENTACIÓN PARA LA DEMANDA REAL-----	54

g.1.4. DEMANDA EFECTIVA-----	55
SEGMENTACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA-----	55
g.1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA -----	56
g.1.6. DEMANDA INSATISFECHA-----	56
g.1.6.1. CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA -----	56
g.1.7. MARKETING MIX -----	58
g.1.7.1. ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA EL SERVICIO (4P). --	58
g.1.7.1.1. ANÁLISIS DEL SERVICIO (PRODUCTO)-----	58
g.1.7.1.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO-----	59
g.1.7.1.3. ANÁLISIS DEL PRECIO-----	61
g.1.7.1.4. ANÁLISIS DE PLAZA -----	61
g.1.7.1.5. ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD -----	62
g.1.7.1.6. PROMOCIÓN -----	62
g.1.7.1.7. PUBLICIDAD -----	63
g.2. ESTUDIO TECNICO -----	65
a) OBJETIVOS -----	65
g.2.1. LOCALIZACIÓN -----	66
g.2.1.1. MACRO-LOCALIZACIÓN-----	66
g.2.1.2. MICRO-LOCALIZACIÓN-----	67
g.2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO -----	70
g.2.2.1. CAPACIDAD INSTALADA-----	70
g.2.2.2. CAPACIDAD INSTALADA-----	71
g.2.2.3. CAPACIDAD UTILIZADA -----	71
g.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO-----	72
g.2.3.1. ETAPAS DEL SERVICIO -----	72
g.2.3.2. PROCESO DEL SERVICIO -----	72
g.2.4. FLUJO-GRAMA DE PROCESO -----	85
g.2.4.1.1. DESCRIPCIÓN DEL FLUJOGRAMA-----	87
g.2.5. INFRAESTRUCTURA FÍSICA -----	88
g.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL -----	90
a) OBJETIVOS -----	90

g.3.1. BASE LEGAL-----	90
g.3.1.1. ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA DE SERVICIOS DE JUEGOSALA BOLOS.-----	91
g.3.2. REGISTROS, PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y PATENTES -----	107
g.3.3. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA -----	116
g.3.3.1. ORGANIGRAMA-----	117
g.3.3.1.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA SALA DE BOLOS-----	118
g.3.3.1.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA SALA DE BOLOS-----	119
g.3.4. MANUAL DE FUNCIONES -----	120
g.3.4. FILOSOFÍA DE LA EMPRESA-----	127
g.3.4.1. NOMBRE DE LA EMPRESA DE BOLOS-----	127
g.3.4.2. LOGOTIPO DE LA EMPRESA -----	127
g.3.4.3. SLOGAN-----	127
g.3.4.4. MISIÓN-----	127
g.3.4.5. VISIÓN -----	128
g.3.4.6. VALORES -----	128
g.3.4.7. OBJETIVOS-----	129
g.4. ESTUDIO FINANCIERO -----	130
a)OBJETIVOS-----	130
g.4.1. ACTIVOS FIJOS-----	130
g.4.2. ACTIVOS DIFERIDOS-----	132
g.4.3. GASTOS DE CONSTITUCIÓN -----	132
g.4.5. ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO -----	132
g.4.6.TABLA DE RESUMEN TOTAL DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO-----	133
g.4.7. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO-----	134
g.4.7.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO -----	134
g.4.8. ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO -----	136
G.4.8.1. PRESUPUESTO DE COSTOS -----	136
G.4.8.2. COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES-----	138
G.4.8.3. INGRESOS-----	140
G.4.9. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO PARA 5 AÑOS	141
G.4.10. PUNTO DE EQUILIBRIO -----	142

G.4.10.1. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO-----	143
G.4.10.2. REPRESENTACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO -----	143
EVALUACIÓN FINANCIERA -----	145
g.4.11. FLUJO DE CAJA -----	145
g.4.12. VALOR ACTUAL NETO (VAN)-----	148
CALCULO DE RELACIÓN BENEFICIO COSTO -----	151
g.4.14. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)-----	151
g.4.15. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL -----	153
g.4.16. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO-----	154
g.4.16.1. POR LA FORMA DE AUMENTO DE LOS COSTOS-----	155
g.4.16.2. POR LA FORMA DE DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS-----	158
h) CONCLUSIONES-----	161
i) RECOMENDACIONES -----	163
j) BIBLIOGRAFÍA -----	164
k) ANEXOS -----	1666
-----	172

