



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de E-sports (Deportes Electrónicos) en la ciudad de Loja”

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas

AUTOR:

Jimmy David Carcelen Calva

DIRECTOR:

Ing. Juan Encalada Orozco, PhD

Loja - Ecuador

2023

Loja, 14 de febrero de 2023

Ing. Juan Encalada Orozco, PhD

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICACION:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de E-sports (Deportes Electrónicos) en la ciudad de Loja”**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Empresas**, de la autoría de la estudiante **Jimmy David Carcelen Calva**, con cédula de identidad Nro. **1150868774**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.



Ing. Juan Encalada Orozco, PhD

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Jimmy David Carcelen Calva**, declaro ser autor del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:



Cédula de identidad: 1150868774

Fecha: Loja, 24 de febrero de 2023

Correo electrónico: jimmy.carcelen@unl.edu.ec

Teléfono: 0990440296

Carta de autorización por parte del autor/a, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del trabajo de titulación.

Yo, **Jimmy David Carcelen Calva**, declaro ser autor del Trabajo de Titulación denominado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de E-sports (Deportes Electrónicos) en la ciudad de Loja”**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinticuatro días del mes de febrero de dos mil veintitrés.

Firma:



Autor/a: Jimmy David Carcelen Calva

Cédula: 1150868774

Dirección: Las Pitás, calle Agustín Aguirre y Moisés Bravo

Correo electrónico: jimmy.carcelen@unl.edu.ec

Teléfono: 0990440296

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Ing. Juan Encalada Orozco, PhD

Dedicatoria

Dedico el presente Trabajo de Titulación a Dios por brindarme fortaleza y salud en el trayecto de toda mi vida estudiantil. A mi querida madre, a mis abuelitos y familiares, quienes son ejemplo de perseverancia, que con esfuerzo y amor incondicional me han apoyado para lograr todas mis metas propuestas, e impulsado para culminar con éxito la misma. Así mismo, a los docentes de la Universidad Nacional de Loja quienes con sus conocimientos y experiencia hicieron posible mi formación profesional.

Jimmy David Carcelen Calva

Agradecimiento

Agradezco de manera especial a Dios, mi madre, a mis abuelitos y familiares quienes han estado presentes en toda mi etapa de estudios, brindándome consejos y palabras de aliento para culminar esta etapa muy importante en mi vida. A la Universidad Nacional de Loja, la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, la Carrera de Administración de Empresas y a los docentes quienes me brindaron sus conocimientos, durante toda mi formación académica. Mi gratitud a la Ing. Juan Encalada, directora de mi Trabajo de Titulación, por su tiempo y dedicación en todo el proceso del presente trabajo.

Jimmy David Carcelen Calva

Índice de contenidos

Portada.....	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos.....	vii
Índice de Tablas	xi
Índice de Figuras.....	xiv
Índice de Anexo.....	xvi
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	8
Marco Referencial.....	8
Marco teórico conceptual.....	13
<i>Proyecto de inversión</i>	13
<i>Estudio de Factibilidad</i>	17
<i>Estudio de Mercado</i>	19
<i>Estudio técnico</i>	22
<i>Ingeniería del proyecto</i>	24
<i>Diseño Organizacional</i>	26

<i>Estructura Empresarial</i>	26
<i>Organigramas</i>	27
<i>Manual de funciones</i>	27
<i>Organización humana y jurídica</i>	27
<i>Estudio financiero</i>	28
<i>Evaluación financiera</i>	30
<i>Evaluación Financiera</i>	32
5. Metodología	38
Materiales y métodos	38
Métodos e instrumentos de recolección de datos	41
<i>Encuestas</i>	41
<i>Observación Directa</i>	41
<i>Entrevista</i>	42
Población y muestra	42
Procedimiento	45
6. Resultados	46
Estudio de mercado	46
<i>Producto Principal</i>	46
<i>Productos sustitutos</i>	47
<i>Mercado Demandante</i>	48
<i>Demandantes</i>	48
<i>Resultado de las encuestas aplicadas a la población meta</i>	49

7. Discusión...	70
<i>Análisis de la demanda</i>	70
<i>Análisis de la Oferta</i>	73
Estrategias de comercialización	79
Estudio Técnico	82
Tamaño y localización	82
<i>Tamaño y Capacidad de producción</i>	82
<i>Localización</i>	83
<i>Factores de Localización</i>	85
Ingeniería del Proyecto	86
<i>Componente tecnológico</i>	86
<i>Distribución en planta</i>	90
Diagrama de Flujo	92
Diagrama de Flujo de Bloque Gráfico	93
Diseño organizacional	94
<i>Estructura Empresarial</i>	94
<i>Organigramas</i>	96
<i>Organigrama Funcional</i>	97
<i>Organigrama Posicional</i>	98
<i>Manuales de Funciones</i>	99
Estudio financiero	104
Inversiones y Financiamiento	104

<i>Inversiones Activo Fijo</i>	104
<i>Inversiones de Activos Circulantes</i>	107
<i>Inversión Activos Diferidos</i>	113
<i>Inversión en Capital de trabajo</i>	114
Análisis de costos	119
<i>Costo Unitario de Producción</i>	119
Determinación de ingresos	120
<i>Fuentes de financiamiento</i>	121
Estado de Perdidas y Guanacias	121
Punto de Equilibrio	123
Evaluación financiera	124
Flujo de Caja	124
Valor Actual Neto	125
Tasa Interna de Retorno	126
Relación Beneficio Costo	127
Periodo de Recuperación del Capital	128
Análisis de la Sensibilidad	129
Análisis de la Sensibilidad con Disminución de Ingresos	130
8. Conclusiones	131
9. Recomendaciones	132
10. Bibliografía	133
11. Anexos	137

Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de las variables	40
Tabla 2. Cuadro de los proveedores y competencias	43
Tabla 3. Cuadro del tamaño de la muestra	43
Tabla 4. Segmentación de la población meta	44
Tabla 5. Población de la ciudad de Loja	48
Tabla 6. Población para la vida útil o el horizonte del proyecto	48
Tabla 7. Presentación de las edades	49
Tabla 8. Género de la población meta.....	49
Tabla 9. Actividad que realiza la población meta	50
Tabla 10. Gráfica de las actividades de la población meta	51
Tabla 11. Conocimiento de los e-sports	51
Tabla 12. Población meta que ha jugado videojuegos	52
Tabla 13. Dispositivo que la población meta utiliza para jugar videojuegos.....	52
Tabla 14. Horas que la población meta se dedica a jugar videojuegos en el día.....	54
Tabla 15. Tipo de jugador que se encuentra la población meta	55
Tabla 16. Juegos que practican la población meta	57
Tabla 17. Juegos que la población meta ha practicado	58
Tabla 18. Horas que la población meta dedica a jugar en el día	59
Tabla 19. Juegos que la población meta le gustaría practicar de forma profesional	60
Tabla 20. Conocimiento de los locales donde la población meta puede practicar juegos competitivos....	61
Tabla 21. Porcentaje de la población meta que frecuentaría si existiera un lugar del entretenimiento.....	62
Tabla 22. Empresa que se dedique a los deportes electrónicos.....	63
Tabla 23. A la población meta le gustaría un torneo de deportes electrónicos	64
Tabla 24. Participación de la población meta en un torneo.....	65
Tabla 25. Formas que le gustaría a la población meta un torneo	65

Tabla 26. Condición que la población meta le gustaría participar	66
Tabla 27. Categoría que la población meta le gustaría participar	67
Tabla 28. Pago que la población meta estaría dispuesta a pagar por la inscripción o por su team	68
Tabla 29. Demanda potencial.....	70
Tabla 30. Demanda real	71
Tabla 31. Demanda efectiva.....	72
Tabla 32. Balance Oferta y Demanda	78
Tabla 33. Distribución de la planta	90
Tabla 34. Manual de Funciones. Gerente General	99
Tabla 35. Manual de Funciones. Asesor Jurídico	100
Tabla 36. Manual de Funciones. Secretaria	101
Tabla 37. Manual de Funciones. Jefe de Ventas	102
Tabla 38. Manual de Funciones. Jefe del departamento de Producción.	103
Tabla 39. Maquinaria y equipo	104
Tabla 40. Herramientas	104
Tabla 41. Vehículos	105
Tabla 42. Muebles y Enseres	105
Tabla 43. Equipo de Oficina	106
Tabla 44. Equipo de Seguridad	106
Tabla 45. Equipo de cómputo Administrativo	106
Tabla 46. Equipo de cómputo para el servicio.....	107
Tabla 47. Resumen Activos Fijos	107
Tabla 48. Materiales Indirectos.....	108
Tabla 49. Mano de Obra Directa.....	108
Tabla 50. Personal Administrativo.....	109
Tabla 51. Servicios Básicos	109
Tabla 52. Combustible	110

Tabla 53. Suministros de Oficina.....	110
Tabla 54. Útiles de Aseo	111
Tabla 55. Utensilios de aseo equipos	111
Tabla 56. Útiles de Oficina	112
Tabla 57. Publicidad	112
Tabla 58. Arriendo	113
Tabla 59. Activos Circulantes.....	113
Tabla 60. Gastos	114
Tabla 61. Inversión	114
Tabla 62. Financiamiento.....	115
Tabla 63. Amortización del Préstamo.....	115
Tabla 64. Costo de Operaciones.....	117
Tabla 65. Costos de operación	118
Tabla 66. Costo Total de Operaciones	119
Tabla 67. Costo Unitario de Producción.....	119
Tabla 68. Precio de Venta	120
Tabla 69. Presupuesto de Ingresos.....	120
Tabla 70. Presupuesto Proyectado	121
Tabla 71. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	121
Tabla 72. Clasificación de Costos.....	122
Tabla 73. Flujo de Caja	124
Tabla 74. Valor Actual Neto	125
Tabla 75. Tasa Interna de Retorno	126
Tabla 76. Relación Beneficio Costo.....	127
Tabla 77. Análisis de la Sensibilidad	129
Tabla 78. Análisis de la Sensibilidad con Disminución de Ingresos.....	130

Índice de Figuras

Figura 1	Fórmula en función de la capacidad instalada.....	31
Figura 2	Fórmula en función de los ingresos.....	31
Figura 3	Fórmula	31
Figura 4	Fórmula	32
Figura 5	Fórmula VAN.....	33
Figura 6	Ecuación para calcular TIR	35
Figura 7	Fórmula	36
Figura 8	Fórmula	36
Figura 9	Fórmula de la nueva Tasa Interna de Retorno	36
Figura 10	Fórmula	37
Figura 11	Fórmula	37
Figura 12	Fórmula para encontrar el Tamaño de muestra	43
Figura 13	Determinación del Tamaño de muestra.....	44
Figura 14	Gráfica del género de población meta	50
Figura 15	Gráfica de las actividades de la población meta.....	51
Figura 16	Gráfica de los conocimientos sobre los e-sports a la población meta	51
Figura 17	Gráfica de la población meta que ha jugado videojuegos	52
Figura 18	Gráfica de los dispositivos que la población meta utiliza para jugar videojuegos	53
Figura 19	Gráfica de las horas que la población meta se dedica a jugar videojuegos en el día.....	54
Figura 20	Gráfica del tipo de jugador que se encuentra la población meta	56
Figura 21	Gráfica de los juegos que practican la población meta.....	57
Figura 22	Gráfica de los juegos que la población meta ha practicado.....	58
Figura 23	Gráfica de las horas que la población meta dedica a jugar en el día	59
Figura 24	Gráfica de los juegos que la población meta le gustaría practicar de forma profesional.....	60
Figura 25	Gráfica de los conocimientos donde la población meta puede practicar juegos competitivos.	61

Ilustración 26	Gráfica del porcentaje de la población meta que frecuentaría si existiera un lugar del entretenimiento	62
Figura 27	Gráfica del porcentaje para una empresa que se dedique a los deportes electrónicos.....	63
Figura 28	Gráfica de la población meta que le gustaría un torneo de deportes electrónicos	64
Figura 29	Gráfica de la participación de la población meta en un torneo.....	65
Figura 30	Gráfica de las formas que le gustaría a la población meta un torneo	66
Figura 31	Gráfica de la condición de que la población meta le gustaría participar	67
Figura 32	Gráfica de la categoría que la población meta le gustaría participar	68
Figura 33	Gráfica del pago que la población meta estaría dispuesta a pagar por la inscripción o por su team	69
Figura 34	Ubicación del Centro de E-sports	84
Figura 35	Micro localización	84
Figura 36	Ordenador gamer	86
Figura 37	Mouse gamer	86
Figura 38	Teclado gamer	87
Figura 39	Auriculares gamers.....	87
Figura 40	Propuesta del local comercial.....	88
Figura 41	Diagrama de Flujo de Bloque Gráfico.....	93
Figura 42	Organigrama estructural de la empresa	96
Figura 43	Organigrama Funcional de la empresa dedicada a los E-sports	97
Figura 44	Organigrama Posicional de la empresa dedicada a los E-sports.....	98

Índice de Anexo

Anexo 1. Diseño de la Encuesta.....	137
Anexo 2. Diseño de la Entrevista.....	143
Anexo3. Certificado Traducción del Resumen	144

1. Título

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de E-sports (Deportes Electrónicos) en la ciudad de Loja”

2. Resumen

El trabajo investigativo es de carácter cualitativo y cuantitativo no experimental, con enfoque descriptivo, tiene como objetivo determinar la factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a los E-sports (deportes electrónicos), para el desarrollo, se procedió a utilizar métodos como encuestas, observación directa, entrevista, técnicas e instrumentos que permitieron la recopilación de la información, análisis e interpretación de la misma y en base a ello proceder a presentar los resultados correspondientes al estudio de mercado, donde se determinó los análisis de oferta y demanda; el estudio técnico que permitió determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto, el estudio económico donde se determinó los presupuestos de costos e ingresos, punto de equilibrio y estados financieros; por último la evaluación financiera que determino que el proyecto era factible en razón que arrojó los siguientes resultados: se determinó la inversión del proyecto que será de \$38.806, donde \$28.806 será aportados por los socios y los \$10.000 financiados por una entidad bancaria a una tasa de interés del 10%. En cuanto a la evaluación financiera se tiene un **Valor Actual Neto (VAN)** es de \$23.008, **la Tasa Interna de Retorno (TIR)** que nos dio un valor positivo de \$28,68, con un **Periodo de Recuperación de Capital** de 2 años 0 meses y 14 días, en cuanto a la **Relación de Beneficio Costo** de \$1,39, por último, tenemos el **Análisis de Sensibilidad** soporta el 15,98%, el incremento de ingresos y el 11,56% en cuanto a la disminución de Ingresos. De acuerdo a los resultados obtenidos en los diferentes estudios se determinó que el proyecto es factible.

2.1. Abstract

The present research work has a qualitative and quantitative non-experimental nature, with a descriptive approach. It aims to determine the feasibility for the implementation of a company dedicated to E-sports (electronic sports), for its development, methods such as surveys, direct observation, interview techniques and instruments were used, allowing the collection of information, analysis and interpretation of the same and based on them, it was proceed to present the results corresponding to the market study, where the analysis of supply and demand was determined; the technical study that allowed to determine the size, location and engineering of the project, the economic study where the cost and income budgets, break-even point and financial statements were determined; Finally, the financial evaluation that determined that the project was feasible because it yielded the following results: the investment of the project was determined, which will be \$38,806, where \$28,806 will be contributed by the partners and the \$10,000 financed by a bank at a rate of 10% interest. Regarding the financial evaluation, there is a Net Present Value (NPV) of \$23,008, the Internal Rate of Return (IRR) that gave us a positive value of \$28.68, with a Capital Recovery Period of 2 years 0 months. And 14 days, in terms of the Benefit Cost Ratio of \$1.39, finally, we have the Sensitivity Analysis supports 15.98%, the increase in income and 11.56% in terms of the decrease in Income. According to the results obtained in the different studies, it was determined that the project is feasible.

3. Introducción

La investigación se refiere a la elaboración de un proyecto de inversión relacionado con los E-sports, que se puede definir como competiciones de videojuegos que se han convertido en eventos de gran popularidad o videojuegos populares en la actualidad que ofrecen gran variedad de categorías para los diferentes gustos de los usuarios que habitualmente practican o simplemente los usan como método de distracción.

La característica principal de este tipo de deportes electrónicos se centra como una actividad donde dos o más jugadores interactúan y, en general, compiten, de manera amateur o profesional, en un videojuego. Esta disciplina ha crecido drásticamente en la última década: cada vez más competiciones y eventos han atraído a millones de espectadores en línea y fuera de línea en todo el mundo.

En el ámbito empresarial es fundamental realizar técnicamente los estudios preliminares con el fin de disminuir los riesgos de una inversión, esto ha motivado realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de e-sports, cuyo objetivo es el disminuir riesgos en la implementación (inversión), realizando los diferentes estudios que determinen la factibilidad o no del proyecto; estudios que se refieren al mercado, técnico y económico financiero.

Del mismo modo, con un análisis realizado a priori sobre el tema a desarrollarse se pudo determinar que existen personas que se dedican a esta actividad, pero que no se han generado espacios suficientes para satisfacer sus necesidades con respecto a este tipo de juegos. Además, el crecimiento de los Gamers en Loja está abriendo campo en este tipo de competencias, ya que no existen muchas empresas que ofrezcan un centro de entretenimiento dedicado netamente a los deportes electrónicos, de esta manera la implementación de esta nuevo negocio se estaría

brindando una solución real en lo que compete a competencias Online, así de esta manera encontrar las personas con habilidad y destreza suficiente, para formar parte de un equipo profesional de E-sports, la razón para crear un empresa de E-sports, surge precisamente de la necesidad de generar una opción para personas amantes de los videojuegos y que quieran practicarlo de forma profesional, con diferentes campos para los diferentes estilos de cada persona..

En relación con la anterior, el interés de conocer como han crecido las empresas con relación a los eSports en los últimos años permitió identificar cuáles son las necesidades insatisfechas con respecto a los deportes electrónicos en la ciudad de Loja.

Por otra parte, establecer los indicadores de las personas que son frecuentes consumidores de estos videojuegos competitivos. Profundizar la investigación desde la perspectiva social-urbana, fue un interés académico. Asimismo, nos interesamos por aportar estadísticas reales sobre las necesidades insatisfechas de la población con respecto al mundo de los eSports.

En el marco de la teoría, la investigación se la fundamentó con teorías científicas de autores reconocidos en el mundo, por otro lado se trabajó con la técnica de la encuestas a través de un cuestionario y a partir de la población de la ciudad de Loja que está enfocada en hombres y mujeres de edades entre 12 a 30 de los cuales se consideró a los estudiantes de las universidades y colegios como la muestra de este proyecto, se obtuvo información importante para el estudio; de igual forma se realizó una entrevista al dueño de un equipo de eSports en la ciudad de Loja.

En la aplicación de las encuestas a la población meta, nos pudimos dar cuenta que a pesar del desconocimiento de este tipo de deportes la gran mayoría de los encuestados tienen conocimiento o son aficionados de estos videojuegos.

Durante la investigación de campo, uno de los obstáculos que se presentó fue, que, al realizar las encuestas en los colegios, los mismos estaban en la recta final del año lectivo por lo cual se optó de realizar un formulario digital de esta manera con la ayuda de los dirigentes de estas instituciones, poder tener un permiso para poder aplicarlas, dentro de las instituciones, de igual manera el para nacional tuvo pequeño impacto a la hora de realizar esta investigación.

La investigación está estructurada de los siguientes acápite: El título de la investigación; el resumen, donde se realizó un enunciado sintético de la investigación, detallando los aspectos más relevantes a los que se llegó; la revisión de literatura, la misma que consta del marco referencial, marco teórico y marco conceptual, mismos que permitieron sustentar el trabajo de investigación, para la cual se utilizaron fuentes bibliográficas; en la metodología, se estableció el enfoque, el tipo de investigación, los procedimientos, las técnicas utilizados para el desarrollo de la investigación, se calculó el tamaño de la muestra, misma que sirvió para aplicar un número de encuestas a hombres y mujeres con edades entre los 12 a 30 años.

En los resultados se encuentra la tabulación, análisis e interpretación de las encuestas aplicadas al segmento.

En el estudio técnico en la cual se establece la localización de la planta, el tamaño con el objeto de determinar la capacidad instalada y utilizada, la distribución de la planta, y los requerimientos necesarios para ejecutar el proyecto. En base al estudio legal y administrativo se determinó la estructura orgánica funcional de la empresa, en concordancia con la base legal y

organizacional establecida complementándose esta etapa de la investigación con la construcción del organigrama estructural, funcional y el manual de funciones en el cual se especifica la naturaleza del cargo, funciones principales, características y requisitos mínimos para el desempeño de cada puesto. Como primer paso para llevar a cabo el estudio económico, se realizó el cálculo de los recursos necesarios para la instalación y funcionamiento de la empresa, y se determinó las fuentes de las que se obtendrán los recursos económicos, además de la determinación del presupuesto de costo total de operaciones, el cálculo del precio de venta a los intermediarios obtenido de la sumatoria del costo unitario con la utilidad, los ingresos que se generarán por las ventas respaldados debidamente dentro de los presupuestos. La verificación de la viabilidad del proyecto mediante el desarrollo de los principales indicadores de la evaluación financiera, como son el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (R B/C), el Periodo de Recuperación de Capital (PR/C), y el Análisis de Sensibilidad. Finalmente, las respectivas conclusiones y recomendaciones, la bibliografía utilizada y los anexos respectivos complementan la presente investigación.

4. Marco Teórico

Marco Referencial

Según Rocero (2019), en la investigación sobre los deportes electrónicos (E-sports), “El espectáculo de las competiciones de videojuegos”, sostiene que las competiciones de videojuegos profesionales, a menudo denominadas deportes electrónicos o E-sports, han surgido como una nueva forma de entretenimiento, proporcionando una forma alternativa de consumo de videojuegos. Los deportes electrónicos han llegado a los medios y campos deportivos, aportando al crecimiento de un campo en constante desarrollo. Esto se fortalece y se convierte en un consumo alternativo, también se notó en la aparición de un nuevo tipo de consumidor, el jugador-espectador, de nueva configuración y diferente al habitual jugador de videojuegos. Este tipo de aficionado elige los videojuegos como forma de entretenimiento, centrándose en las competiciones profesionales. Ya sea que sea un jugador o no, su principal pasatiempo es ver jugar a otras personas y esta nueva actividad ha llegado al mercado no solo en el mercado de los videojuegos sino también en los medios y la publicidad. En esta investigación se describe que los esports son un medio de comunicación dual, intercalado entre un fenómeno social y un deporte, que implica un nivel diferente de especialización en contenido informativo y de entretenimiento. Su importancia en los medios ha atraído a las marcas a un sector con audiencias relativamente de jóvenes, y los hábitos de consumo modernos lo han convertido en un objetivo ideal para muchos anunciantes.

En la publicación de Juan Ernesto Abad sobre *los deportes electrónicos: a un clic de distancia* manifiesta que, los e-sports, son considerados como un fenómeno reciente que se desarrolla con mucha fuerza en la actualidad y que ha crecido rápidamente en los últimos años, siendo una propuesta muy tentadora para el público joven, principalmente con acceso a Internet.

Se utilizará como ejemplo para la práctica elegida un género de videojuegos denominado MOBA (Multiplayer Outdoor Battle Arena), introduciéndolo en League of Legends o también conocido como LOL; intenta demostrar cómo el movimiento y la dimensión del juego muestran significados no antes vistos ante las definiciones tradicionales del deporte. El objetivo será explicar, describir y analizar la lógica estructural de estos videojuegos online RPG-MMORPG-MOBA y su práctica para compararla con la lógica de juego y la lógica de los deportes tradicionales, así como sus propias categorías. Un intento de desafiar definiciones y clasificaciones que no tienen en cuenta prácticas modernas como los eSports (2015, p. 1).

Para Marcos Antón, los deportes electrónicos (esports) y el espectáculo en las competiciones de videojuegos nos dice que: Las competiciones profesionales de videojuegos, más conocidas como deportes electrónicos o esports, se han convertido en una nueva vía de ocio que plantea una forma de consumo alternativa del videojuego. Este fenómeno ha supuesto un cambio en la concepción del medio y en su tratamiento mediático y alcance social. Este trabajo plantea un acercamiento aproximativo al fenómeno, trazando una perspectiva histórica de su evolución y ofrece el análisis de un corpus seleccionado de videojuegos con el objetivo de hallar los rasgos dominantes de un videojuego considerado sport (2019, p. 16).

Por otro lado, el autor José Carrillo Vera, nos comenta que hace tiempo que los videojuegos dejaron de ser un entretenimiento de nicho, porque está enfocado directamente a público infantil, aficionados a la informática o a quienes hubieran seguido su paso de los salones recreativos a las consolas y ordenadores domésticos. Su uso y audiencia ha aumentado al mismo ritmo vertiginoso que mejoraba su acabado técnico y se implementaban novedades tecnológicas y comunicativas. En definitiva, la evolución de las TIC se alió con el entretenimiento digital para llevar sus posibilidades y alcance hasta el gran público y trascender cualquier barrera o

limitación inicial a la que se enfrentara el videojuego como medio y como industria. De manera concreta, las opciones online y la estandarización de los smartphones en cuanto a su uso y al fácil acceso a software en forma de aplicaciones han sido dos de los avances clave en el auge actual del consumo de videojuegos.

El videojuego se ha integrado en las dinámicas de los contenidos digitales al mismo nivel que el resto de las industrias concernientes a soportes como el audio (música, podcast, etc.), el vídeo (cine, series, VOD, streaming, etc.) o el texto (literatura, blogs, medios escritos, etc.). Más aun teniendo en cuenta la naturaleza digital e interactiva del videojuego desde sus inicios, por lo que su transición ha supuesto un paso orgánico y dinámico. La convergencia de medios y consumos es otra de las características fundamentales que la evolución tecnológica de internet y el entorno móvil ha posibilitado gracias a su expansión e integración. Como parte de esta convergencia surgen nuevas vías y formas de consumo de videojuegos que modifican el escenario habitual en el que se accede a ellos y/o a contenido relacionado. Dos de estas nuevas formas son el streaming de videojuegos y los esports, entendidos como la práctica competitiva de videojuegos en forma de espectáculo.

Esta tesis se plantea analizar estos dos escenarios, con especial hincapié en el segundo de ellos, los esports, en el estado actual del fenómeno, su industria y su vertiente audiovisual, así como su posible evolución. La investigación resultante se plantea en torno a un objetivo principal y cinco secundarios derivados del primero. Dicho objetivo primario pretende estudiar el fenómeno de los esports como algo: emergente, indefinido y dinámico, de industria mixta. Los secundarios buscan caracterizar la literatura científica de los esports, ahondar en la historiografía del fenómeno y su relación con el medio audiovisual, identificar la conformación y el funcionamiento actual de la industria generada a partir de ellos, delimitar la estructura del sector

desde una perspectiva tecno-socioeconómica facilitada por la interacción de los propios componentes de la industria y analizar la vertiente audiovisual de sus retransmisiones vía streaming. La metodología empleada para abordar esta investigación analítico-descriptiva se divide en tres bloques destinados a estudiar las observaciones hechas sobre los esports, los sujetos implicados y los objetos producidos (2019, p. 1).

Para Hugo Pantoja nos comparte que, la modernidad se ha hecho parte esencial de la vida de las personas y en los deportes no han sido la excepción. Por otro lado, la industria de los videojuegos ha tenido un alza sostenida desde hace varios años, pero no fue hasta que se mezcló con la industria del deporte que tuvo un alza exponencial formando así una nueva industria, los deportes electrónicos o eSports. Tal ha llegado a ser el nivel de crecimiento de esta nueva industria que incluso ha logrado más audiencia que los deportes tradicionales más populares. Se proyecta un crecimiento acelerado para los siguientes años. Chile ha tenido un rol importante dentro de los eSports en el contexto sudamericano, entendiendo que los países líderes son los asiáticos y Estados Unidos, por el mismo motivo, RiotGames, empresa creadora del título League of Legends, principal referente de los eSports a nivel mundial, ha decidido establecer sus oficinas en Chile como centro de operaciones latinoamericano para potenciar aún más la industria. Los videojuegos ya no son vistos como un pasatiempo, por el contrario, jóvenes anhelan convertirse en profesionales de los eSports del mismo modo que en cualquier otro deporte. Professional Gamers pretende cubrir esta necesidad a través de clases y coaching para jugadores que deseen dedicarse a los eSports de manera profesional y aspiren a ganar torneos a través de clases formativas, divididas en tres programas distintos para tres segmentos de jóvenes con distintas ambiciones y niveles de habilidad, entregando una propuesta de valor diferenciada para cada uno de ellos. La visión de Professional Gamers es crecer en prestigio, no solamente como los líderes en coaching, sino como un referente latinoamericano de los eSports. Este

proyecto entrega un VAN de M\$ 261.472, una TIR de 63,95% y un payback de 4,3 años. La inversión inicial necesaria para partir con una sala de clases el primer año es de M\$ 31.250, se estima que a lo largo del primer año ir aumentando las captaciones de alumnos terminando el primer año con 227. En el segundo año se considera la ampliación a una segunda sala lo que requiere una nueva inversión de M\$29.550 (2018, p. 3).

Los referentes de estudios descritos anteriormente, han permitido que se identifique la importancia, las inversiones y procedimientos realizados en cada investigación. Como puedo describir esto es un referente para mi proyecto, ya que puedo tomar como referencias algunas partes descritas en estas investigaciones para tener una guía objetiva en la cual guiarme para el desarrollo del presente proyecto y que de esta manera este mejor sustentado y estructurado.

Los trabajos de investigación analizados: justificaran los resultados obtenidos con el tema objeto de estudio, frente a los resultados de la investigación tomada como referencia.

Marco teórico conceptual

Proyecto de inversión

El centro de entretenimiento dedicado a los E-sports (deportes electrónicos), será una empresa que ofrecerá a sus clientes varias opciones de servicio, incluido servicio de streaming, alquiler de ordenadores gamers y servicio de snacks, con la mejor atención y servicio. Se fundamentó en teorías científicas establecidas para el efecto.

Definición. Para Canto (2010), un proyecto de inversión es una actividad que debe realizarse con ánimo de lucro o ganancia, donde se determinan factores importantes como el tiempo de intervención debido a los objetivos diferentes definiciones, por ejemplo, corto plazo, mediano plazo.

En relación a lo anterior, el autor manifiesta que los proyectos de inversión son aquellos elementos de la operación del día a día, como la oferta y la demanda de un producto y/o servicio, y requiere de diversos estudios para viabilizar el proyecto. Un proyecto de inversión es un plan en el que se invierte capital y diversos recursos, como físicos, humanos y técnicos.

Por otro lado, Estrada (2010) manifiesta que los proyectos de inversión, consisten en resolver mediante una o varias ideas creativas, un problema presente o una necesidad humana. (2009, p.3).

Mientras que, Kotler (2010), comenta:

Los criterios, técnicas y métodos para construir, preparar y evaluar nuevos proyectos de establecimiento de empresas se formalizaron por primera vez en 1958 en el libro "Guía de Proyectos de Desarrollo Económico". Si bien ha habido cambios importantes en la forma en que se investigan los proyectos de inversión durante este medio siglo, el proceso general sigue centrado en recopilar, crear y organizar información para definir una idea de negocio y cuantificar los costos y beneficios del proyecto. empresa de negocios (p. 5-25).

Tipos de proyectos.

Clasificación de los proyectos de inversión. Para Castro (2011), los proyectos de inversión se clasifican dependiendo del criterio a considerar, el cual puede ser por tipo de sector, son primarios, secundarios y terciarios.

El sector primario. Se refieren a caza, pesca, agricultura, ganadería y silvicultura.

El sector secundario. Implican la transformación de materia prima en productos terminados, por ejemplo, la fabricación de llantas, automóviles, refinación de petróleo y sus derivados, fabricación de televisores, de ropa, etc. En esta categoría se agrupan todas aquellas actividades de inversión que se encargan de transformar materias primas en productos elaborados.

El sector terciario

Se refieren a todas aquellas asignaciones de recursos orientados a generar servicios para los consumidores; por ejemplo, bancos, seguros, asesorías diversas, despachos contables, financieros y jurídicos, peluquerías, cines, turismo, transportadoras terrestres, marítimas y aéreas, reparación de computadoras, restaurantes, seguridad y protección, finanzas, casas de cambio, bolsas de valores, etc. La característica de este sector es que sus productos son intangibles.

Ciclo de vida de los proyectos de inversión. Para Amador (2000), es un conjunto de etapas por las que pasa la inversión pública, desde la ideación hasta la solución de un problema o necesidad, pasando por las etapas posteriores de investigación, desarrollo y priorización, hasta la ejecución de la inversión. y su lanzamiento (operación), en el cual se obtendrán los beneficios esperados para el público objetivo de estas inversiones. Los ciclos de la vida de un proyecto se inician por:

Idea. Este paso identifica problemas solucionables y oportunidades comerciales explotables. La gran mayoría de las ideas que terminan como proyectos de inversión son el resultado de diagnosticar necesidades y problemas comunes en la sociedad, de tal manera que diferentes alternativas a estas necesidades evocan ideas esenciales. Es concebible que una cuestión social también pueda convertirse en una oportunidad de negocio para un inversor. En Colombia, por ejemplo, el desplazamiento de pobladores de pequeños pueblos hacia las grandes ciudades por la violencia de grupos ilegales es un desafío social y al mismo tiempo una oportunidad de negocio. Una vez identificado este problema, el inversionista puede proponer, como alternativa, la construcción de una planta de reciclaje de plástico que dará trabajo a las personas desplazadas. De ahí surge la idea de un proyecto productivo (Orozco, 2017). De esto surge la idea de implementar una empresa sobre los E-sports (deportes electrónicos).

Pre-inversión. Para Amador (2000), esta es la primera fase de implementación del proyecto, que a través del desarrollo de estudios permite:

- Mostrar valor técnico
- Economía y Finanzas
- Aspectos institucionales y sociales, si se implementan.

La investigación de mercado, técnica, económica y financiera debe realizarse en la etapa de preparación y evaluación del proyecto o en la etapa de análisis de pre-inversión. Puede ser conveniente referirse a ellos en secuencia dependiendo de la cantidad y calidad de la información disponible, la profundidad del análisis realizado y la precisión de los estudios mencionados, etapas de la etapa de pre-inversión

Del mismo modo, recalca la selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, aquellos de mayor eficiencia relativa, a los que se desea destinar los recursos disponibles, es un proceso por etapas.

Así se entiende:

- Generar y analizar ideas de proyectos.
- Comprobar el nivel de perfil.
- Estudio de pre-factibilidad.
- Estudio de factibilidad

Así, mediante aproximaciones sucesivas, se determina, en cada etapa del estudio, el problema a resolver, que es necesario profundizar para ganar confianza en la conveniencia del proyecto. Otra ventaja de la investigación por fases es que se asignan recursos mínimos al estudio en sí, porque si en una de las fases el proyecto no es económica y técnicamente factible, entonces no hay ninguna razón para continuar con el estudio, esto evita costos innecesarios (Amador, 2000)

Estudio de Factibilidad

Definición. Para Sapag (2011) define un estudio de factibilidad como la determinación de un proyecto que puede o no ser factible, así como la capacidad técnica de los recursos de la empresa. El autor indica que en esta etapa se realiza una investigación minuciosa de la opción seleccionada en el estudio anterior. Se realiza una cuantificación precisa de los beneficios y costos que se requiere para su ejecución (Pasaca, 2017).

Inversión. Para Briceño (2013), menciona que la etapa de inversión es: Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad o de aceptar o de reemplazar una alternativa por otra a fin. Además, el autor mencionado anteriormente, añade que esta etapa se divide en:

Proyectos de ingeniería. En este apartado se cristaliza el aspecto físico, tomando en consideración los estudios previos en la etapa de inversión (Pasaca, 2017).

Negociación del financiamiento. Aquí se establece los requisitos financieros correspondientes para el proyecto, y de esta manera se pueden evidenciar los métodos que crédito que se puede utilizar dentro del mercado financiero (Pasaca, 2017).

Implementación. El autor indica que aquí se utiliza toda la investigación teórica para poderla llevar a cabo en el aspecto práctico, estableciendo precisamente las actividades necesarias para que la unidad productiva esté bien proporcionada de todos los recursos para su normal ejecución (Pasaca, 2017).

Operación. Una vez que se haya establecido el aspecto físico que se encuentra en la etapa de la pre - inversión y desarrollada en la etapa de la inversión según lo expuesto, se indica cuáles serán los beneficios específicos que fueron detallados en la etapa de la pre inversión (Pasaca, 2017).

Empresa. Para los autores (Benalcázar Gonzáles y Farinango Iñaquiza), la empresa se puede considerar como la organización que está compuesta por personas, recursos materiales, financieros y tecnológicos, con el objetivo de producir bienes y servicios según las necesidades del mercado (2013).

Recursos de la empresa. El autor Luyo (2013), indica que los recursos de la empresa se refieren a la composición de elementos que se necesitan para cumplir con los objetivos propuestos:

Recursos humanos. Son los elementos de la existencia de cualquier grupo social; son considerados el pilar de las operaciones de la empresa, y les corresponde administrar y explotar los recursos disponibles en la empresa. Dependiendo de su rol y nivel en la empresa, pueden llegar a ser:

- Directores
- Supervisores
- Técnicos
- Obreros
- Oficinistas
- Ejecutivos (Luyo, 2013).

Recursos financieros. Son los recursos, propios y externos, de carácter económico y financiero que necesita una empresa para hacer crecer su negocio: efectivo, aportes de los accionistas (acciones), utilidades, etc. (Luyo, 2013).

Recursos materiales. Son elementos tangibles que pertenecen a la empresa: dentro de las instalaciones constan: edificios, terrenos; en equipo están: maquinarias, herramientas; vehículos, materias primas, materias auxiliares que corresponden al producto, productos en proceso, productos terminados, etc. (Luyo, 2013).

Recursos técnicos y tecnológicos. Estos son objetos tangibles e intangibles con un mayor grado de complejidad que los recursos físicos que requieren tecnología para utilizarlos o procesarlos, pueden ser: producción, ventas, finanzas, sistemas administrativos, máquinas, equipos, vehículos y software (Luyo, 2013).

Estudio de Mercado

En la investigación de mercado, tratamos de comprender la reacción del mercado a un producto o servicio para idear la estrategia comercial más adecuada (Uploads, 2017).

Definición. Para Pasaca (2017), el estudio de mercado es la implementación de un análisis profundo de la oferta, demanda, precio y comercialización; significa definir a quién, en qué cantidades, cómo y dónde se venderá un producto o servicio. Puede verse como un estudio de oferta, demanda, calidad, mercado y precio tanto para los productos como para los recursos de un proyecto.

Mientras que para Meza (2020), un estudio de mercado implica la demanda, la oferta y el precio de un producto o servicio. El estudio de mercado requiere un análisis integral y es la parte más importante del proceso de formulación de un proyecto, ya que el desarrollo de los capítulos posteriores del proyecto depende de su resultado y por lo tanto ni el estudio técnico,

administrativo o financiero se puede realizar si no indica una necesidad o capacidad real para vender el producto o servicio. Además de centrarse en el consumidor potencial y la cantidad de bienes que anunciará, durante la investigación de mercado deberá analizar el mercado de proveedores, competidores y distribución e incluso, si es necesario, las condiciones del mercado externo.

Del mismo modo, el autor establece los fundamentos mínimos que se deben considerar en un estudio de mercado:

- Características del producto o servicio. Incluye una descripción detallada por escrito del producto o servicio que se vende.
- Definición de un segmento de mercado o área cubierta por un producto o servicio.
- Realizar diagnósticos sobre la oferta y demanda de un producto o servicio.
- Previsión o pronóstico de la oferta y demanda de un producto o servicio.
- Cuantificar la necesidad insatisfecha, si la hay.
- Establecer canales de marketing que se utilizarán para entregar productos o servicios a los usuarios finales.
- Definir la política de ventas que regirá la comercialización de un producto o servicio en cuanto al precio del producto o servicio y las condiciones de venta.

Análisis de la demanda. La demanda es la cantidad de un producto (bienes y servicios) que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado para satisfacer una necesidad en particular (Morales & Morales, 2009).

Por otro lado, Pasaca menciona que: el análisis de la demanda tiene como objetivo identificar y cuantificar las fuerzas del mercado que influyen en los requisitos del producto y

establecer la capacidad del producto para cumplir con los requisitos del mercado (2017). A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vistas, entre ellos por su cantidad:

- **Demanda Potencial.** Incluye la cantidad de un bien o servicio que se puede consumir o utilizar para un producto particular en el mercado.
- **Demanda Real.** Incluye la cantidad de un bien o servicio que se consume o utiliza con un producto en el mercado.
- **Demanda Efectiva.** Incluye a las personas que tienen la intención y capacidad de comprar, y también parte de la necesidad insatisfecha.
- **Demanda Insatisfecha.** Incluye la cantidad de un bien o servicio que se necesita en el mercado para satisfacer las necesidades de la sociedad. (Pasaca, 2017)

Análisis de la oferta. Los autores Morales y Morales (2009) consideran que la oferta es la cantidad de un producto que diferentes fabricantes, fabricantes o prestadores de servicios ofrecen a los consumidores en el mercado para satisfacer sus necesidades. Asimismo, estos autores determinan que es importante conocer los principales tipos de consumibles disponibles, para ello destacaremos los más básicos y usados del mercado.

- **De libre mercado.** - Tiene mucha competencia por un mismo producto, por lo que su aceptación depende principalmente de la calidad, prestaciones y precio.
- **Oligopólica.** - En los que el mercado está dominado por un número reducido de productores que imponen sus propias condiciones de cantidad, calidad y precio.
- **Monopólica.** - Un productor que domina el mercado y por lo tanto impone condiciones de cantidad, calidad y precio a los bienes.

Estrategias de comercialización. La estrategia de marketing es un requisito previo para lograr sus objetivos. De esta forma, las estrategias corporativas pueden ser utilizadas como un conjunto de metodologías o como un proceso de campañas de marketing planificadas con fines comerciales. Dentro del mismo, encontramos diferentes tipos de estrategias entre ellos:

Estrategias de marketing online: principalmente estrategias implementadas en canales digitales. Hoy son indispensables para el desarrollo de marcas.

Estrategias de Marketing Offline: Se refiere a todas las estrategias tradicionales de promoción de marca a través de canales convencionales y no digitales. Se utilizan casi desde que aparecieron en el mercado las primeras formas de venta. (Estrategias de comercialización, 2012)

Estudio técnico

La investigación en ingeniería le permite sugerir y analizar diferentes opciones tecnológicas para la producción del bien o servicio requerido, lo que también le permite probar la viabilidad técnica de cada uno de esos bienes o servicios. Este análisis identifica los equipos, maquinarias, materiales y equipos requeridos para el proyecto, y por ende los costos de inversión y operación requeridos, así como el capital de trabajo requerido. (Baca, 2010).

Componentes del estudio técnico.

Localización del proyecto. La ubicación óptima del proyecto es el factor más importante que contribuye a lograr la máxima velocidad. Este proceso determinara la organización humana y jurídica, que es necesaria para que el proyecto funcione correctamente, sea rentable u obtenga un precio unitario mínimo. El propósito general de esta sección es definir dónde se instalará el instalador. La ubicación óptima del proyecto tiene dos aspectos: Macro ubicación (ubicación del mercado de consumo; materias primas disponibles y mano de obra) y

Micro ubicación (ubicación cerca del mercado de consumo, instalaciones, infraestructura y servicios). (Baca, 2010).

Tamaño y localización. Tamaño: Se refiere a la capacidad que tendrá la empresa en un período de tiempo que se considera normal para el proyecto en consideración y se mide en unidades de producción que son producidas cada año.

Capacidad teórica: es la potencia dedicada al funcionamiento de la maquinaria, su funcionamiento óptimo depende de determinados factores como la temperatura, la altitud, la humedad, etc.; constituye el entorno en el que se instala. Este rendimiento se denomina teórico porque una vez que el dispositivo ha salido de fábrica, es muy difícil instalarlo en las mismas condiciones en que fue diseñado y construido.

Capacidad instalada: Se define como la capacidad o rendimiento máximo que un componente tecnológico puede alcanzar en un período de tiempo determinado.

Capacidad utilizada: representa la productividad, o el nivel de producción al que se ven obligadas a trabajar las máquinas, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda a satisfacer en un determinado período de tiempo (Pasaca, 2017).

Por otro lado, Spag (2011) nos comenta acerca de la capacidad real: es el desempeño promedio anual según variables internas (eficiencia sistémica) y extrínsecas (demanda).

Localización: esto significa determinar la ubicación geográfica donde se ubicará la nueva unidad de producción, donde se deben analizar algunos aspectos fundamentales y las razones de su ubicación; Estos factores no solo están relacionados con la economía, sino también con el entorno empresarial y el mercado (Pasaca, 2017).

Micro-posicionamiento: Tiene en cuenta los aspectos sociales y nacionales, se basa en las condiciones regionales de oferta y demanda, así como en la infraestructura existente, y debe marcarse con un mapa nacional o regional según la región de influencia del proyecto.

Macro-posicionamiento: Incluye investigación y comparación de componentes de costos y estudios de costos para cada alternativa. La ubicación exacta del proyecto debe indicarse en el mapa de la ciudad con una consideración más detallada de las variables mencionadas anteriormente (Meza, 2020).

Determinación del tamaño óptimo de la planta. Para Baca (2010), se refiere a la capacidad instalada del proyecto ya que esta se expresa en unidades de producción por año. Hay otros indicadores indirectos, como la cantidad de inversión, la cantidad de uso eficiente de la mano de obra o algún otro efecto que tiene sobre la economía. Lo cual es considerado óptimo cuando opera a un costo general más bajo o ganancias económicas máximas.

Ingeniería del proyecto

Para el autor Baca (2010), el objetivo de la ingeniería del proyecto es tomar decisiones sobre todo lo relacionado con la instalación y operación de la planta, desde la descripción de procesos, compra de equipos y maquinaria, hasta la determinación del diseño óptimo de la planta, para esto se va a poder determinar la estructura organizacional y legal de la planta. tendrá. En definitiva, todo lo relacionado con la instalación y operación de la planta es determinante.

La ingeniería del proyecto, tiene la función de combinar los recursos materiales para los requerimientos óptimos de producción, principalmente relacionados con la construcción de naves industriales, los equipos y las características de los productos de la empresa (Pasaca, 2017).

El presente estudio tiene como finalidad dar solución a todo lo relacionado con: operación e instalación de la planta, de ésta, se muestra el proceso productivo, así como el funcionamiento de la maquinaria y equipos necesarios.

Componentes tecnológicos: Incluye la identificación de las máquinas y equipos que cumplen con los requisitos del proceso productivo y alcanzar los niveles de producción que se esperan de acuerdo con el nivel de demanda a satisfacer.

Infraestructura física: Esto aplica únicamente para la división física de la empresa, las áreas requeridas para realizar cada actividad en el período operativo definido.

Distribución de planta: Se define como la organización física de los elementos que componen una instalación, ya sea industrial o de servicios. Aquí se incluye los espacios necesarios para el movimiento, el almacenamiento y las actividades que tienen lugar dentro de una instalación.

Diseño Organizacional

Base legal. Según Pasaca (2017): “Este aspecto busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen, utilización de productos, subproductos, patentes, etc. Se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales.”

Estructura Empresarial

Niveles jerárquicos de autoridad. Para el autor Pasaca (2017), los niveles jerárquicos son definidas por la Compañía I, de acuerdo con las leyes de las empresas desde el punto de vista del gobierno, así como las empresas típicas de cada organización de producción, la compañía tendrá nivel:

- Nivel legislativo: este es el más alto nivel de gestión de la empresa, estos son aquellos que ordenan políticas y principios en consecuencia que operará, incluidos los propietarios de la compañía aceptan los nombres de la reunión. Los socios comunes o en la Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa, se crean.
- Nivel de gestión: este nivel determina la relación directa entre los propietarios de la empresa (socios o accionistas) y los empleados que trabajan en los que incluye una cartera. Fue obsequiado por el presidente por su desempeño.
- Nivel ejecutivo: Este nivel incluye un gerente administrativo que será designado por el nivel ejecutivo y será responsable de dirigir las operaciones de la empresa, el éxito o el fracaso de la empresa depende en gran medida de sus capacidades de gestión.
- Nivel consultivo: este nivel suele incluir un órgano colectivo encargado de orientar las decisiones que merecen una atención especial.

- Nivel de apoyo: este nivel incluye todos los cargos directamente relacionados con el gobierno corporativo.
- Nivel de trabajo: incluye todas las actividades que están directamente relacionadas con la planta de fabricación, dentro de tareas específicas de producción o procesos de producción.

Organigramas

- Organigrama de la organización: Es una representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa bajo la cual se conocen y visualizan los niveles de permisos de la organización.
- Organigrama funcional: Define la relación de poder y subordinación de cada elemento administrativo y su función principal.
- Organigrama posicional: Es la distribución jerárquica específica de los cargos ocupados por la dirección, operaciones y equipo de operaciones de la empresa. (El valor estratégico del organigrama de empresa: claves y modelos, 2020)

Manual de funciones

Para Huancani (2018), es una herramienta o instrumento de trabajo que comprende un conjunto de normas y deberes que cada funcionario desarrolla en su día a día y que técnicamente será desarrollado sobre la base de procedimientos, sistemas, normas adecuadas, resúmenes de lineamientos establecidos y puntos clave para el desarrollo de actividades diarias.

Organización humana y jurídica

El autor Urbina Gabriel Baca (2010), nos dice que, después de que el investigador hubiera hecho la elección más conveniente de la estructura organizativa inicial, procedió a

dibujar un organigrama vertical simple para mostrar lo que él pensaba que eran los puestos y ¿Cuál es la jerarquía en la empresa? Además, la empresa, si no está legalmente constituida, debe respetar los intereses de sus socios, respetar el marco legal existente en las diversas características de la empresa: financiera, médica, civil, ambiental, social, laboral.

Mientras que, Pasaca (2017) explica que, este estudio fue diseñado para determinar los requerimientos básicos de recursos para el proceso de producción, tomando en cuenta los datos proporcionados por la investigación de mercado para identificar tecnologías, espacio físico adecuado y recurso humano. Este estudio se centra en tres aspectos clave: tamaño y ubicación, desarrollo del diseño y estructura organizativa.

Estudio financiero

Inversiones. Pasaca (2017), se refiere a los costos que ocurren o se presentan en las fases previas a la puesta en marcha y operativas del ciclo de vida del proyecto y son pagos en efectivo para la adquisición de activos tales como edificios, terrenos, costos de establecimiento y capital de trabajo, etc.

La mayoría de estas inversiones deben realizarse antes de la fase operativa del proyecto, puede haber casos en los que se deba realizar una inversión incluso durante este período, ya sea para regenerar activos depreciados o debido al aumento de la capacidad de producción.

Financiamiento. Para Cedeño (2010), una vez que sepa el tamaño de su inversión, debe buscar fuentes de financiamiento, ya que esto requiere fuentes tanto internas como externas. Por otro lado, en las fuentes internas, es el momento de buscar financiación de los inversionistas, donde se va a invertir una determinada cantidad de dinero para un determinado número de acciones. En el segundo caso, cuando es necesario recurrir a financiación externa, es necesario observar y analizar el mercado financiero para que de esta manera podamos conseguir el préstamo en las mejores condiciones para la empresa.

Análisis de costos. Para este análisis se utiliza la contabilidad de costos, que es un subsistema encargado de administrar el costo total de producción para determinar el costo real de producción para producir o elaborar un producto o servicio para establecer precios, con estos datos podremos lanzar los productos nuevos al mercado. (QuestionPro, 2012)

Costo total de producción. Según Pasaca (2017) el costo total de producción representa el valor monetario de todos los costos incurridos en la empresa para producir un producto.

Precio de venta. Es el valor monetario que va de la mano de un producto o servicio, el cual se expresa en efectivo.

Presupuesto proyectado. Se estimará un aumento de costos a lo largo de la vida del proyecto, el presupuesto necesariamente consta de dos partes: ingresos y gastos.

Estado de pérdida y ganancias. Permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, determinar la ganancia o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y gastos, considerado un monto para cubrir los efectos de la carga, impuestos y demás obligaciones tributarias.

Por otro lado, el autor Pasaca nos explica que el estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que le permite determinar qué tan eficiente es una empresa, es decir, muestra

qué tan rentable es durante un período de tiempo determinado y al usar esta información, puede analizar su estructura financiera, estructura de ingresos, gastos y gastos, para tomar decisiones sobre tu futuro.

En el ámbito financiero es el término para referirse al estado de resultados, para definirla es necesario conocer el resultado neto, así como cada uno de sus componentes, ingresos, gastos y gastos presentados. por la empresa u organización en el momento en que desea recibirlo.

Podemos ver que los gastos son el 60% de los ingresos y los gastos de operación son el 35% de la utilidad bruta.

Evaluación financiera

Flujo de caja. El autor Cueva (2003), comenta que, el estado de flujos de efectivo presenta los efectos de los cambios o fluctuaciones en el efectivo y/o equivalentes de efectivo a lo largo del tiempo.

Afectan directamente la capacidad de una empresa para pagar sus deudas o adquirir activos porque los gastos, la depreciación y la asignación diferida de activos no se incluyen en el cálculo porque son costos económicos. (Pasaca, 2017)

Determinación del punto de equilibrio. El punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los gastos de la empresa y, por lo tanto, no hay ganancias ni pérdidas, es el equilibrio costo-ingreso, este análisis se utiliza principalmente para:

- Comprender el impacto de los cambios de capacidad en las ventas, costos y ganancias.
- Dirigir el trabajo de los departamentos de producción y marketing.
- Analizar las relaciones existentes con los grupos de interés (Zugarramurdi, 2012).

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

Figura 1

Fórmula en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo fijo Total}}{\text{Ingresos totales} - \text{Costos variables Total}} = x100$$

Nota: Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada, Bryan Salazar, 2019. Ingeniería Industrial.

En función de los ingresos

Figura 2

Fórmula en función de los ingresos

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\frac{\text{Costo Variable Total}}{1 - \text{Ingresos Totales}}}$$

Nota: Punto de equilibrio en función de los ingresos, Bryan Salazar, 2019. Ingeniería Industrial.

En donde:

- PE= punto de equilibrio
- CFT= Costo fijo total
- 1= constante matemática
- CVT= Costo variable total
- VT= Ventas totales

En función de la producción

Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos.

Figura 3

Fórmula

PV u= Precio venta unitario

$$PE = \frac{CFT}{PV u - CV u}$$

Nota: Punto de equilibrio en función de la producción, Bryan Salazar, 2019. Ingeniería Industrial.

Figura 4

Fórmula

CV u= Costo variable unitario

$$CV u = \frac{CVT}{N^{\circ} \text{ de unidad producidas}}$$

Nota: Costo variable unitario, Bryan Salazar, 2019. *Ingeniería Industrial.*

Costos. Se calcularon sobre la base de la información de la mayoría de los estudios previos. Sin embargo, en esta etapa es necesario calcular el rubro de gasto: impuesto sobre la renta, debido a que este gasto es un resultado directo de los resultados contables de la empresa, que pueden diferir de los resultados reales obtenidos por los estados financieros previstos, para la empresa la misma que es responsable para el proyecto. (Chain & Chain, 2008)

Clasificación de costos. La clasificación no es estándar, depende de las actividades que se desarrollen, para el autor Pasaca (2017), se clasifican en:

- **Costos fijos:** son los valores monetarios en que incurre la empresa para su existencia, ya sea en producción o no, la empresa está obligada a cubrirlos porque de ella dependen sus operaciones.
- **Costos variables:** son los valores que soporta la empresa en función de la capacidad de producción de la empresa, directamente relacionados con el nivel de producción de la empresa, aumentando o disminuyendo en proporción al volumen de producción.

Evaluación Financiera

La evaluación incluye una serie de cálculos que miden el desempeño, la eficiencia, la economía, la objetividad y el impacto del proyecto.

Indicadores financieros de factibilidad.

Evaluación financiera. La evaluación incluye una serie de cálculos que miden el desempeño, la eficiencia, la economía, la objetividad y el impacto del proyecto.

VAN (valor actual neto). Se utiliza para evaluar varias opciones de inversión. Después de calcular el VAN de las distintas inversiones, averiguaremos de cuál de ellas nos beneficiaremos. (Urbina, 2013)

Figura 5
Fórmula VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Nota: Valor Actual Neto, Editorial Grudemi, 2020, Enciclopedia Económica.

- F_t son los flujos de dinero en cada periodo t
- I_0 es la inversión realiza en el momento inicial ($t = 0$)
- n es el número de periodos de tiempo
- k es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

El VAN se utiliza para tomar dos tipos de decisiones: primero, para ver si una inversión es viable, y segundo, para ver qué inversión es mejor que otra en términos absolutos. Los criterios de decisión serán los siguientes:

- **VAN > 0:** El valor actualizado de los cobro y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.
- **VAN = 0:** El proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.

- **VAN < 0:** El proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

Tasa de descuento. Según (Urbina, 2013) El factor de descuento está determinado por:

- Posibilidad de tipos de interés TIO: ¿Qué tasa de interés puedes obtener cuando depositas dinero en una entidad financiera?
- Costo de oportunidad de la inversión COI: ¿Cuál es la tasa de rendimiento más alta que puede obtener al invertir en otra cosa que no sea el proyecto? En cualquier caso, se debe tener en cuenta la prima de riesgo de la inversión, que dicta la tasa de rendimiento aceptable a la que se actualizan los flujos de efectivo proyectados.
- Especificar la tasa de rendimiento mínima aceptable, que es el porcentaje de riesgo al que está expuesto el inversionista en cualquier negocio. El procedimiento para calcularlo es el siguiente:

$$\text{TMAR} = \text{Ti} + \text{Pr} + [(\text{Pr} * \text{Ti}) / 100]$$

Tasa interna de retorno. La tasa interna de retorno es la tasa a la cual el valor actual neto de una inversión es cero. Por lo tanto, la TIR es la rentabilidad que tiene el proyecto durante su vida útil. Y es igual matemáticamente al VAN= 0. Según este criterio a la empresa solo le interesará realizar aquellos proyectos cuya tasa interna de rentabilidad sea superior a la tasa de rendimiento medio. (Mete, 2014).

TIR > TRM= Proyecto ejecutable.

TIR = TRM: Indiferencia

TIR < TRM: Proyecto no ejecutable

La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

Figura 6

Ecuación para calcular TIR

$$TIR = Tm + DT \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

Nota: Tasa interna de retorno, s. f., Monografías.

En donde:

- TIR= tasa interna de retorno.
- Tm= tasa menor de descuento para actualización.
- DT= diferencia de tasas de descuento para actualización
- VAN Tm= valor actual a la tasa menor.
- VAN TM= valor actual a la tasa mayor.

Análisis de sensibilidad. Para el autor Urbina (2013), el análisis de sensibilidad es un procedimiento mediante el cual se puede determinar cómo la TIR (su sensibilidad) se ve afectada por cambios en ciertas variables del proyecto. Cuando estos cambios afectan el diseño, el diseño es sensible. Lo obtenemos usando la siguiente fórmula:

- Los criterios de decisión basados en el análisis de sensibilidad son los siguientes:
- Si el coeficiente es mayor a 1, el proyecto es sensible, los cambios reducen o invalidan la rentabilidad
- Si el coeficiente es menor a 1, el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad
- Si el factor es 1, no afecta el diseño.

Formula:

Figura 7

Fórmula

$$AS = \Delta TIR / \Delta PF$$

Nota: Tasa interna de retorno, s. f., Monografías.

En donde:

Figura 8

Fórmula

ΔTIR : (TIR1 – TIR2) (en valor absoluto)

ΔPF : Variación porcentual del parámetro financiero

Nota: Tasa interna de retorno, s. f., Monografías.

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

Figura 9

Fórmula de la nueva Tasa Interna de Retorno

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$

Nota: Tasa interna de retorno, s. f., Monografías.

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante

- $TIR.R = TIR.O - N.TIR$
- **Se calcula el porcentaje de variación.** $\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$
- **Calcula el Valor de Sensibilidad.** $S = \%V/NTIR$

Relación costo – beneficio. Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

- Si la relación ingresos / egresos 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 (Urbina, 2013).

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente fórmula:

Figura 10

Fórmula

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

Nota: Relación Beneficio – Costo, Luz Botero y David Rodríguez, 2006, Scielo.

$$RBC = (\sum \text{Ingresos Actualizados} / \sum \text{Costos Actualizados}) - 1$$

Período de recuperación del capital. Según (2013) el periodo de recuperación es en cuánto tiempo se amortizará su inversión inicial y utiliza valores de flujo de caja y montos de inversión para calcularla. Actualizar los valores es fundamental ya que se recuperarán en el futuro e incluso con la dolarización en Ecuador perderá poder adquisitivo con el tiempo.

$$PRC = ASI + (INVERSIÓN - \sum FASI / FNASI)$$

ASI = Año que supera la inversión

Sumatoria FASI = Sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión

FNASI = Flujo neto del año que supera la inversión

Figura 11

Fórmula

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

Nota: Período de recuperación del capital, Emmanuel Reyes, 2019, Emprendedor inteligente.

$$PRC = ASI + (Inversión - \sum FASI / FNASI)$$

5. Metodología

Materiales y métodos

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo no experimental, de nivel descriptivo, para lo cual se plantearon objetivos que se cumplieron con procedimientos relacionados a cada estudio. Para el estudio de mercado se realizó lo siguiente:

La recolección de información a través de un cuestionario elaborado con 21 preguntas abiertas y cerradas, entrevista abierta al gerente propietario de Geekside eSports, revisión de datos secundarios, consulta a expertos sobre experiencias personales a jugadores semi-profesionales del medio.

En la realización del presente proyecto de la creación de un equipo de E-sports se ha tomado un enfoque cuantitativo que recogerá datos de los sectores de comercio y servicio relacionados para posteriormente procesarlos y magnificar el planteamiento de nuestro proyecto. El mercado que será atendido con este proyecto será directamente enfocado a las zonas urbanas de la ciudad de Loja, específicamente la investigación se realizará a los dueños de cybers, colegios y universidades de la ciudad, con la finalidad de poder obtener datos probatorios para la implementación de nuestro proyecto.

Además, en el presente proyecto de factibilidad, se va a estudiar las siguientes variables para poder obtener datos reales e indispensables para garantizar la toma de decisiones y verificar el nivel de éxito de nuestra propuesta, entre estas variables de estudio se presentan las siguientes:

- Análisis de la Oferta y demanda; Evaluación de factores externos; Recursos necesarios para la implementación de la empresa.

- El estudio de estas variables permite determinar los gustos y preferencias de los potenciales clientes, así como generalidades de resultados, control sobre fenómenos externos y predicciones necesarias que puedan ser esenciales para la aplicación de nuestro proyecto.

Para la presente investigación se utilizaron distintos materiales, métodos y técnicas de investigación que permitieron recabar información, objetiva y precisa. A continuación, se lo describe:

- Encuestas para clientes
- Fibra óptica
- Suministros de oficina (carpetas, copias, perforadoras, grapas)
- Equipos de oficina (calculadora, flash)
- Equipo de cómputo

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores Definición Operacional	Instrumentos de recolección de información
Estudio de Mercado	Permite analizar la viabilidad comercial y económica de un proyecto. El estudio de mercado proporciona un perfil de los canales de distribución más adecuados para colocar el producto o servicio en el mercado, las características de los competidores, precios, servicios, etc.	-Precio -Producto -Demanda -Medios de comunicación -Oferta -Proveedores	Gustos y preferencias Demanda potencial y demanda real. Número de empresas Gustos y preferencias.	Observación Encuestas
Estudio Técnico	Proporciona los elementos para evaluar la factibilidad para generar el producto o la prestación de un servicio.	Tamaño del proyecto Localización del proyecto	Capacidad Instalada Capacidad Utilizada	Observación
Estudio Financiero	Proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto, se toma como base los recursos económicos disponibles y el coste total del proceso de producción.	Inversión Fuentes de financiamiento Estados financieros	Activo fijo, circulante y diferido. Financiamiento interno y externo. Estados financieros.	Entrevista Observación
Evaluación Financiera	Permitirá conocer los montos de inversión del proyecto, a su vez los costos asociados, para identificar los niveles de precios que permitan definir metas de ingresos o ventas.	Indicadores de evaluación financiera.	VAN TIR (Tasa Interna de Retorno) Periodo de Recuperación de Capital. Relación Beneficio Costo Análisis de Sensibilidad	Observación.

Métodos e instrumentos de recolección de datos

Para aplicar estos métodos e instrumentos de recolección o también denominados técnicas de recolección de datos, es necesario determinar los métodos que se utilizaron para la investigación del proyecto, ya que se implementó de mercado en el cual se va a trabajar con un método deductivo que se lo aplico para determinar los gustos y preferencias de los consumidores ya que con esto nos va ayudar a pasar de lo general a lo particular. En el presente estudio se optará por utilizar técnicas de observación directa y encuestas que ayudaran a poder facilitar la obtención de los datos para nuestro presente proyecto.

Encuestas

Se aplicaro una muestra de la población, cuyas personas objeto de estudio serán los hombres y mujeres de edades entre 12 a 30 años de edad enfocados en colegios, universidades y centros de entretenimiento de la ciudad, los mismos que nos harán saber si les gustaría que existiera un centro de entrenimientos dedicado a los e-Sports en su ciudad a su vez, si participarían en un torneo de manera presencial en la ciudad de Loja sería apropiado, entre otras cosas que se detallaran en la encuesta. Este método se aplicará para diagnosticar el nivel de oferta y demanda que existe en el mercado objetivo.

Observación Directa

Consiste en realizar una investigación de campo mediante nuestra percepción sobre el objeto de estudio. Se aplicaro esta técnica para recabar información de primera mano y obtener más conocimiento sobre la falta de una liga competitiva y así mismo me servirá para ampliar el panorama en costos y beneficios de mi proyecto.

Entrevista

Se conoce como entrevista la conversación que sostienen dos o más personas que se encuentran en el rol de entrevistador y entrevistado, a fin de que el primero obtenga de la segunda información sobre un asunto particular.

Población y muestra

Para el estudio se va a considerar la población de estudiantes de la ciudad de Loja, en base al último censo poblacional publicado por el INEC del año 2020 se establece que la ciudad de Loja tiene 239095 habitantes con una tasa de crecimiento del 2,1%. Con estos datos se proyectó la población para el año 2022, se consideró una población de hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 12 a 30 años de edad enfocados en colegios, universidades y centros de entretenimiento, en la ciudad de Loja provincia de Loja.

- Para poder realizar esta investigación de las empresas competidores se tomará a todas quienes están habitualmente en la ciudad de Loja, ya que la población estará compuesta por una organización que se dedican a la misma actividad, para la realización de la encuesta a los que se procedió a trabajar con los clientes a ver si sería bueno o se tendrá una acogida para crear un proyecto de la creación de un torneo y un equipo de eSports.
- Para determinar la distribución, se toma en cuenta los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Loja.
- En cuanto a la oferta, estará esta se encontrará constituida por todos los competidores (Cybers gamers) existentes en la ciudad de Loja, siempre y cuando su proyecto conste como un proyecto alternativo, complementario o en competencia directa del mismo proyecto.

- En cuanto a los proveedores, será constituido por los proveedores de internet.

Proveedores (Internet)	4 proveedores (Servicio de internet)
OFERTA (Competencia)	2 competidores con proyectos similares o sustitutos.

Tabla 2. Cuadro de los proveedores y competencias

Tamaño de la Muestra:

Permite obtener el número de clientes que visitan este negocio a los cuales se van a encuestar.

Tabla 3. Cuadro del tamaño de la muestra

Población meta	Genero	Edad
47099 Habitantes	Hombres 48,6%	12 a 30 años de edad
	Mujeres 51.4%	

Se describen a continuación:

$$Pf = Po (1 + i) n$$

$$Pf = 2022 = 76387 (1 + 0.0265)^2$$

$$Pf = 2022 = 76387 (1.0265)^2$$

$$Pf = 80489$$

Aplicando la fórmula del tamaño de la muestra se obtiene la población en estudio.

Figura 12

Fórmula para encontrar el Tamaño de muestra

$$\underline{n} = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Nota: Muestra de una Población Finita, Unknown, 2015, Estadística.

Simbología:

n= Tamaño de la Muestra

Z= Nivel de Confianza

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

N= Tamaño de la Población

e= Margen de error del 5%= 0.05

Determinación del tamaño de la muestra N = 80489 habitantes en la zona urbana

Figura 13
Determinación del Tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(e)^2(N - 1) + Z^2 pq}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(80489)}{(0,05)^2(80489 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$
$$n = \frac{77301.63}{202.18}$$
$$n = 382$$

Distribución por parroquias urbanas

Tabla 4.
Segmentación de la población meta

Colegios, Universidades y C. entretenimiento	Porcentaje	Distribución de la muestra
Daniel Álvarez Burneo	19,43%	75
Bernardo Valdivieso	19,43%	75
Universidad Nacional de Loja	19,43%	75
Universidad Internacional	19,43%	75
Geekside	22,28%	82
TOTAL	100%	382

Procedimiento

- Para la observación directa se realiza una investigación detallada para recabar información sobre algunos factores externos que pueden ser útiles para la implementación del proyecto, mediante esta también se obtienen algunos datos del mercado y los consumidores que posteriormente se anotaran y registrarán para poder utilizarlas al momento de aplicar el proyecto.
- Para la encuesta se aplicará a colegios, universidades y centro de entretenimiento, de la ciudad de Loja, el cual estará estructurado con preguntas claras y encaminadas a la obtención de información de los factores más relevantes que pueden afectar al sector donde se encuentra la empresa.
- Para la entrevista, se realizará a GeekSide eSports local que se dedica a la todo lo relacionado con los E-sports se en la ciudad de Loja.
- Para el análisis externo se aplica lo que es la técnica de recolección de datos con la técnica de recolección de información, para encontrar variables que afectan directamente a la empresa, para el análisis competitivo realizamos una observación directa de nuestros principales competidores con sus proyectos y comparándolos con nuestro proyecto.

6. Resultados

Estudio de mercado

En la investigación de mercado, tratamos de comprender la reacción del mercado a un producto o servicio para idear la estrategia comercial más adecuada. (Uploads, 2017). En la actualidad, refiriéndonos a la ciudad de Loja como escenario central del presente estudio, podemos ver que los eSports no son tan conocidos por los habitantes, así mismo no hay empresas o lugares que se dediquen a esto.

A raíz de la pandemia los deportes electrónicos crecieron de una manera muy acelerada dándose a conocer no solo en jóvenes, sino también en personas de mayor edad, ya que al estar en confinamiento más de una persona busco actividades que los distraigan y les ayuden a olvidar el confinamiento en el que nos encontrábamos. Es evidente que la actividad económica de la ciudad de Loja ha crecido vertiginosamente en el sector terciario que comprende los comercios y servicios se han desarrollado de forma prometedora.

Producto Principal

¿Que son los e-sports?

Son una competición deportiva de videojuegos entre jugadores profesionales. Debes saber que todos los esports son competiciones de videojuegos, pero no todos los videojuegos se consideran esports.

Los deportes electrónicos o eSports es algo nuevo en el campo de los videojuegos, este concepto se utiliza para denominar competiciones de nivel profesional constando de competiciones de multijugador en diferentes categorías de videojuegos.

Su funcionamiento es muy sencillo: cada videojuego competitivo tiene sus propias reglas, y pueden acceder a diferentes dispositivos y plataformas online u offline. El fenómeno de los deportes electrónicos está experimentando uno de los mayores crecimientos de seguidores, gracias a los esports, un campo que ha movido mucho dinero, abrió nuevas puertas y oportunidades comerciales.

Características de los E-SPORTS

Se caracteriza por ser un deporte que cualquier persona amante de los videojuegos que le interese puede practicarlo sin ningún impedimento, pero si quiere llevarlo a un nivel más alto están las competiciones profesionales lo cual implica una habilidad nata para el juego competitivo que practique.

Indumentaria

Ordenador gamer, uniforme del equipo que representa, periféricos como: mouse, teclado, cascos o auriculares, mousepad, calentadores de manos (se usa para mantener a buena temperatura las manos). Muchos jugadores, que no utilizan equipamiento que se les proporciona deciden llevar sus propios periféricos con los que se sienten cómodos.

Productos sustitutos

- Cibers, que ofrecen un servicio de internet para personas que no cuenta con este servicio en sus hogares.
- Centros de juegos, en el cual solo se utilizan las consolas de videojuegos como el XBOX, PS5.

- Consolas de videojuegos: se puede considerar como un producto sustituto a las consolas de videojuegos ya que con el pasar de los años y la evolución de las mismas, han conseguido tener algunos de los títulos competitivos en sus plataformas.

Mercado Demandante

El mercado que será atendido con este proyecto que está constituido por los habitantes de la ciudad de Loja.

Demandantes

Los demandantes del proyecto son hombres y mujeres de 12 a 30 años en la ciudad de Loja.

Información del INEC, población de la ciudad de Loja: tasa de crecimiento. 2.1%

Tabla 5.
Población de la ciudad de Loja

Población área urbana de la ciudad de Loja año 2020	239.095
Población del segmento 19,7% 12-30 años	47.099

Población para la vida útil o el horizonte del proyecto

Tabla 6.
Población para la vida útil o el horizonte del proyecto

Proyección Poblacional			
Años	Año	Población Total	Edad entre 12-30 años
0	2022	239.095	47.099
1	2023	243.412	47.949
2	2024	247.729	48.800
3	2025	252.047	49.650
4	2026	256.364	50.501
5	2027	260.681	51.351
Tasa	19,7%		

Resultado de las encuestas aplicadas a la población meta

(personas comprendidas en la edad de 12 a 30 años)

1. Edad

Tabla 7.
Presentación de las edades

Edad	Frecuencia	XM	F(xm)	%
12 a 18	135	21	2835	37,10%
19 a 25	161	31,5	5071,5	38,80%
26 a 32	90	42	3780	24,10%
	386		11686,5	100%

$$\text{Edad promedio} = \sum F(Xm)/N$$

$$= 11686,5/386$$

$$= 30 \text{ años}$$

Interpretación

La edad referencial en este proyecto se ha considerado al intervalo comprendido desde los 12 años hasta los 30 años, lo que nos determina la edad promedio que tienen las personas del público objetivo. De acuerdo a los resultados de los encuestados se tiene que el 37% se encuentra en una edad comprendida de 12-18 años, el 38,8% entre 19-24 años, el 24,1% entre 25-30 años. Por consiguiente, la edad promedio de los 386 encuestados está en 30 años, población a la cual va a estar dirigida el público objetivo de estudio.

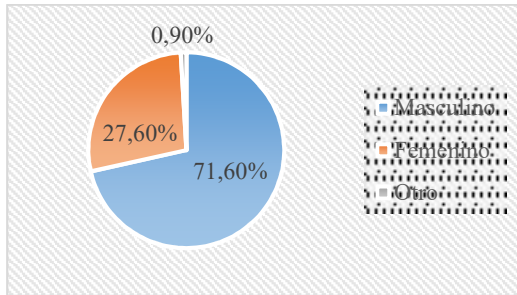
2. Género

Tabla 8.
Género de la población meta

Alternativas	%	# de Personas
Masculino	71,60%	276
Femenino	27,60%	107
Otro	0,90%	3
TOTAL	100%	386

Figura 14

Gráfica del género de población meta



Interpretación

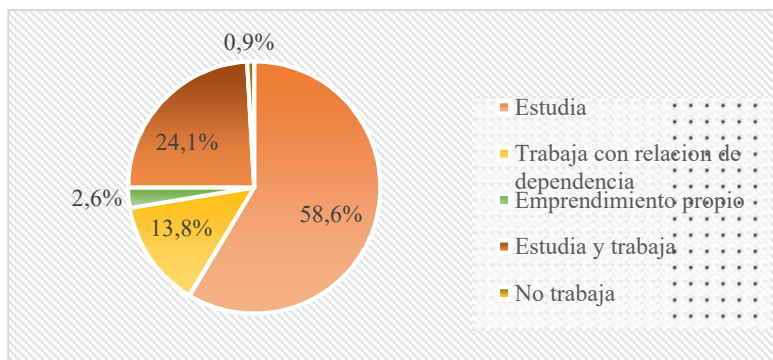
El género es el conjunto de ideas y creencias que se tienen en cada cultura y con base en la diferencia sexual. De acuerdo a los resultados de los encuestados se tiene que el 71,6% del total de personas encuestadas son hombres lo que equivale a 276 hombres y el 27,6% que son 107 mujeres en total y el 0,9% que son 3 en cuanto a otros en total, teniendo un mayor rango en el género masculino, con lo que se puede interpretar que se puede trabajar con mayormente con los hombres.

3. Actividad que realiza

Tabla 9.
Actividad que realiza la población meta

Alternativas	%	# de Personas
Estudia	58,6%	226
Trabaja con relación de dependencia	13,8%	53
Emprendimiento propio	2,6%	10
Estudia y trabaja	24,1%	93
No trabaja	0,9%	3
TOTAL	100%	386

Tabla 10.
Gráfica de las actividades de la población meta



Interpretación

La actividad que realiza, se refiere al trabajo o estudio que tenga el encuestado. De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas muestra que el 58,6% de encuestados Estudian hablando de personas serian 226 individuos de la muestra. De esta manera podemos llegar a la conclusión que el público objetivo son personas que estudian, por lo que se tendría que tener en cuenta que la mayoría de nuestro público meta son personas que aún se encuentran estudiando.

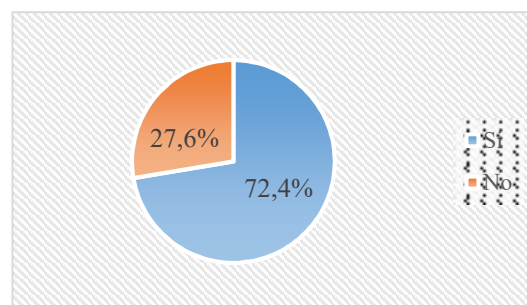
4. ¿Conoce los E-sports?

Tabla 11. Conocimiento de los e-sports

ALTERNATIVA	%	# DE PERSONAS
SI	72,4%	279
NO	27,6%	107
TOTAL	100%	386

Figura 15

Gráfica de los conocimientos sobre los e-sports a la población meta



Interpretación

Los eSports o deportes electrónicos son una novedad en el campo de los videojuegos. Este concepto se utiliza para nombrar las competiciones organizadas a nivel profesional. Según la muestra de 386 personas se evidencia que el 72,40% de las personas si conocen que son los eSports mientras que el 27,6% restante no tienen el conocimiento de lo que son los eSports.

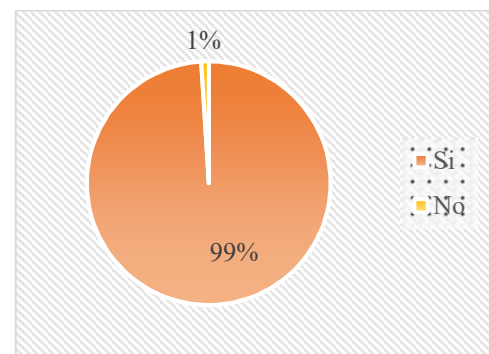
5. ¿Usted ha jugado videojuegos?

Tabla 12.
Población meta que ha jugado videojuegos

Alternativas	%	# de Personas
Si	99%	382
No	1%	4
TOTAL	100%	386

Figura 16

Gráfica de la población meta que ha jugado videojuegos



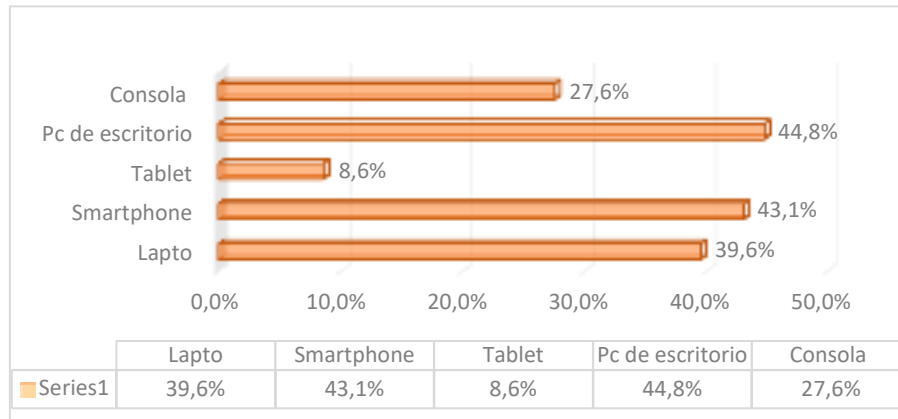
6. ¿Qué dispositivo utiliza usted para jugar videojuegos?

Tabla 13.
Dispositivo que la población meta utiliza para jugar videojuegos

Alternativas	%	# de Personas
Lapto	39,6%	153
Smartphone	43,1%	166
Tablet	8,6%	33
Pc de escritorio	44,8%	173
Consola	27,6%	107

Figura 17

Gráfica de los dispositivos que la población meta utiliza para jugar videojuegos



Interpretación

Los dispositivos que se usa para jugar video juegos, son los objetos electrónicos que sirven como medio para poder disfrutar de un videojuego de temporada, de los cuales existen distintos dispositivos. Según las 386 personas encuestadas, se evidencia que las personas usan mucho el Pc de escritorio para jugar videojuegos ya que la mayoría en sus hogares disponen de una computadora por una necesidad, los Smartphone o teléfonos celulares también son muy usados para este tipo de actividades ya que hoy en día un teléfono móvil es muchas de la veces indispensable en el día a día, las lapto según los encuestados también es utilizados tal vez por su comodidad, mientras que las consolas y las tablets coincidieron entre los dispositivos utilizados por las personas en su tiempo de ocio pero no tienen la misma presencia que los dispositivos ya antes mencionados.

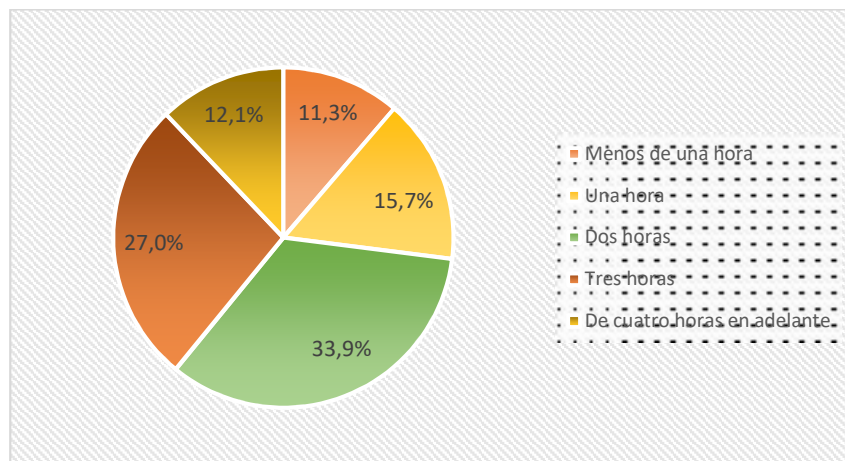
7. ¿Cuántas horas dedica a jugar videojuego en el día?

Tabla 14.
Horas que la población meta se dedica a jugar videojuegos en el día

Alternativas	%	# de Personas
Menos de una hora	11,3%	44
Una hora	15,7%	61
Dos horas	33,9%	131
Tres horas	27,0%	104
De cuatro horas en adelante	12,1%	47
TOTAL	100%	386

Figura 18

Gráfica de las horas que la población meta se dedica a jugar videojuegos en el día



Interpretación

Tiene como objetivo saber cuáles es el tiempo que dedica cada persona a practicar o simplemente a distraerse con diversos juegos. Según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, se evidencia que el 33,9% de los encuestados dedican 2 horas en promedio de su tiempo libre a jugar videojuego y que el 27% ocupa 3 a practicar o jugar videojuegos, con respecto al 11,3% y 15,7% de los encuestados utilizan 1 hora o menos de una hora para este tipo de actividades, mientras que el 12,1% de los encuestados dedican de 4 en adelante, de igual manera las personas juegan y se divierten ya sea porque disponen de más tiempo o dinero en caso de que sea en un lugar de entretenimiento. Por lo tanto, queda demostrado que existen

muchas personas aficionadas que dedican horas considerables de su tiempo a esta actividad para su entretenimiento.

8. ¿Cuántos días a la semana dedica a jugar?

Días-semana	Frecuencia	Promedio
1	245	245
2	65	130
3	43	129
4	18	72
5	15	75
	386	651

$$\text{Edad promedio} = \sum F(X_m)/N$$

$$= 2 \text{ (h/d)}/52 \text{ (semanas)}$$

$$= 104 \text{ h al año}$$

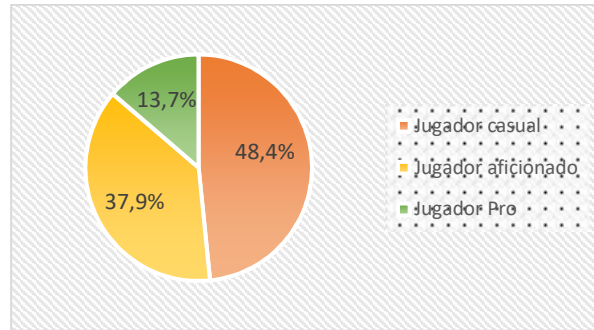
9. ¿Entre tipo de jugador se encuentra usted?

Tabla 15.
Tipo de jugador que se encuentra la población meta

Alternativas	%	# de Personas
Jugador casual	48,4%	187
Jugador aficionado	37,9%	146
Jugador Pro	13,7%	53
TOTAL	100%	386

Figura 19

Gráfica del tipo de jugador que se encuentra la población meta



Interpretación

Tiene como objetivo saber en qué categoría se encuentra la persona encuestada, de esta manera conocer si existen personas que se dedique a los videojuegos de forma profesional. Según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, se evidencia que el 48,4% de los encuestados son jugadores casuales lo que quiere decir que juegan casualmente a los video juegos, por otro lado el 37,9% es un jugador aficionado o amante de los video juegos, lo que nos dice que este porcentaje de personas son más activos en cuanto a comprar, descargar y buscar videojuegos y con respecto al 13,7% de los encuestados son jugadores denominados pro, los jugadores pro o más conocido como gamers son los jugadores con habilidad nata para cierto tipo de videojuegos o que practican de forma profesional los mismos, esto nos da a entender que este porcentaje de personas son individuos con habilidad o que llevan todo esto a un nivel profesional.

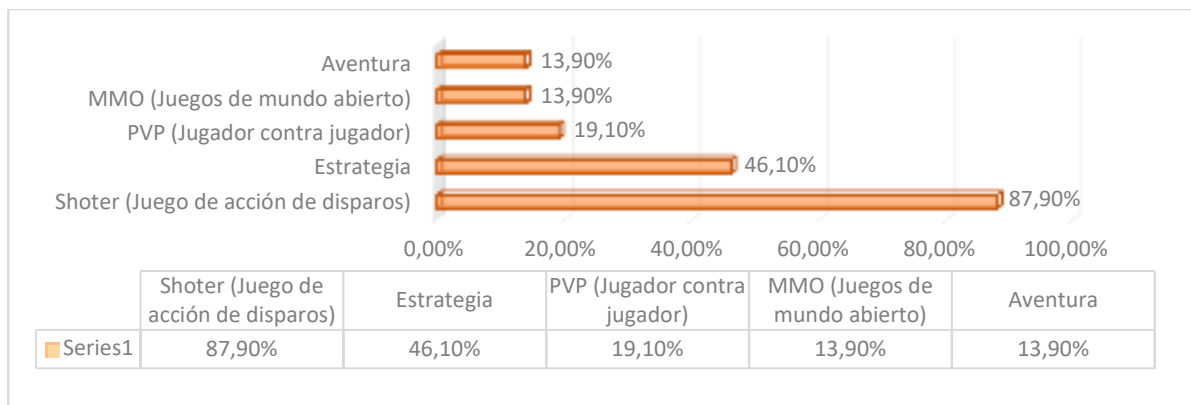
10. ¿Qué tipos de juego practica habitualmente?

Tabla 16.
Juegos que practican la población meta

Alternativas	%	# de Personas
Shoter (Juego de acción de disparos)	87,9%	339
Estrategia	46,1%	178
PVP (Jugador contra jugador)	19,1%	74
MMO (Juegos de mundo abierto)	13,9%	54
Aventura	13,9%	54

Figura 20

Gráfica de los juegos que practican la población meta



Interpretación

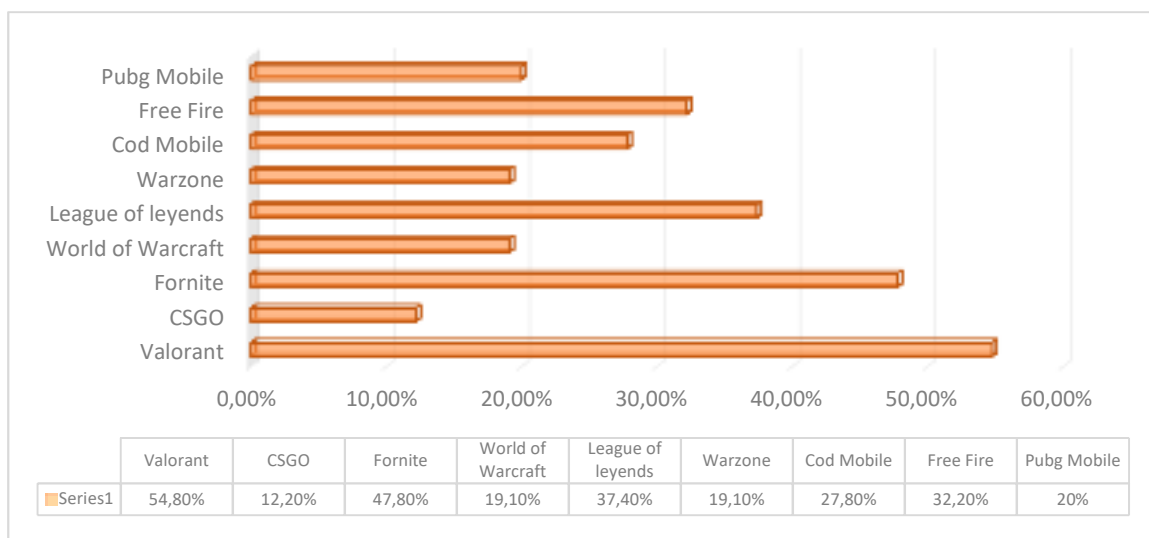
Al decir que tipo de juegos práctica habitualmente se refiere a la categoría en la que están clasificados los diferentes juegos. Ya que, según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, se evidencia que la mayoría de los encuestados prefieren los juegos de disparos y los juegos de estrategia dejando un poco al margen al resto de las categorías.

11. ¿De los siguientes juegos de shoter y estrategia cuál ha practicado?

Tabla 17.
Juegos que la población meta ha practicado

Alternativas	%	# de Personas
Valorant	54,80%	212
CSGO	12,20%	47
Fornite	47,80%	185
World of Warcraft	19,10%	74
League of leyends	37,40%	144
Warzone	19,10%	74
Cod Mobile	27,80%	107
Free Fire	32,20%	124
Pubg Mobile	20%	77

Figura 21
Gráfica de los juegos que la población meta ha practicado



Interpretación

Tiene como objetivo dar a conocer cuál de los siguientes videojuegos más populares es el más jugado por el público encuestado. Ya que, según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, se evidencia que Valorant y Fornite 2 de los títulos más populares de shooters en la actualidad son los más jugados por los encuestados, mientras que League of leyends lidera como el juego de estrategia de preferencia, a su vez Free fire es de los más populares en cuanto a juegos mobile.

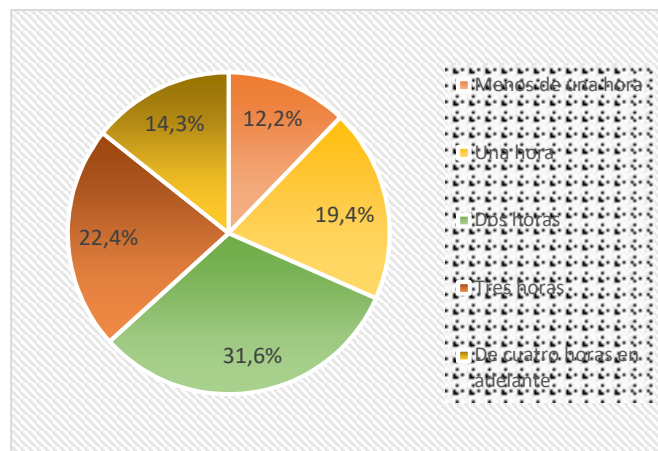
12. ¿De los juegos antes mencionados cuántas horas dedica a jugar en el día?

Tabla 18.
Horas que la población meta dedica a jugar en el día

Alternativas	%	# de Personas
Menos de una hora	12,2%	47
Una hora	19,4%	75
Dos horas	31,6%	122
Tres horas	22,4%	86
De cuatro horas en adelante	14,3%	55
TOTAL	100%	386

Figura 22

Gráfica de las horas que la población meta dedica a jugar en el día



Interpretación

Tiene como objetivo saber cuáles es el tiempo que dedica cada persona a practicar o simplemente a distraerse con los juegos antes mencionados. Según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, se evidencia que el 31,6% de los encuestados dedican 2 horas de su tiempo libre a jugar estos videojuegos y que el 22,4% ocupa 3 horas a practicar o jugar estos videojuegos, con respecto al 19,4% y 12,2% de los encuestados utilizan 1 hora o menos de una hora para este tipo de actividades, mientras que el 14,3% de los encuestados dedican de 4 en adelante, de igual manera las personas juegan y se divierten con los diferentes juegos ya que

existen una amplia variedad y para todos los gustos. Por lo tanto, queda demostrado que existen muchas personas aficionadas que dedican horas considerables de su tiempo a jugar estos juegos.

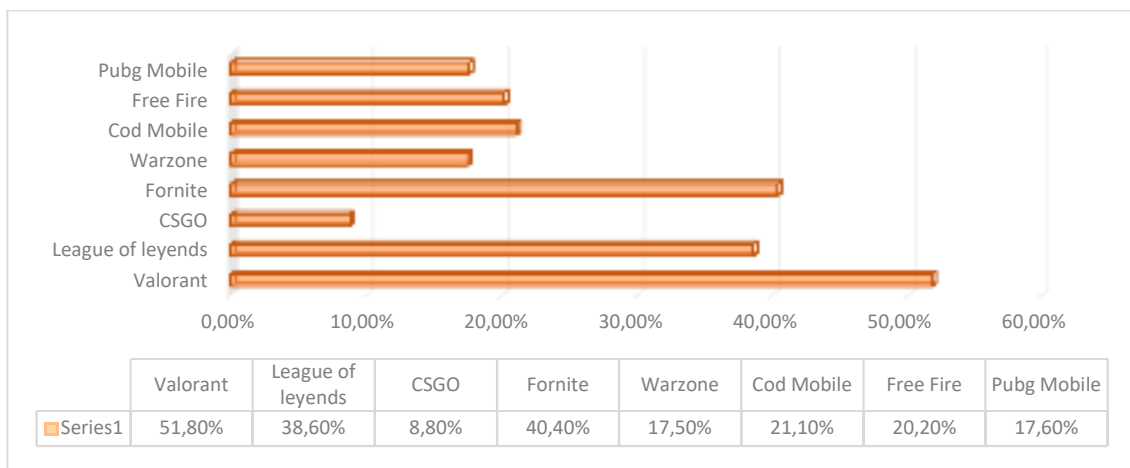
13. ¿De los siguientes juegos cuál le gustaría practicar de forma profesional?

Tabla 19.
Juegos que la población meta le gustaría practicar de forma profesional

Alternativas	%	# de Personas
Valorant	51,80%	200
League of leyends	38,60%	149
CSGO	8,80%	34
Fornite	40,40%	156
Warzone	17,50%	68
Cod Mobile	21,10%	81
Free Fire	20,20%	78
Pubg Mobile	17,60%	68

Figura 23

Gráfica de los juegos que la población meta le gustaría practicar de forma profesional



Interpretación

El objetivo es conocer cuál de los siguientes videojuegos le gustaría practicarlo de una forma profesional. Ya que, según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, se evidencia que Valorant y Fornite 2 de los títulos más populares de shooters en la actualidad son

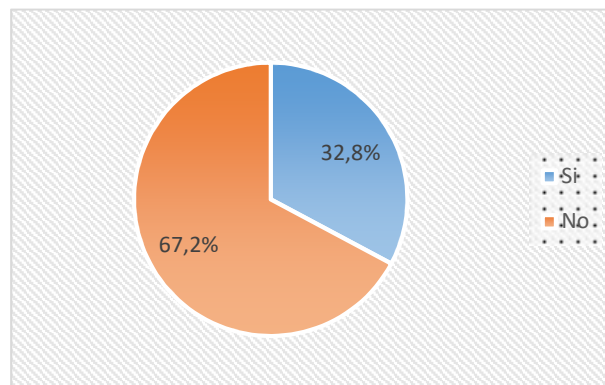
los más jugados por los encuestados, mientras que League of legends lidera como el juego de estrategia de preferencia, a su vez Cod Mobile es de los más populares en cuanto a juegos mobile, sabiendo esto podemos concluir que las personas tienen interés por practicar este tipo de juegos de una manera profesional.

14. ¿Conoce usted algún local donde pueda practicar juegos competitivos?

Tabla 20.
Conocimiento de los locales donde la población meta puede practicar juegos competitivos

Alternativa	%	# de Personas
Si	32,8%	127
No	67,2%	259
TOTAL	100%	386

Figura 24
Gráfica de los conocimientos donde la población meta puede practicar juegos competitivos



Interpretación

Tiene como objetivo conocer si existen lugares donde se pueda practicar los diferentes juegos de forma competitiva o que les brinden el espacio adecuado. Según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, podemos notar que un 67,2% de personas no conocen un lugar

apto para practicar este tipo de videojuegos competitivos, mientras que el 32,8% si conoce un sitio donde se puede realizar este tipo de actividades, de esta forma podemos concluir que la empresa podría tener un espacio para ese porcentaje de personas que no conocen un lugar adecuado para practicar los diferentes videojuegos de forma competitiva.

15. ¿Si existiera un lugar que ofreciera un espacio de entretenimiento dedicado a los E-sport, lo frecuentaría?

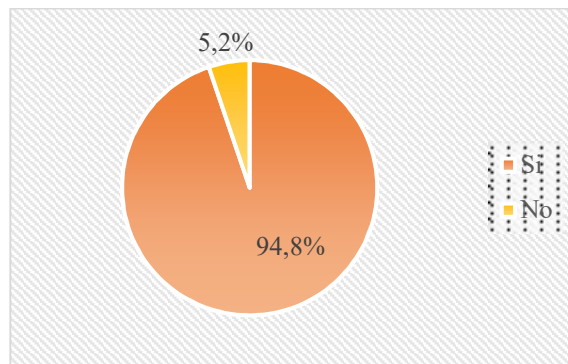
Tabla 21.

Porcentaje de la población meta que frecuentaría si existiera un lugar del entretenimiento

Alternativa	%	# de Personas
Si	94,8%	366
No	5,2%	20
TOTAL	100%	386

Figura 25

Gráfica del porcentaje de la población meta que frecuentaría si existiera un lugar del entretenimiento



Interpretación

Tiene como objetivo saber si se llegara a crear un espacio de entretenimiento dedicado a los juegos competitivos seria aceptado. Según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, podemos notar que un 94,8% de personas les gustaría que existiera un lugar dedicado a los eSports el cual lo frecuentaría, mientras que tan solo el 5,2% no lo frecuentaría, de

esta manera llegamos a la conclusión que si se crea un espacio donde se practique los diferentes juegos competitivos las personas lo frecuentaría ya que es de su interés.

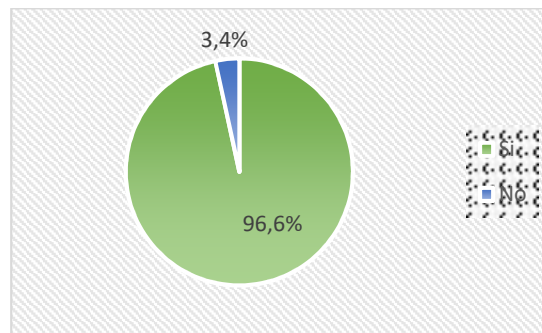
16. ¿Le gustaría que existiera una empresa que se dedique a los deportes electrónicos en tu ciudad?

Tabla 22.
Empresa que se dedique a los deportes electrónicos

Alternativa	%	# de Personas
Si	96,6%	373
No	3,4%	13
TOTAL	100%	386

Figura 26

Gráfica del porcentaje para una empresa que se dedique a los deportes electrónicos



Interpretación

Tiene como objetivo saber si crear una empresa que se dedique a los deportes electrónicos o eSports sea factible. Según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, podemos notar que un 96,6% de personas están interesados en que exista una empresa dedicada a los eSports en su ciudad, por otro lado, el 3,4% no le gustaría, con los datos obtenidos concluimos que es de interés de las personas encuestadas que exista una empresa que se dedique a los eSportst.

17. ¿Le gustaría un torneo de deportes electrónicos en su ciudad?

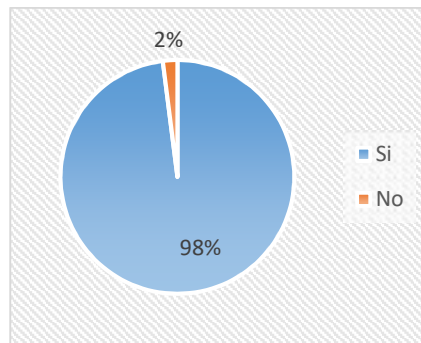
Tabla 23.

A la población meta le gustaría un torneo de deportes electrónicos

Alternativa	%	# de Personas
Si	98%	378
No	2%	8
TOTAL	100%	386

Figura 27

Gráfica de la población meta que le gustaría un torneo de deportes electrónicos



Interpretación

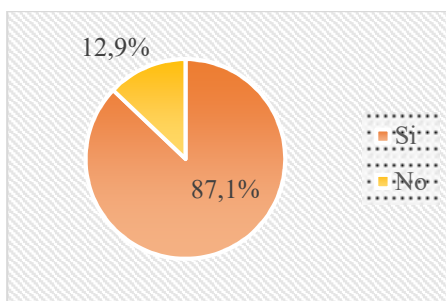
Un torneo es juntar ah cierto número de equipos para que se enfrente entre ellos. Según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, podemos notar que un 98% de personas están interesados que se realice un torneo, por otro lado, el 2% no le gustaría, con los datos obtenidos concluimos la mayoría de las personas encuestas les gustaría que se realice un torneo.

18. ¿De realizarse un torneo anual usted participaría?

Tabla 24.
Participación de la población meta en un torneo

Alternativa	%	# de Personas
Si	87,1%	336
No	12,9%	50
TOTAL	100%	386

Figura 28
Gráfica de la participación de la población meta en un torneo



Interpretación:

Observando los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, podemos darnos cuenta que un 87,1% de personas les gustaría participar en un torneo, por otro lado, el 12,9% no le gustaría participar en un torneo, con los datos obtenidos concluimos la mayoría de las personas encuestas les gustaría participar en un torneo si este llegara a ser realizado.

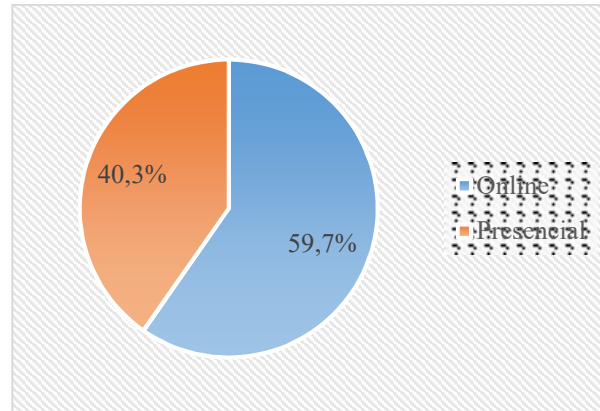
19. ¿De qué forma le gustaría que el torneo fuese?

Tabla 25.
Formas que le gustaría a la población meta un torneo

Alternativa	%	# de Personas
Online	59,7%	230
Presencial	40,3%	156
TOTAL	100%	386

Figura 29

Gráfica de las formas que le gustaría a la población meta un torneo



Interpretación

Existen torneos que se producen de forma online vía internet y otros presencial en alguna locación determinada. Observando los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, podemos darnos cuenta que un 59,7% de personas les gustaría que el torneo fuese online, por otro lado, el 40,3% prefieren que sea de manera presencial, con los datos obtenidos concluimos que se podría realizar el torneo tanto de forma presencial como de forma online.

20. ¿En qué condición le gustaría participar?

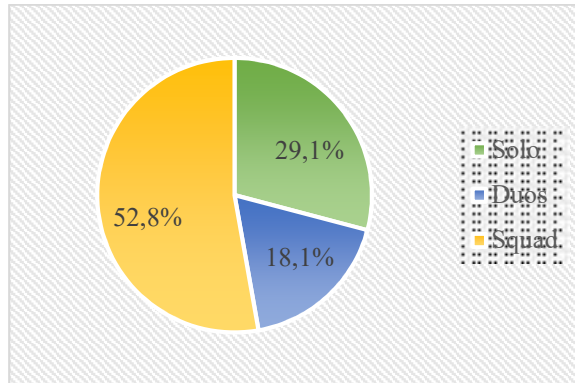
Tabla 26.

Condición que la población meta le gustaría participar

Alternativas	%	# de Personas
Solo	29,1%	112
Duos	18,1%	70
Squad	52,8%	204
TOTAL	100%	386

Figura 30

Gráfica de la condición de que la población meta le gustaría participar



Interpretación

Para participar en un torneo se puede participar de diferentes formas ya sea solo, en pareja o en equipo de 5. Según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, podemos darnos cuenta que el 29,1% de personas les gustaría participar en solitario, por otro lado, el 18,1% prefieren que hacerlo en parejas o dúos y la mayoría de los encuestados con un 52,8% prefieren en squad o en equipo, con los datos obtenidos concluimos que se podría presentar el torneo para los diferentes gustos ya sea en solitario o en equipo.

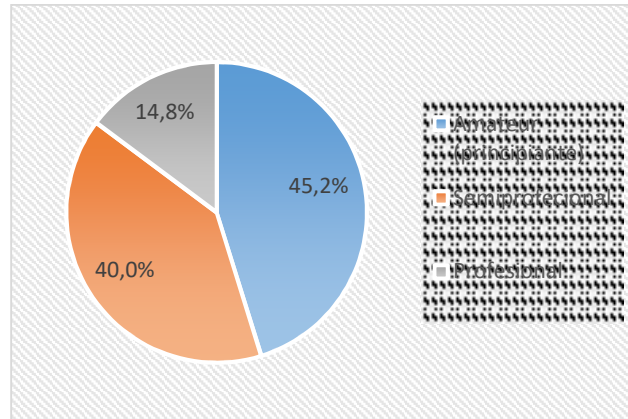
21. ¿En qué categoría le gustaría participar?

Tabla 27.
Categoría que la población meta le gustaría participar

Alternativas	%	# de Personas
Amateur (principiante)	45,2%	174
Semi profesional	40,0%	154
Profesional	14,8%	57
TOTAL	100%	386

Figura 31

Gráfica de la categoría que la población meta le gustaría participar



Interpretación

Existen diferentes categorías al participar en un torneo o en una competencia. Según los datos obtenidos de las 386 personas encuestadas, podemos darnos cuenta que el 45,2% de personas les gustaría participar en la categoría de principiantes, por otro lado, el 40,0% prefieren que hacerlo Semi profesional y con un 14,8% prefieren participar en la categoría de profesionales, con los datos obtenidos concluimos que se podría presentar el torneo para todas las categorías y de esta manera poder tener una base para seleccionar un posible equipo de eSports para representar a la empresa.

22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por la inscripción de usted o su team?

Tabla 28.

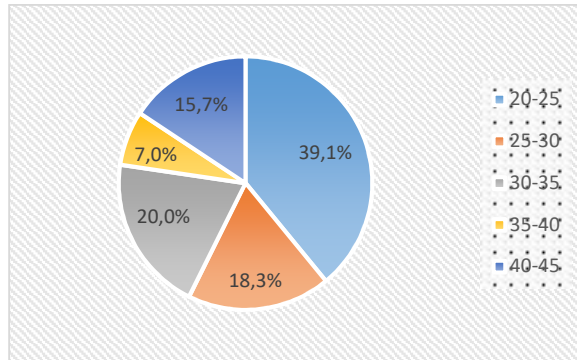
Pago que la población meta estaría dispuesta a pagar por la inscripción o por su team

Precio	Frecuencia	XM	F(xm)	%
20-25	151	32,5	4905,10	39,1%
25-30	71	40	2825,52	18,3%
30-35	77	47,5	3667,00	20,0%
35-40	27	55	1486,10	7,0%
40-45	61	62,5	3787,63	15,7%
	386		16671	100%

$$\begin{aligned}
 \text{Edad promedio} &= \sum F(Xm)/N \\
 &= 16671/386 \\
 &= \$43,15
 \end{aligned}$$

Figura 32

Gráfica del pago que la población meta estaría dispuesta a pagar por la inscripción o por su team



Interpretación

Según los datos que se muestra el rango de precios que estarían dispuestos a pagar por la inscripción de un torneo por equipo \$20 a \$25 con un 39,1% lo que representa 151 personas, seguido de entre \$30 a \$35 con un 20% que es 77 personas. En base a estos datos se puede establecer un precio de inscripción base para este tipo de torneos locales.

7. Discusión

Análisis de la demanda

La demanda es la cantidad de un producto (bienes y servicios) que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado para satisfacer una necesidad en particular. (Morales & Morales, 2009)

Demanda potencial

“La demanda potencial incluye la cantidad de bienes y servicios que se pueden consumir o hacer uso de un producto en particular” (Sapag, 2011)

Tabla 29. Demanda potencial

Demanda Potencial

Años	P.M(Edad entre 13-30 años)	Demanda Potencial (Conoce sobre los E-sports) 72,4%
0	26.375	19096
1	26.852	19441
2	27.328	19785
3	27.804	20130
4	28.280	20475
5	28.757	20820

Nota: Datos tomados de INEC y pregunta 4 de la encuesta realizada.

La demanda potencial se la determina tomando en consideración, en primer lugar, los datos del INEC que corresponden a la ciudad de Loja proyectados al año 2022 y que se lo toma como base (239095), con este antecedente se procede a determinar la población objeto de estudio que es la edad de 12 a 30 años (79259), la cual tomaremos como punto de partida y considerando la pregunta la cual tiene un 72,4%.

Demanda Real

“La demanda real es el nivel bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado” (Sapag, 2011)

Tabla 30. Demanda real

Demanda Real

Años	Demanda Potencial	Demanda Real(99%)
0	19096	18905
1	19441	19246
2	19785	19588
3	20130	19929
4	20475	20270
5	20820	20612

Nota: Datos tomados de la pregunta 5 de la encuesta realizada

La demanda real se la determino en función de la pregunta 5 que se refiere que, si los encuestados han jugado videojuegos, de los cuales el 99% manifiestan que si lo han hecho por consiguiente eso se convierte en la demanda real.

Demanda efectiva

“La demanda efectiva es la cantidad de bienes y servicios que en el mercado realmente requiere, esto debido a limitaciones como la situación económica del país, los ingresos que perciben y otros factores que impiden la compra, aunque deseen hacerlo” (Sapag, 2011)

Tabla 31. Demanda efectiva

Demanda Efectiva				
Años	Demanda Real	Demanda Efectiva (96,6%)	Horas Año	Demanda Efectiva Total
0	18905	18262	104	1.899.254
1	19246	18592	104	1.933.547
2	19588	18922	104	1.967.841
3	19929	19251	104	2.002.134
4	20270	19581	104	2.036.427
5	20612	19911	104	2.070.720

Nota: Datos tomados de la pregunta 15 de la encuesta realizada.

Para realizar el cálculo de la demanda efectiva se procedió a considerar la pregunta número 15 que está relacionada que si le gustaría que se existiera una empresa que se dedique a los deportes electrónicos en tu ciudad, habiendo una aceptación del 96,6%. Así la empresa tendrá un promedio de cuantas horas jugaran.

Análisis de la Oferta

Los autores Morales & Morales (2009) consideran que la oferta es la cantidad de un producto que diferentes fabricantes, fabricantes o prestadores de servicios ofrecen a los consumidores en el mercado para satisfacer sus necesidades. Asimismo, estos autores determinan que es importante conocer los principales tipos de consumibles disponibles, para ello destacaremos los más básicos y usados del mercado.

Resultado de la entrevista realizada a los propietarios de los locales que posees cybert

Entrevista realizada a Alex Gonzales

(Dueño de Geekside E-sport y propietario del Geekside, zona gamer)

¿A qué se dedica?

Soy dueño y cofundador de Geekside eSports, que empezó como una zona para gamers y con el tiempo se convirtió en una marca y empresa que se dedica al mundo competitivo de los videojuegos.

¿Todos los videojuegos son e-Sports?

Para ser considerado un videojuego de e-Sports, debe tener características que permitan a dos o más jugadores competir en igualdad de condiciones, y debe tener ligas

¿A qué se refieres con ligas?

Si te preguntas ah que te refieres con ligas básicamente son competiciones oficiales, reglas, equipos y jugadores registrados como profesionales. Además, el fenómeno de los eSports requiere de un gran número de fans y consumidores para retransmitir las partidas del juego, por lo que la interacción de los medios y la presencia de plataformas que ofrezcan la

opción de publicidad y anuncios son fundamentales para aumentar el alcance de los videojuegos.

¿Cuáles son los videojuegos competitivos más famosos que ofrece en su local?

En cuanto a juegos competitivos se refiere, ofrecemos diferentes juegos para todos los gustos, pero como principales en el entorno competitivo tenemos.

Los juegos competitivos como:

- Valorant
- CSGO
- Warzone
- Fornite

Los de Estrategia como:

- League of Leyends (Lol)
- Team Figh Tactics (TFT)

¿Cuántos torneos organiza al año en su local?

Los torneos varían de acuerdo a la demanda de clientes y del juego que se esté consumiendo más en el local, por lo general se llevan a cabo unos 10 torneos anuales principalmente de Lol y valorant en este último año, ya que valorant es relativamente nuevo y está pegando muy fuerte en el entorno competitivo.

¿Cuál es el perfil de los usuarios de e-Sports que usted busca?

Para la Liga actual en la que nos encontramos, que es la competencia de la Volcano Discover League, buscamos chicos que les guste el entorno competitivo, jueguen al Lol y tengan un rango de Diamante 3 en adelante, que tengan disposición de tiempo, una buena actitud y espíritu de equipo.

¿Quiénes organizan los torneos de E-sports?

Los torneos son organizados por la Liga de videojuegos profesionales (LVP), la Liga de Ecuador se llama Volcano Discover League y conocenta a nuestro país con el sistema competitivo de Lol, la Volcano Discover es una competencia de inscripción abierta, de esta manera esta liga suma al Ecuador a las ligas y circuitos nacionales.

¿En cuántas competiciones participa al año su equipo de eSports?

Actualmente a nivel competitivo nos encontramos participando en la Volcano Discover.

¿Qué grado de profesionalización existe en su local referente a los eSports?

El grado de profesionalismo que existe dentro de nuestro club es bastante aceptable a nivel nacional, ya que tratamos de formar jugadores no solo con habilidad si no con valores como el de compañerismo ya que este es muy importante en los eSports.

¿Qué tan elevadas son las audiencias que tiene?

Las audiencias de los eSports son bastante elevadas en nuestro caso, los partidos son transmitidos por Twitch y Facebook gaming ya que, al no estar sujeto a ninguna televisora ni cadena televisiva, cualquiera persona la puede ver sin ningún costo desde su hogar, así como en cualquier dispositivo que se encuentre conectado a una red de internet.

¿Cuántas personas al día frecuentan Geekside?

Varía según el día de lunes a viernes aproximadamente de 60 a 80 personas por día y los fines de semana la afluencia de clientes aumenta, son unas 150 personas por día incluyendo días feriados.

¿Cuál es el horario que más afluencia de clientes hay?

De lunes a viernes el horario con más concurrencias es de 12am a 2pm de la tarde y de 3pm a 9pm y los fines de semana de 8 am a 8 pm.

¿En qué rango de edad se encuentra su clientela más frecuente?

Por lo general vienen personas de todas las edades hacer diferentes actividades en los ordenadores, pero las personas que más frecuentan el local son adolescentes entre 14 a 20 años, son la clientela habitual de Geekside.

¿Por qué grandes empresas han apostado por los eSports?

Las grandes empresas han apostado por los eSports, debido a la demandan y audiencia que están teniendo en los últimos años ya que apostar por algún equipo o patrocinar una liga competitivas les resulta más rentable por la visualización y alcance que tiene este mundo en desarrollo así de esta forma puede llegar a un público más joven que se interesa en el mundo competitivo, algunos de los auspiciantes más reconocidos de equipos de eSports, son Red Bull, SAMSUNG, Monsters, Asus entre otros.

¿Cuáles son los eventos de e-Sports más importantes de 2022?

Los eventos más importantes de este año son los Worlds de la empresa de Riot Games, la cual es dueña de 2 de los videojuegos competitivos más fuertes en la actualidad, que son el Lol y Valorant, los cuales se disputara los respectivos mundiales de cada uno, más conocidos como los Words, los mismos que serán transmitidos por la LVP en YouTube y Twitch.

Estimación de la oferta

En la ciudad de Loja existe un solo local con instalaciones que ofrecen los juegos más populares de los E-sport, misma que se encuentra ubicada en:

Parroquia El Sagrario

Calles Quito y Sucre

Referencia a lado de Paco

En este lugar existen 40 pc, por tanto, la oferta en número de personas jugando, considerando las horas hábiles del día, 8 horas se tiene:

Con ello sería:

320 horas x 365 días = 116800 partidas.

Se considera como el único competidor, ya que proporciona los implementos necesarios y la infraestructura, naturalmente a un precio establecido.

Para realizar el balance de la oferta y demanda hay que considerar que la competencia o la oferta actual podrían incrementar su capacidad productiva recurriendo a colocar nuevos pc, con ello, y por cuestiones de horarios permitidos podrían incrementar 4 partidas diarias.

Con ello la oferta sería:

320 horas x 365 días = 116800 partidas.

160 horas x 365 días = 58400 partidas

Total..... = 175200 partidas anuales

Sobre esta cantidad se incrementará con una tasa del 2,1%, siendo esta, la tasa de crecimiento de la población en la ciudad de Loja, en el supuesto caso que existan jugadores que cuenten con el equipo completo y jueguen en sus casas.

Por tanto, la oferta total a considerar es:

$$157200 + 1.022 (2,1\% \text{ de } 157200) = 160490$$

Tabla 32. Balance Oferta y Demanda

Años	Año	Demanda efectiva	Oferta. Partidas	Demanda Insatisfecha
0	2022	1.899.254	157.200	1.742.054
1	2023	1.933.547	160.490	1.773.057
2	2024	1.967.841	163.780	1.804.061
3	2025	2.002.134	167.070	1.835.064
4	2026	2.036.427	170.360	1.866.067
5	2027	2.070.720	173.650	1.897.070

Demanda Insatisfecha

Se está estableció la Demanda Insatisfecha de la empresa de eSports en la ciudad de Loja, gracias a los análisis a realizados a la población meta del proyecto y dueño de Geekside, los cuales fueron sometidos a encuestas y entrevistas que nos permitieron realizar la presente investigación, dándonos como resultado que la demanda insatisfecha del año base de nuestro proyecto de factibilidad. Para el cálculo de la demanda insatisfecha, se realizó el análisis:

$$\mathbf{DI= Demanda Efectiva - Oferta total}$$

$$\mathbf{D. E= \# pc \times consumo promedio de horas}$$

$$\mathbf{DI= \# Partidas por hora - Oferta Total}$$

$$\mathbf{DI= 1.742.054 - 157.200}$$

$$\mathbf{DI= 1.543.000}$$

Estrategias de comercialización

El marketing es el proceso de permitir que un producto o servicio llegue a los consumidores o usuarios, el cual se basa en las 4P del mercado (**producto, precio, plaza y promoción**), cuyo propósito es introducir el producto al mercado y satisfacer demanda del consumidor.

Producto

El servicio que ofrece la empresa dedicada al mundo competitivo y entretenimiento que nos ofrecen los videojuegos, en específico los denominados eSports.

Los eSports aunque ya han existido desde hace algún tiempo son relativamente nuevos a nivel de conocimiento de las personas que lo practican o lo consumen a través de plataformas de streaming o YouTube, básicamente el servicio que ofrece la empresa, es un centro de entretenimiento adaptado a los videojuegos más populares actuales, ofreciendo los mejores ordenadores y periféricos para una mejor experiencia a la hora de jugar, otro de los principales servicios que se ofrecerá, será una academia de eSports con la posibilidad de formar parte de un equipo competitivo a nivel profesional, además se realizara torneos continuos dando la experiencia completa de estar en un torneo oficial de eSports.

Precio

Para determinar el precio del centro de entretenimiento de la empresa de eSports, fue necesario basarse, en una investigación que como herramientas se utilizaron las encuestas y entrevista, gracias a esto podemos determinar un precio adecuado de \$1 por 1h de juego, en el caso de los torneos un promedio de \$43,50 por inscripción de los equipos, con lo cual se puede

cubrir los todos los gastos de mantenimiento, servicios básicos, internet entre otros y de esta manera obtener una utilidad que sea beneficiosa para la empresa.

Plaza

La empresa utilizara un canal de distribución mixto, es decir se realizará mediante el uso de redes sociales, páginas web y anuncios o directamente bajo un servicio directo hacia el consumidor. La empresa utilizará el canal propio o directo; que se basa en primera instancia que el servicio será de manera directa es decir la misma empresa se encargará de proporcionar los ordenadores equipados para el uso del cliente, mediante un local físico. Este tipo de canal es el más favorable para que nuestro cliente sienta confianza a la hora de adquirir nuestro servicio.

Promoción

Se realizará promociones de inauguración de la empresa como:

- Como promoción de inauguración el precio por hora de alquiler de los ordenadores será la mitad solo la en la primera semana de apertura.
- Ofrecer sorteos de recargas por \$5 o \$10 dólares a la cuenta del cliente
- Sorteos de Skins de los diferentes juegos, riot points, valorant points, etc.
- Ofrecer snacks de bienvenida.

Publicidad

Para la publicidad de la empresa, se utilizará medios digitales, en gran parte para la difusión de la empresa, para que de esta manera las personas tengan conocimiento de nuestro centro de entretenimiento exclusivo para satisfacer a cada gamer que quiera un lugar donde jugar. Dentro de las redes sociales se encontrarán con post, donde se subirá información de promociones, eventos, torneos etc.

También se ofrecerá una web donde pondrán encontrar todo tipo de componentes para sus ordenadores, así como periféricos entre otros productos. La web como las redes sociales, estarán preparadas con una paleta de colores llamativa que va en relación con un futuro equipo de eSports, logo eh imagen de la empresa, todo esto con el objetivo de brindar una mayor gestión y entendimiento de nuestra empresa.

Estudio Técnico

Tamaño y localización

Tamaño y Capacidad de producción

Capacidad Instalada. Empresa de E-sports

- 90x40m (Área del Local)
- 24 horas/día
- 365 días/año
- Alquiler por horas
- 40 pc disponibles
- Al año se obtiene un total 14600
- 1 ordenador por persona
- 40 pc disponibles
- 14600 personas al año

El centro competitivo de E-sports contara con un establecimiento de 90x40, con las medidas de seguridad necesarias para la práctica. En estas condiciones y aprovechando la luz solar, se puede jugar 4472 partidas en los diferentes juegos competitivos, con lo cual se atenderá la demanda de 14600 personas al año.

Capacidad Utilizada. Para mantener la atención la Ciudad de Loja, se ha considerado que las actividades realizadas atender a los clientes se realizarán de lunes a domingo, por lo que se proyecta la demanda de la siguiente forma:

Se trabajará 8 h durante 7 días = 56 h a la semana

56 x 52 semanas= 2912 h

40pc x h = 40 pc en uso por hora

40 x 2912h = 116480h de uso.

Con esto se tendrá una capacidad utilizada de 145600h horas de uso en los 40 ordenadores que se ofrece al año, listas para su uso.

Localización

Macro localización.

- País: Ecuador
- Región: 7
- Provincia: Loja
- Cantón: Loja

El proyecto se ubicará en la Provincia de Loja, Cantón Loja, que corresponde a la zona 7 del Ecuador.

Ubicación del Centro de E-Sports.

Figura 33

Ubicación del Centro de E-sports.



Nota:

Micro localización.

- Cantón: Loja
- Parroquia: Loja, Parroquia Valle
- Barrio: Pitas

Figura 34

Micro localización



Nota:

Factores de Localización

Desde un punto de vista general, el proyecto se realiza en la ciudad de Loja con la finalidad de apoyar a el desarrollo económico de la ciudad presentando un nuevo mercado, apalancados por una ubicación estratégica necesaria para el desarrollo de las actividades necesarias para nuestro proyecto, dentro de las cuales se encuentran las siguientes:

- **Servicios básicos:** La ciudad de Loja dispone con todos los servicios básicos necesarios, como: agua potable, luz, internet, señal telefónica y móvil, vías de fácil acceso, servicios profesionales, etc. Lo cual facilita el correcto funcionamiento e implementación de la planta comercializadora de frutas y verduras.
- **Mano de obra:** En la ciudad de Loja, existe la mano de obra necesaria para trabajar dentro de nuestra empresa de eSports, esto acompañado por años de experiencia como productores y el suficiente desarrollo económico como para mantener a flote la empresa la cual con el tiempo aumentara su capacidad de producción y por ende aumentara la mano de obra, la cual es posible obtenerla de la misma ciudad.
- **Materia Prima:** Como materia prima principal de este proyecto contamos con ordenadores gamers con los mejores componentes para un mejor servicio, de esta manera asegurándonos que tengan una mejor experiencia.
- **Transporte:** La adquisición de un vehículo propio, permitirá que la empresa pueda desempeñar funciones diversas desde mensajería hasta entrega de componentes para ordenadores.

Ingeniería del Proyecto

Componente tecnológico

Maquinaria y equipo:

Lo elementos necesarios para la empresa de eSports:

- Ordenador gamer: 50

Figura 35

Ordenador gamer



Nota:

Los ordenadores gamers, serán un equipo clave en la creación de la empresa ya que estos serán los equipos necesarios para realizar las diferentes actividades que se llevarán a cabo, desde los torneos hasta los entrenamientos de un equipo profesional de eSports, al ser unos ordenadores con excelentes especificaciones, necesitara de mantenimiento y soporte técnico.

- Mouse:

Figura 36

Mouse gamer



Nota:

- Teclado:

Figura 37

Teclado gamer



Nota:

- Auriculares

Figura 38

Auriculares gamers



Nota:

Infraestructura física

Área Comercialización:

Local de 90x40 metros.

Área administrativa:

- Baños
- Almacenamiento
- Recepción
- Oficina

En cuanto al requerimiento de la infraestructura, necesitamos un local comercial que pueda servirnos de centro de operaciones, este posee 200 metros cuadrados cerrados para realizar todas las operaciones correspondientes.

Se incluye en la infraestructura, las construcciones de: oficina, bodega, área de servicios básicos, equipos, muebles y enseres. Las oficinas son destinadas para el uso del personal administrativo y ventas. Las bodegas para el almacenamiento de materia prima necesaria y los empleados para la prestación del servicio. El área de servicios comprende los baños para el personal de la empresa.

La empresa contará con un local comercial aportado por uno de los socios de 90x40 m, el cual deberá ser acondicionada para el propósito.

Figura 39

Propuesta del local comercial



Nota: centro de entretenimiento


El local comercial será destinado netamente para el desarrollo del centro de entrenamiento enfocado en los E-sports, en el mismo se preparará el equipo necesario para la comodidad de los clientes.

Descripción de la planta

- **Recepción:** Este espacio será destina para recibir los clientes y de igual manera cobrar los servicios que se ofrecerá, estará adecuado para que las personas se sientan en un espacio confortable en su recibimiento a nuestra empresa.
- **Administrativo:** Este espacio físico se adecuará dentro de los 200m², el cual ocupara la parte lateral del terreno para adecuar la oficina administrativa donde se desarrollarán las actividades y la gestión de los mismos
- **Centro de entretenimiento:** Esta área se adecuará para todos los 50 ordenadores que se va a ofrecer a los clientes, donde se encontraran las mesas sillas, etc. Todo este espacio es diseñado para ofrecer los servicios de nuestra empresa.
- **Snacks:** Esta área está destinada a un espacio donde se podrán adquirir diversos snacks y comida rápida.
- **Área de carga y descarga:** Se ha destinado un espacio físico en el cual los camiones podrán cargar y descargar sin ningún inconveniente, también este espacio brindara la libre circulación del personal y garantizara que los productos y componentes se mantengan en óptimas condiciones.
- **Bodega:** La bodega será un espacio destinado con las condiciones necesarias para almacenar cada producto, de esta manera se evitará el daño, así mismo esto permitirá que agentes externos no dañen los productos.
- **Baños:** Finalmente los baños serán divididos en dos espacios cada uno, con la finalidad de optar con un baño para cada género y así evitar aglomeraciones.

Distribución en planta

Tabla 33.
Distribución de la planta

Recepción	<p>Centro de Entretenimiento</p>  <p><i>Nota:</i></p>
Snacks	
Baños	
Área Administrativa	
Área de Carga	Bodega

Se adecuarán el local de 90x40 metros para el centro de entrenamiento enfocado en los E-Sports, además el espacio será el adecuado para el previo almacenamiento de los productos relacionados con el mismo.

Descripción del servicio

La empresa dispondrá del siguiente servicio a los clientes denominado *Centro de entrenamiento para E-sports*, nuestro local se va a enfocar en ofrecer un servicio y

entrenamiento con respecto a los juegos viéndolos de una manera profesional y también con servicio de streaming, a continuación, algunos recursos claves:

- Patina web
- Uniforme
- Snacks
- Fibra óptica

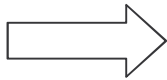
Diagrama de Flujo

Para el presente proyecto se utilizará la simbología internacional aceptada para representar las operaciones efectuadas de acuerdo a la administración por procesos.

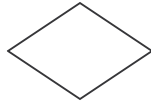
“SIMBOLOS ESTANDAR PARA DIAGRAMAS DE FLUJO”



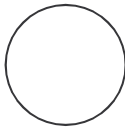
Operación: se utiliza cada vez que ocurra un cambio en un ítem



Movimiento/transporte: se utiliza para indicar movimiento del PROCESO entre locaciones



Punto de Decisión: Indica aquel punto del proceso en el cual se debe tomar una decisión



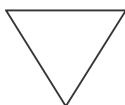
Control: se utiliza para indicar que el flujo del proceso se ha detenido, de manera que pueda evaluarse la cantidad del proceso



Documentación: indica que el proceso de una actividad incluye información registrada en papel



Espera: Se utiliza cuando un ítem o una persona debe esperar



Archivo: Se utiliza cuando existe una condición de almacenamiento controlado y se requiere un orden o una solicitud para que el ítem pase a la siguiente actividad programada



Dirección de Flujo: denota la dirección y el orden que corresponde a los pasos del proceso



Conector: Indica que el proceso de esa parte del diagrama de flujo servirá como la entrada para otro diagrama de flujo.

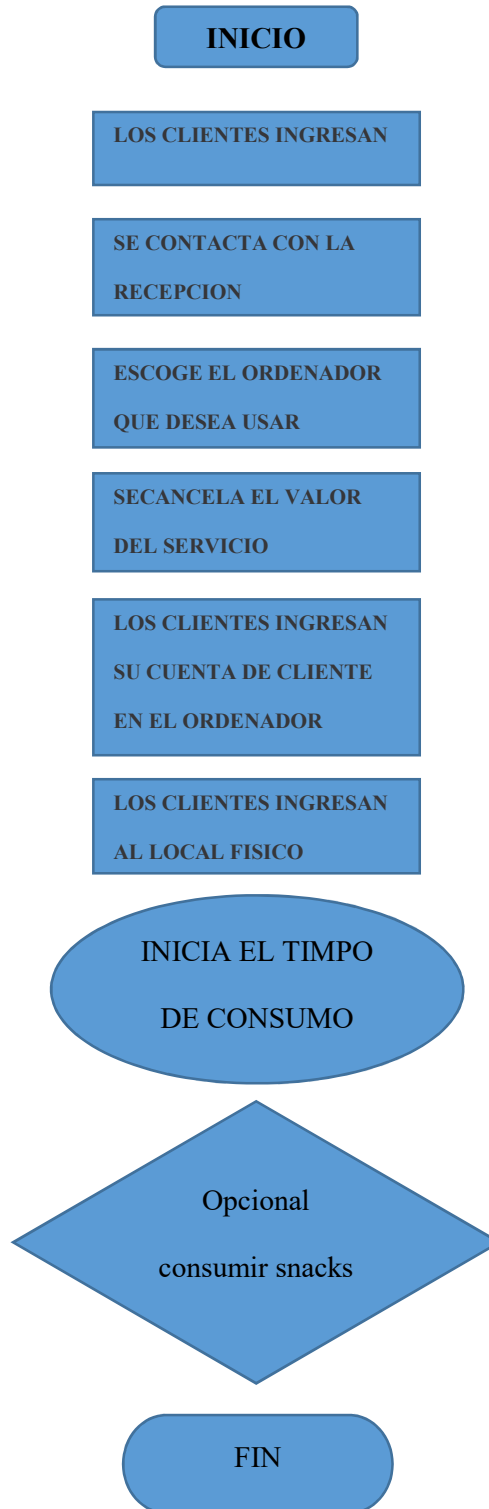


Límite: indica el inicio y el fin del proceso

Diagrama de Flujo de Bloque Gráfico

Figura 40

Diagrama de Flujo de Bloque Gráfico



Diseño organizacional

Organización Jurídica

- **Tipo de Organización**

Empresa de Responsabilidad Limitada.

- **Domicilio.**

Ciudad de Loja.

- **Duración.**

La empresa tendrá una duración de 10 años, a partir de su inscripción en el registro mercantil.

- **Representante Legal.**

El presidente del directorio

- **Capital social**

400 dólares.

Estructura Empresarial

Estructura jerárquica

Es de fundamental importancia realizar el pertinente diseño de la estructura empresarial de la empresa ya que esta permitirá designar las debidas funciones y responsabilidades que deben tener cada uno de los miembros que comprenden la empresa, además de especificar los niveles jerárquicos que constituyen la empresa.

Niveles jerárquicos

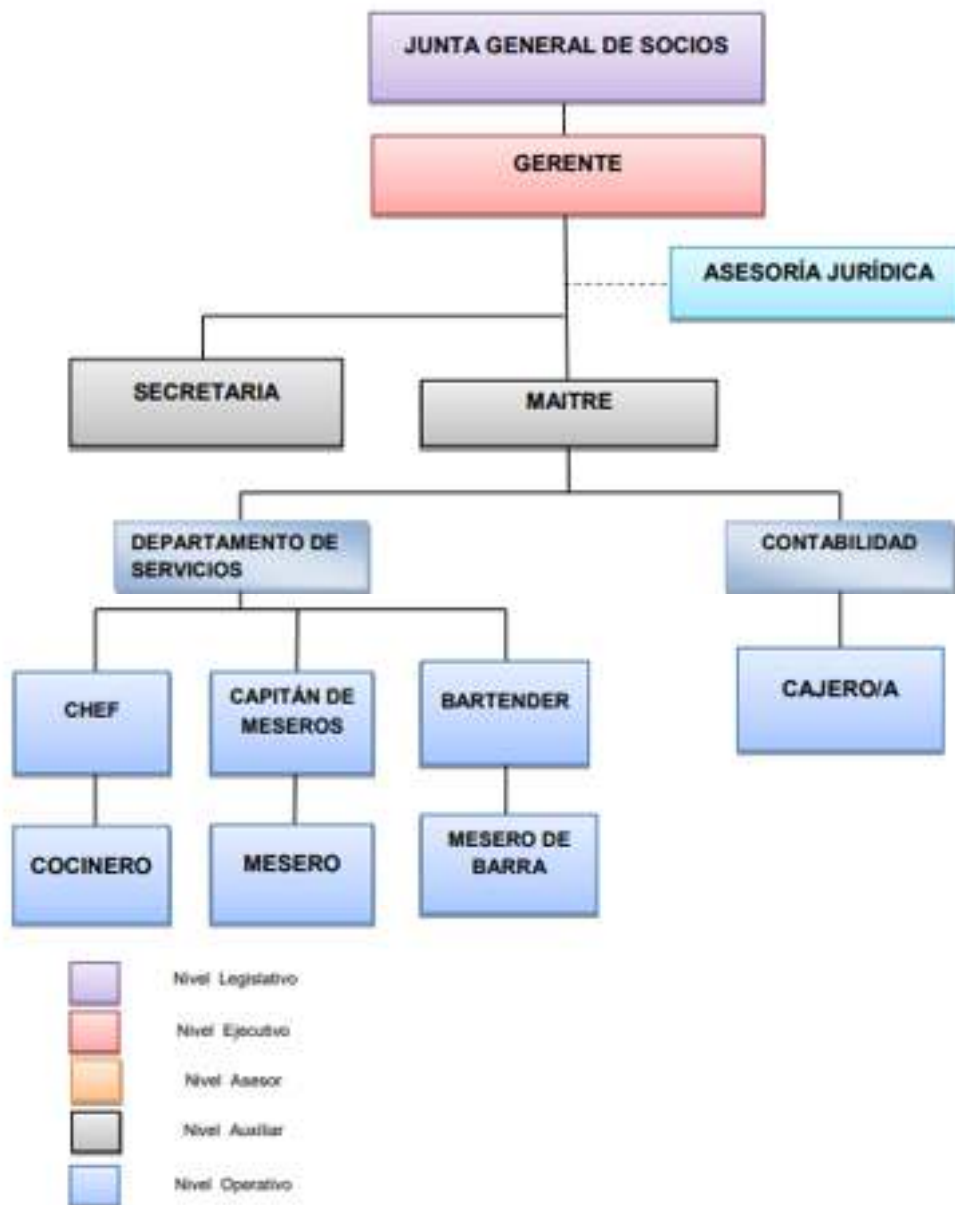
Se define los niveles jerárquicos mediante la organización de la empresa para determinar la parte administrativa, asesor, apoyo y operativo que se encargara de darle el pertinente

funcionamiento y operatividad a la empresa dedicada a los E-sports. La empresa contara con los siguientes niveles jerárquicos para su organización:

- **Nivel Legislativo-Directivo:** Es el órgano máximo dirección de la empresa, está integrada por los socios legalmente constituidos; y para su actuación está representado por el presidente.
- **Nivel Ejecutivo:** Está conformado el gerente él cual será nombrado por el nivel Legislativo–Directivo; y será responsable de la gestión operativa.
- **Nivel Asesor:** Toda empresa cuenta con un asesor jurídico que será requerido solo cuando la empresa lo necesite, es decir ocasional.
- **Nivel Auxiliar:** Su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de niveles ejecutivos. En nuestra empresa este nivel estará conformado por la secretaria contadora.
- **Nivel Operativo:** Este nivel está conformado por todos los puestos del Bar, que está conformado por los departamentos de servicios.

Organigramas

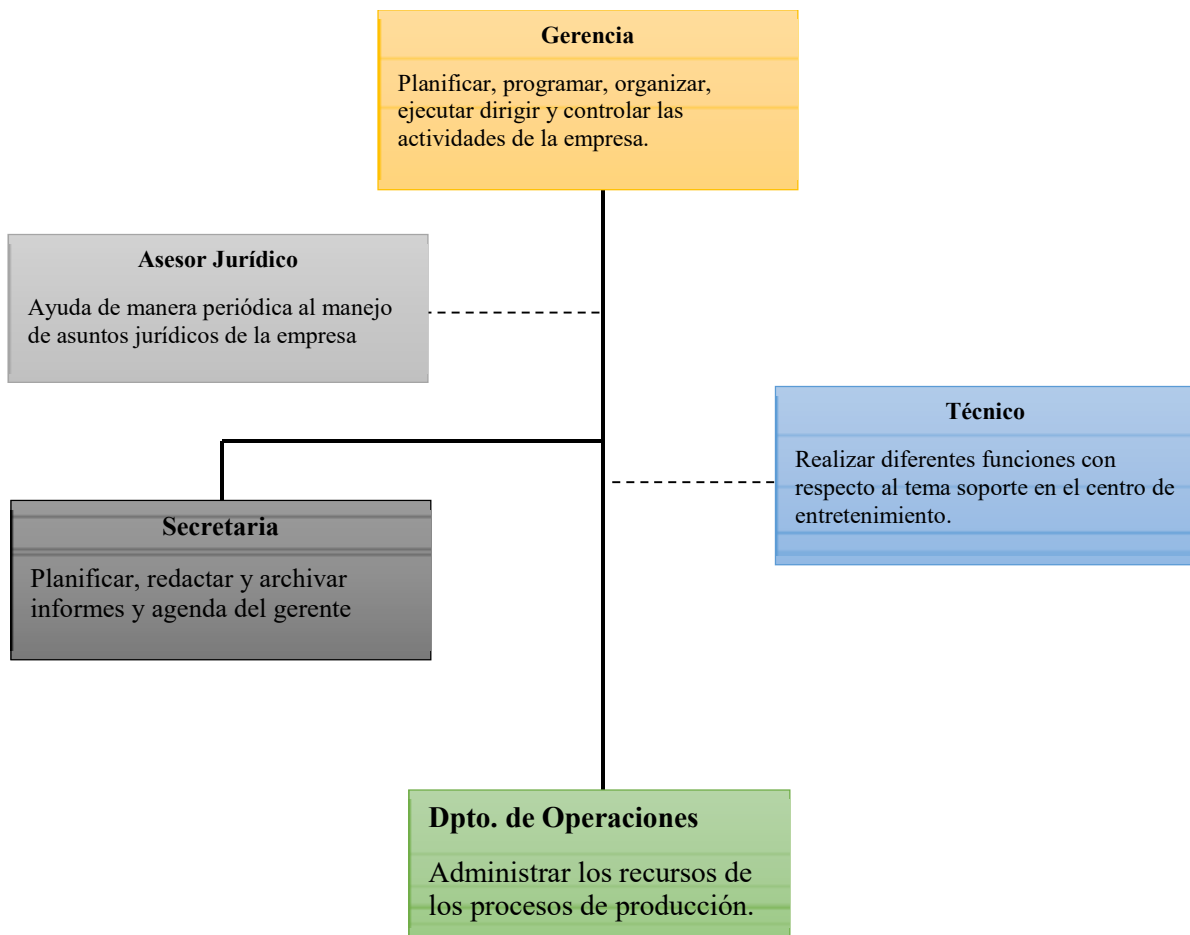
Figura 41
Organigrama estructural de la empresa



Organigrama Funcional

Este organigrama describe las funciones que realizan los distintos niveles jerárquicos en la empresa dedicada a los E-sports, desde el ejecutivo hasta el operativo del cual se detallan cada nivel resaltando las funciones primordiales.

Figura 42
Organigrama Funcional de la empresa dedicada a los E-sports

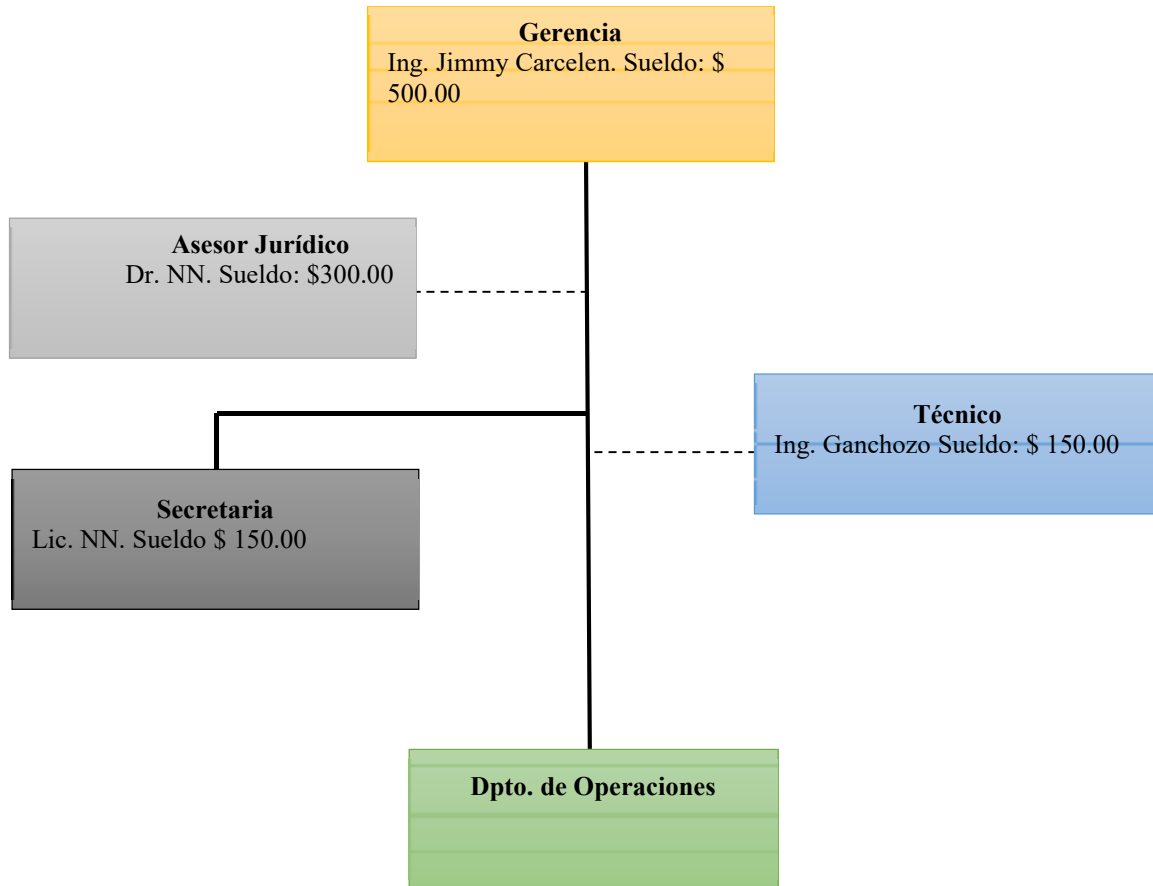


Organigrama Posicional

Muestra los nombres de los trabajadores que laboran en la empresa dedicada a los E-sports, teniendo en cuenta cada uno de los niveles estructurales y funcionales que se han descrito en la empresa.

Figura 43

Organigrama Posicional de la empresa dedicada a los E-sports



Manuales de Funciones

Los manuales de funciones permiten establecer la descripción de cada uno de los puestos, dependencia de cada uno de ellos, así como su perfil, y las características necesarias para ocupar el cargo. Los siguientes manuales se los aplicara en caso de que la empresa se establezca en los próximos años.

Tabla 34.
Manual de Funciones. Gerente General

Descripción del cargo	
Dependencia:	Gerencia
Denominación del Cargo:	Gerente General
Superior Inmediato:	Supervisor General
Subalternos	Todo el personal de la empresa
Número de personas en el cargo:	1
Funciones	
Principales	
<ul style="list-style-type: none">• Dirigir y representar legalmente la empresa.• Planear, organizar, dirigir y controlar los procesos productivos de la empresa.• Ejecutar funciones administrativas y técnicas.• Realizar programas y cumplir las normas de la empresa.• Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse.• Evaluar de manera constante los costos de lo producido y ofertado al medio, apoyándose en análisis y sensibilidad.• Elaborar presupuesto de ventas mensuales.	
Ocasionales	
<ul style="list-style-type: none">• Realizar el cierre de negocios que presenten los vendedores.	

<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal de ventas.
Requisitos: Ser el dueño de la Empresa
Requisitos de Experiencia: Un año de experiencia en cargos administrativos
Otros Requisitos: Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Tabla 35.
Manual de Funciones. Asesor Jurídico

Denominación del Cargo:	Asesor Jurídico
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de personas en el cargo:	No aplica
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Informar al gerente o cualquiera que corresponda de cualquier anomalía que se presente. • Participar en las reuniones del personal, cuando considere necesaria su presencia. • Brindar asesoría jurídica en las diferentes gestiones de la empresa, tanto de carácter laboral como contractual. 	
Requisitos de Educación: Título de Abogado	
Requisitos de Experiencia: Un año de experiencia en cargos similares	
Otros Requisitos: Excelente calidad humana y trato interpersonal.	

Tabla 36.
Manual de Funciones. Secretaria

Descripción del Cargo	
Denominación del Cargo:	Secretaria
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de personas en el cargo:	No Aplica
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Digitar y redactar oficios, memorandos, informes, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el gerente. • Realizar y recibir llamadas telefónicas transmitir los mensajes a las ‘personas correspondientes. • Atender al público para dar información y concretar entrevistas, responder por los documentos a su cargo. • Participar activamente en la organización de eventos. • Recopilar y procesar la información originada en producción para la obtención de los datos estadísticos. • Archivar diariamente la información contable. • Entregar al gerente los cheques que debe firmar, adjuntando comprobantes, facturas y orden de compra correspondiente, previo visto bueno. 	
Requisitos de Educación: Título de secretaria ejecutiva o afines.	
Requisitos de Experiencia: Dos años de experiencia en cargos administrativos.	
Otros Requisitos: Excelente calidad humana y trato interpersonal.	

Tabla 37.
Manual de Funciones. Jefe de Ventas

Descripción del Cargo	
Denominación del Cargo:	Jefe de Operaciones
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de personas en el cargo:	No Aplica
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la contratación y formación del personal de ventas. • Fijar los objetivos de venta de cada uno de los vendedores y del grupo en general. • Realizar la supervisión del trabajo que están llevando a cabo. • Dicha supervisión puede realizarse a través de conversaciones telefónicas, también correos electrónicos y reuniones. • Formar parte de las decisiones de la empresa en lo que respecta a temas relacionados con la comercialización ya sea de productos o también de servicios. • Crear estrategias de ventas y presentar informes de las mismas para que sean analizadas por los directivos de la empresa. • Supervisar al personal del área de ventas al momento de montar stands de la misma en lugares como ferias y exposiciones. • Tramitar pedidos diversos. • Elaborar presupuestos. • Resolver cualquier problema referente a su departamento. • Mantener excelentes relaciones con los clientes. 	
Requisitos de Educación: Título en administración de empresas.	
Requisitos de Experiencia: Dos años de experiencia en cargos similares	
Otros Requisitos: Excelente calidad humana y trato interpersonal.	

Tabla 38.
Manual de Funciones. Jefe del departamento de Producción.

Descripción del Cargo	
Denominación del Cargo:	Técnico
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de personas en el cargo:	Uno
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el cierre de órdenes de producción. • Costear las prendas de muestras físicas. • Entregar reportes de control de calidad. • Entregar reportes del área de sublimado y empaque al Gerente. 	
Requisitos de Educación: Título en Ingeniería en Sistemas	
Requisitos de Experiencia: Dos años de experiencia en cargos similares	
Otros Requisitos: Excelente calidad humana y trato interpersonal.	

Estudio financiero

Inversiones y Financiamiento

Inversiones Activo Fijo

- Maquinaria y equipo

Hace referencia a los elementos que permiten producir el bien o generar el servicio en óptimas condiciones. Su costo es de 202 dólares.

Tabla 39.
Maquinaria y equipo

Presupuesto de Maquina y Equipo			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Generador de energía	1	200	202
Total			202

Nota: Novicompu

- Herramientas

Constituyen los elementos complementarios a la maquinaria y equipo y sirven para que estas tengan un mejor funcionamiento. Su costo es de 225 dólares.

Tabla 40.
Herramientas

Presupuesto de Herramientas			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Kit de reparación	1	125	125
Pulsera antiestática	1	100	100
Total			225

Nota: ITC

- Vehículos

Al tratarse de un centro de entretenimiento dedicado a los eSports, se considera tener una moto ya que es una buena opción para la empresa. Su costo es de 750 dólares.

Tabla 41.
Vehículos

Presupuesto de Vehículo (Moto)			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Vehículo mensajería (moto)	1	750	750
Total			750

Nota: ktm

- Muebles y Enseres de administración y servicio:

Los valores a invertir en los elementos necesarios para la comodidad del personal y de los demandantes en el cumplimiento de sus actividades. Su costo en muebles y enseres de servicio es de 2225 dólares.

Tabla 42.
Muebles y Enseres

Presupuesto de Muebles y Enseres para servicio			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Mesa de Trabajo	10	50	500
Sillas (plásticas)	40	25	1000
Perchas	4	40	160
Mostradores	2	50	100
Total			1760

Presupuesto de Muebles y Enseres de Adm.			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorios	2	50	100
Sillas (gamers)	4	60	240
Sillas (recepción)	5	25	125
Total			465

Nota: ITC, Pika, Kiwi

- Equipo de Oficina

Los equipos de oficina nos sirven para las actividades administrativas se cumplan sin contratiempos. Su costo asciende a 300 dólares.

Tabla 43.

Equipo de Oficina

Presupuesto de Equipo de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Teléfono celular	1	150	150
Copiadora/Impresora	1	150	150
Total			300

Nota: ITC

- Equipo de Seguridad

Los equipos de seguridad nos ayudaran para mantener la seguridad eh integridad del local comercial, de los clientes y del personal. Su costo es de 100 dólares.

Tabla 44.

Equipo de Seguridad

Presupuesto de Equipo de Seguridad

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Extintor	1	100	100
Total			100

Nota:

- Equipo de cómputo Administrativo

Constituye la herramienta necesaria para que el personal de apoyo administrativo cumpla eficientemente con sus actividades. Su costo asciende a 1350 dólares.

Tabla 45.

Equipo de cómputo Administrativo

Presupuesto de Equipo de Computo Adm.

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Ordenadores (Oficina)	3	400	1200
Regulador de V.	10	15	150
Total			1350

Nota: ITC

- Equipo de cómputo para el servicio

Constituye las herramientas necesarias para el funcionamiento correcto del centro de entretenimiento de e-Sports y de esta manera cumpla eficientemente con sus actividades. Su costo es de 28000 dólares.

Tabla 46.
Equipo de cómputo para el servicio

Presupuesto de Equipo de Computo Serv.			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Ordenadores (Gamers)	40	700	28000
Total			28000

Nota: ITC

Resumen Activos Fijos

Tabla 47.
Resumen Activos Fijos

Activo Fijo

Detalle	Valor
Maqui. Y Equip.	202
Herramientas	225
Vehículo (Moto)	750
Muebl./Ens. Para serv.	1760
Muebl./Ens. Adm.	465
Equipo Oficina	300
Equipo de Seguridad	100
Equipo Computo Adm	1350
Equipo Computo Serv.	28000
Total	33152

Inversiones de Activos Circulantes

Se establece tener un capital de trabajo para 1 mes, considerando que los ingresos por ventas, se generan inmediatamente la venta del servicio.

- Materiales Indirectos

Tabla 48.
Materiales Indirectos

Presupuesto de Materiales Indirectos			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Pasta T.	95	0,75	71
Liquido	50	1	38
Total			109

Nota: ITC

- Mano de Obra Directa

Constituyen el pago al personal que trabaja en las labores propias de prestación del servicio. Su valor es de 960,72 dólares al mes. 11528,72 dólares al año.

Tabla 49.
Mano de Obra Directa

Presupuesto Mano de Obra Directa	
Detalle	Obreros
Sueldo B.U	700
13	58,33
14	33,33
Aporte al IESS (11,5%)	78,05
Aporte al IECE (0,5%)	3,5
Fondos de reserva	58,33
Total	960,72
Total Año	11178,60

Nota: Ministerio de Trabajo

- Personal Administrativo

Constituyen el pago al personal que trabaja en las labores administrativas. Su valor es de 2954,80 dólares al mes 34367,64 dólares al año.

Tabla 50.
Personal Administrativo

Presupuesto Mano de Obra Directa

Detalle	Gerente	Técnico
Sueldo B.U	1300	880
13	108,33	73,33
14	33,33	33,33
Aporte al IESS (11,5%)	144,95	98,12
Aporte al IECE (0,5%)	6,5	4,4
Fondos de reserva	108,33	73,33
Total	1701,45	1162,52
Total Año	20417,40	13950,24
Total Nomina	34367,64	

Nota: Ministerio de Trabajo

- Servicios Básicos

Constituyen el pago de servicios básicos para el correcto funcionamiento de la empresa.

Su valor es de 261,50 dólares al mes y 3138 dólares al año.

Tabla 51.
Servicios Básicos

Presupuesto de Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Agua	100	0,35	35
Energía E.	510	0,15	76,5
Internet Corp.	1	150	150
Total			261,5
			3138

Nota: ERRSA, Municipio de Loja (UMAPAL), Celerity.

- Combustible

Constituyen el pago de servicios básicos para el correcto funcionamiento de la empresa.

Su valor es 49 dólares al mes y un total de 588 al año.

Tabla 52. Combustible

Presupuesto de Combustible			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Gasolina	10	2,4	24
Cambio de A.	1	25	25
Total			49
			588

Nota: SRI

- Suministros de Oficina

Constituyen el pago de servicios necesarios que la empresa presenta a sus clientes y generan veracidad en la transacción de cada negocio. Su valor es de 527 dólares al año.

Tabla 53. Suministros de Oficina

Presupuesto de Suministros de Oficina			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Facturas Electrónica	1	500	500
Esferos	8	0,25	2
Folders	10	2,5	25
Total			527

Nota: Reforma

- Útiles de Aseo

Constituyen en adquirir los implementos necesarios mantener los registros sanitarios en orden y trabajar de la forma más correcta. Su valor es de 150 dólares al año.

Tabla 54. Útiles de Aseo

Presupuesto de Útiles de Aseo			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escobas	5	2	10
Trapeadores	4	2,5	10
Franelas	20	1	20
Tacho de Basura	4	2,5	10
Desinfectantes	20	5	100
Total			150

Nota: Kiwi

- Utensilios de Aseo Equipos

Al igual que útiles de aseo, sirve que para que las actividades eh imagen del centro de entretenimiento se cumplan sin contratiempos y sin problemas. Su costo es de 230 dólares al año.

Tabla 55. Utensilios de aseo equipos

Presupuesto de Utensilios de Aseo Equipos			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Aire comprimido	25	5	125
Limpiador de pantalla	25	4	100
Brocha	2	2,5	5
Total			230

Nota: ITC

- Útiles de Oficina

Constituyen la adquisición de útiles necesarios para que la empresa cuente con todos los recursos necesarios para su funcionamiento. Su valor es de 18 dólares al año.

Tabla 56. Útiles de Oficina

Presupuesto de Útiles de Oficina			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Perforadoras	2	3,5	7
Engrapadoras	2	3,25	6,5
Saca Grapas	3	1,5	4,5
Total			18

Nota: Reforma

- **Publicidad**

Constituyen el pago de servicios necesarios para publicitar y hacer conocer la empresa a sus clientes potenciales. Su valor es de 180 dólares al año, equivalente a un pago de 40 dólares mensuales.

Tabla 57. Publicidad

Presupuesto de Publicidad			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Redes Sociales	1	40	40
Total			40

Nota: Redes Sociales

- **Arriendo**

Constituye el pago por el alquiler del local donde se establecerá el centro de operaciones del centro de entretenimiento. Su valor es de 500 dólares al mes y equivale un total de 6000 anuales.

Tabla 58.
Arriendo

Presupuesto de Arriendo			
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Local	1	500	500
Total			500
			6000

Nota: Dueño del local comercial.

Resumen Activos Circulantes

Tabla 59.
Activos Circulantes

Activo Circulante	
Detalle	Valor
M.P.D	0
M.I	109
M.O.D	11528,60
S. Adm	35457,64
Serv. Básicos	3138
Combustible	588
Sum. Oficina	527
Utensilios Aseo	150
Publicidad	480
Útiles de Oficina	18
Arriendo	500
Útiles de Oficina	230
Total	51286
Total al Mes	4273,83

El total de presupuesto asciende a un total de 4393,83 dólares mensuales y un total de 52726 dólares anuales para el correcto desarrollo del presente proyecto de factibilidad.

Inversión Activos Diferidos

- Gastos

Constituye las actividades propias para que la empresa entre en su etapa de operación. Su costo asciende a 1380 dólares.

En esta etapa se incluyen el registro de marca, patente, organización, abogado y el estudio de mercado, los cuales son necesarias para que la empresa empiece a operar dentro del mercado.

Tabla 60.
Gastos

Activo Diferido

Detalle	Valor
Estudio de Mercado	300
Patente	300
Organización	200
Abogado	500
Instalación Internet	80
Total	1380

Inversión en Capital de trabajo

Tabla 61.
Inversión

Inversión Total

Detalle	Valor
Activo Fijo	33152
Activo Circulante	4394
Activo Diferido	1380
Total	38926

- Financiamiento

Tabla 62.
Financiamiento

Financiación		
Detalle	Valor	Porcentaje
Capital Interno	28806	74,23%
Capital Externo	10000	25,77%
Total	38806	100%

- Amortización del Préstamo

Tabla 63.
Amortización del Préstamo

Trimestre	Cap. Am	Interés	Dividendo	Saldo	Amortización Del Préstamo	
0				10000	Capital	10000
1	500	250	250	9500	Tasa	10%
2	500	237,5	262,5	9000	Plazo	5
3	500	225	275	8500	Cuotas	4
4	500	212,5	287,5	8000		
5	500	200	300	7500		
6	500	187,5	312,5	7000		
7	500	175	325	6500		
8	500	162,5	337,5	6000		
9	500	150	350	5500		
10	500	137,5	362,5	5000	Cuotas	20
11	500	125	375	4500	Pago	500
12	500	112,5	387,5	4000	Taza	0,025
13	500	100	400	3500		
14	500	87,5	412,5	3000		
15	500	75	425	2500		
16	500	62,5	437,5	2000		
17	500	50	450	1500		
18	500	37,5	462,5	1000		
19	500	25	475	500		
20	500	12,5	487,5	0		

Análisis de Costos

Costo de Operaciones.

El costo de producción equivale a:

Costo de producción = Total del costo primo + Total gastos indirectos de fabricación

$$C.P = 11178,60 + 6536,18$$

$$C.P = 17714,78$$

Costos de operación

El costo de operación equivale a:

Costo de operación = Gastos administrativos + Gasto de ventas + Gasto financiero

$$C.P = 40000,96 + 480 + 925$$

$$C.P = 41405,96$$

Costos Total de Operaciones

El costo total de operación equivale a:

C.T.O = Costo de producción + Costo de operación

$$C.T.O = 17714,78 + 41405,96$$

$$C.T.O = 59120,74$$

Costo de Operaciones. El costo de producción equivale a:

$$\text{Costo de producción} = \text{Total del costo primo} + \text{Total gastos indirectos de fabricación}$$

Mediante los costos de producción podemos analizar los cuellos de botella presentes en nuestro proyecto, y podremos mejorar y gestionar nuestros gastos para mejorar la cantidad de producción y la utilidad líquida que tendremos de nuestro proyecto.

Tabla 64.
Costo de Operaciones

Presupuesto Costo Total Operaciones

Detalle	Año 1
Costo de Prod.	
Costo Primo	
M.P.D	0
M.O.D	11528,60
Total Costo de Prod.	11528,60
Gastos Ind. Fab.	
Materiales Ind.	109
Depr. Maq/Equ.	18
Depr. Herramientas	20,25
Depr. Muebl/Pl	158,40
Depr. Utencilios	9,00
Depr. Equ/Comp. Serv.	6222
Total, Gastos Ind. Fab.	6536,18

Costos de operación

El costo de operación equivale a:

$$\text{Costo de operación} = \text{Gastos administrativos} + \text{Gasto de ventas} + \text{Gasto financiero}$$

Mediante los costos de operación podemos analizar aquellos gastos que están generando pérdida de utilidad dentro de la empresa y mejorar cada aspecto en lo mayormente posible.

Tabla 65.
Costos de operación

Gastos Administrativos	
S.Adm	34367,64
Serv. Básicos	3138,00
Combustible	588,00
Sum. De Oficina	527,00
Útiles de Aseo	150
Útiles de Oficina	18
Arriendo	500
Depr. Mubl/Adm.	41,85
Depr. Equ/Comp.	299,97
Depr. Vehículo	68
Depr. Equi. Oficina	27,00
Amortización A.D	276
Total Gastos Adm.	40000,96
Gastos de Ventas	
Publicidad	480
Total Gasto de Ventas	480
Gasto Financiero	
Interés	925
Total Gasto Financiero	925
C.T.O	59120,74

Costo de producción. El resumen del cuadro de costo total de producción nos muestra los costos fijos y variables necesarios para que la empresa pueda funcionar correctamente. Sin embargo, es necesario tener en cuenta el presupuesto que se va a proyectar y cuánto será necesario de capital interno y externo para poder realizar los cálculos de interés correctos.

Costo Total de Producción

Tabla 66.
Costo Total de Operaciones

Costo Total de Operaciones	
Año	C.T.O
1	59120,74
2	60911,92
3	62780,76
4	64730,29
5	66763,64

Análisis de costos

Costo Unitario de Producción

El costo unitario de producción representa el valor monetario que costara el alquiler del servicio del centro de entretenimiento dedicado a los eSports, este será necesario para determinar el PVP que se maneja en el mercado.

Tabla 67.
Costo Unitario de Producción

Costo Unitario de Producción			
Años	Costo Total	Unidades Producción	C.U.P
1	59120,74	199680	0,30
2	60911,92	212160	0,29
3	62780,76	224640	0,28
4	64730,29	237120	0,27
5	66763,64	249600	0,27

Determinación de ingresos

- Precio de venta

El precio de venta al público marca el valor monetario al cual se ofrecerá el servicio y por ende también constara la ganancia que tendrán los con el servicio que se ofrece. Este valor es necesario para saber el porcentaje de utilidad que obtendremos por nuestros productos.

Tabla 68.
Precio de Venta

Precio de Venta				
Años	C.U.P	%	Utilidades	Precio Venta
1	0,30		30%	0,38
2	0,29		35%	0,39
3	0,28		40%	0,39
4	0,27		45%	0,40
5	0,27		50%	0,40

- Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos nos muestra el valor total en ventas que tendremos al finalizar cada año, este valor representa la cantidad de ventas mínimas que la empresa tiene que brindarnos en proyección de ingresos, así mismo este valor es necesario para proyectar el estado de pérdidas y ganancias y sacar nuestra utilidad neta.

Tabla 69.
Presupuesto de Ingresos

Total de Ingresos				
Años	Precio Venta	Unidades Producción	Total	Ingresos
1	0,38	199680		76856,96
2	0,39	212160		82231,10
3	0,39	224640		87893,07
4	0,40	237120		93858,92
5	0,40	249600		100145,47

Fuentes de financiamiento

- Presupuesto Proyectado

Tabla 70.
Presupuesto Proyectado

Financiación

Detalle	Valor	Porcentaje
Capital Interno	28806	74,23%
Capital Externo	10000	25,77%
Total	38806	100%

Estado de Perdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias mide la actividad en temas monetarios, mediante este se representa si la empresa se encuentra con pérdidas o ganancias al final de un mes, trimestre o año.

Tabla 71.
Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso	76856,96	82231,10	87893,07	93858,92	100145,47
Costo total operación	59120,74	60911,92	62780,76	64730,29	66763,64
Utilidad Bruta	17736,22	21319,17	25112,31	29128,63	33381,82
(-) 15% Utl. Trabajadores	2660,43	3197,88	3766,85	4369,29	5007,27
Utilidad Ant. Imp.	15075,79	18121,30	21345,46	24759,34	28374,55
(-) 22% Impuesto Rent.	3316,67	3986,69	4696,00	5447,05	6242,40
Utilidad Liquida	11759,12	14134,61	16649,46	19312,28	22132,15

- **Clasificación de Costos**

Los costos nos brindan información sobre el pago de costos fijos, que son obligatorios para que la empresa funcione y también costos variables, los cuales aumentan o disminuyen conforme aumenta o disminuye la producción.

Tabla 72.
Clasificación de Costos

Detalle	Costos Fijos y Variables			
	Año 1		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
Costo de Prod.				
Costo Primo				
M.P.D		0		0,00
M.O.D		11178,60		13027,16
Total Costo de Prod.		11178,60		13027,16
Gastos Ind. Fab.				
Materiales Ind.		109		126,73
Depr. Maq/Equ.	18		18	
Depr. Herramientas	20,25		20,25	
Depr. Muebl/Pl	158,40		158,40	
Depr. Utensilios	9,00		9,00	
Total Gastos Ind. Fab.	205,83	109	205,83	126,73
Gastos Administrativos				
S.Adm	34367,64		40050,87	
Serv. Básicos	3138,00		3656,92	
Combustible		588,00		685,23
Sum. De Oficina	527,00		614,15	
Útiles de Aseo	150,00		174,80	
Útiles de Oficina	18,00		20,98	
Arriendo	500,00		582,68	
Depre. Mubl/Adm.	41,85		41,85	
Depre. Equ/Comp.	299,97		299,97	
Depre. Vehículo	67,50		67,50	
Depre. Equi. Oficna	27,00		27,00	
Amortización A.D	276,00		276,00	
Total Gastos Adm.	39412,96	588,00	45812,71	685,23
Gastos de Ventas				
Publicidad	480		559,38	
Total Gasto de Ventas	480		559,38	
Gasto Financiero				
Interés		925		125
Total Gasto Financiero		925		125
C.T.O	40098,79	12800,35	46577,92	13964,12

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio nos muestra cuantos productos debemos vender en un año para evitar pérdidas y cual será nuestro progreso en ingresos una vez pasado este punto.

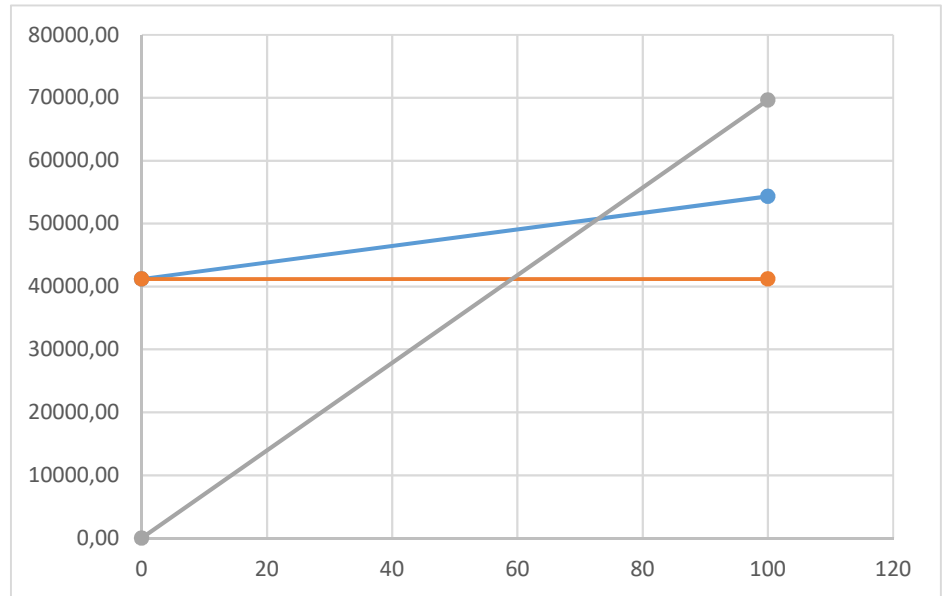
Punto de Equilibrio

Capacidad año 1

Costo Fijo	40098,79
Ventas	76856,96
Costo V.	12800,35

Punto E.	63%
Ingresos	40098,62

0	100
40098,62	52899,14
40098,62	40098,62
0	76856,96

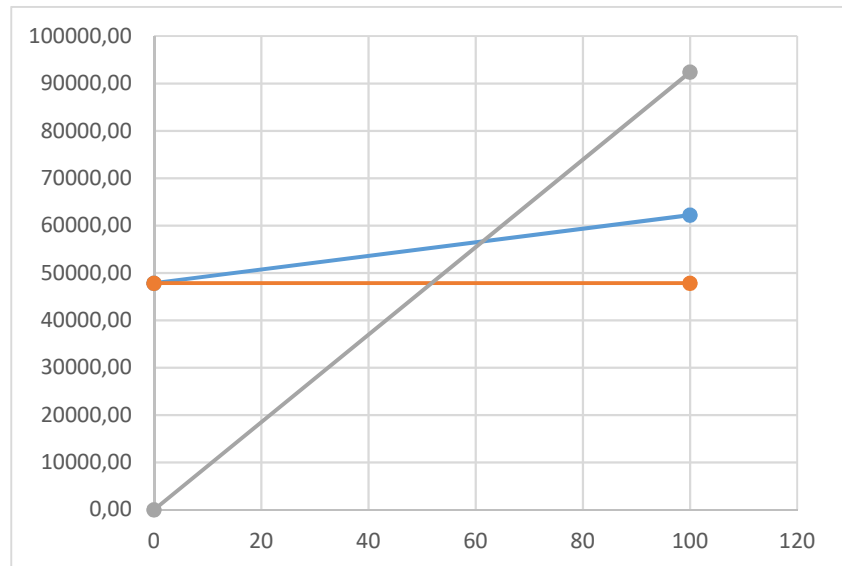


Capacidad año 5

Costo Fijo	46577,92
Ventas	100145,47
Costo V.	13964,12

Punto E.	54%
Ingresos	46577,78

0	100
46577,78	60542,04
46577,78	46577,78
0	100145,47



Evaluación financiera

Flujo de Caja

El flujo de caja ayuda a determinar la diferencia entre lo que son: ingresos y egresos. La diferencia entre estas dos muestras si la empresa tiene rentabilidad y puede llegar a ser factible.

El flujo de caja también ayuda a atraer nuevos inversionistas o mejorar la liquidez de la empresa.

Resumen de Flujo de Caja

Tabla 73.
Flujo de Caja

Flujo de Caja Con Financiamiento

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos (ventas)		76856,96	82231,10	87893,07	93858,92	100145,47
Capital Propio	28806					
Capital Externo	10000					
Valor Residual/Rescate				450,00		10163,53
Total Ingresos	38806	76856,96	82231,10	88343,07	93858,92	110309,00
Egresos						
A. Fijo	33152					
A. Circulante	4273,83					
A. Diferido	1380					
Costo de Operaciones		59120,74	60911,92	62780,76	64730,29	66763,64
(+) 15% Útil. Trab.		2660,43	3197,88	3766,85	4369,29	5007,27
(+) 22% Imp. Ren.		3316,67	3986,69	4696,00	5447,05	6242,40
(-) Depreciaciones		-6863,75	-6863,75	-6863,75	-6863,75	-6863,75
(-) Amort. A.D		-276	-276	-276	-276	-276
(+) Amort. Capital		2000	2000	2000	2000	2000
Total de Egresos	38806	59958,10	62956,73	66103,86	69406,89	72873,57
Flujo de Caja	0,17	16898,87	19274,36	22239,21	24452,03	37435,43

Valor Actual Neto

El valor actual neto, muestra las ganancias que obtendremos una vez recuperada nuestra inversión, es por eso que esto nos brindara la posibilidad de saber cuánto ha generado en total la empresa ya libre de gastos y de inversiones.

Cuadro del V.A.N.

Tabla 74. Valor Actual Neto

Valor Actual Neto			
Años	Flujo de Caja	Factor Actualización	Valor Actualizado
0		10%	
1	11759,12	0,90909	10690,10
2	14134,61	0,82645	11681,50
3	16649,46	0,75131	12508,98
4	19312,28	0,68301	13190,55
5	22132,15	0,62092	13742,32
Total			61813
(-) Inversión			38806
Valor Actual Neto			23007,62
Van= suma valor actualizado - inversión			
Van=	61813,46	38805,83	
Van=	23007,62		

VAN= Sumatoria de los flujos de caja actualizados - Inversión del Proyecto

VAN= 61813,46 – 38805,83

VAN= 23007,62

Análisis: Se puede concluir que el VAN del proyecto en estudio es de \$23.007,62 dólares, siendo este un valor positivo o mayor a cero, lo que significa que el proyecto es aceptable.

Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno, nos muestra cuanto es factible invertir nuestro dinero en el proyecto y si este está generando una buena rentabilidad o es mejor invertir en una entidad financiera.

Cuadro de la T.I.R

Tabla 75.
Tasa Interna de Retorno

Tasa interna de retorno

Año	Flujo de Caja	Factor Actualización Tasa Menor	Valor Actualizado	Factor Actualización Tasa Mayor	Valor Actualizado
0		28%	-38805,83	29%	-38805,83
1	11759,12	0,78125	9186,81	0,77519	9115,59
2	14134,61	0,61035	8627,08	0,60093	8493,85
3	16649,46	0,47684	7939,08	0,46583	7755,88
4	19312,28	0,37253	7194,39	0,36111	6973,88
5	22132,15	0,29104	6441,30	0,27993	6195,48
		T. menor	582,83	T. mayor	-271,15

$$\text{TIR} = \text{tasa menor} + \text{Dif. Tasa} * (\text{VAN menor} / \text{VAN menor} - \text{VAN mayor})$$

TIR	28	1	582,83	
TIR	28	0,682	582,83	-271,15
TIR	28,68			

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{DT} \left(\frac{\text{VAN Tm}}{\text{VAN Tm} - \text{VAN TM}} \right)$$

$$\text{TIR} = 28 + 1 \left(\frac{582,23}{582,83 - (-271,15)} \right)$$

$$\text{TIR} = 28 + 0,682$$

$$\text{TIR} = 28,68$$

Análisis: La TIR del proyecto 28% es mayor que el costo de oportunidad del capital que es del 10%, por lo tanto, es recomendable la ejecución del proyecto.

Relación Beneficio Costo

La relación beneficio costo nos ayuda a determinar el rendimiento que obtenemos por cada dólar que invertimos, sabiendo que esta será nuestra ganancia a futuro.

Tabla 76.
Relación Beneficio Costo

Relación Beneficio-Costo						
Año	Costo Original	Factor actualización	Valor Actual Costos	Ingreso original	Factor actualización	Valor actual ingresos
0						
1	59120,74	0,90909	53746,13	76856,96	0,90909	69869,97
2	60911,92	0,82645	50340,43	82231,10	0,82645	67959,58
3	62780,76	0,75131	47168,12	87893,07	0,75131	66035,36
4	64730,29	0,68301	44211,66	93858,92	0,68301	64106,90
5	66763,64	0,62092	41454,97	100145,47	0,62092	62182,46
			236921,30			330154,27
R.B.C= Valor actualizado ingresos / Valor actualizado costo						
		R.B.C	330154,27	236921,30		
		R.B.C		1,39		

Para obtener la relación Beneficio-Costo (RBC) se aplicó la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Sumatoria de los ingresos actualizados}}{\text{Sumatoria de los egresos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{330154,27}{236921,30}$$

$$RBC = 1,39$$

Análisis: La Relación Beneficio Costo (RBC) del proyecto es de \$1,39; lo cual indica que el beneficio es mayor al costo y por cada dólar invertido se obtendrá 0,39 centavos de rentabilidad.

Periodo de Recuperación del Capital

Como su nombre lo indica, nos muestra la cantidad de tiempo que tendrá que pasar para que el proyecto cubra el capital invertido y este se pueda volver a reinvertir para continuar con las funciones de la empresa.

Cuadro de P.R.C		P.R.C= Flujo - Inversión / Ultimo F.C		0,04	12
Año	Flujo de caja			0,50	
0		86071,65	38925,83	47145,81	
1	11759,12	22688,45		22688,45	0,94
2	14134,61				0,00
3	16649,46				0,5
4	19312,28	P.R.C	2,04	2,00	
5	22132,15		0,04		0,50
	83987,61				14,92

Para la obtención de este indicador se aplicó la siguiente fórmula:

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \text{Suma flujo hasta el año que supera la inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}} \right)$$

$$PRC = 2 + 0,08$$

$$PRC = 2 + 0,04$$

$$PRC = 2,04$$

Cálculo:

$$2,04 = 2 \text{ años}$$

$$0,14 * 12 = 0,06 = 0 \text{ meses}$$

$$0,06 * 30 = 14,92 = 15 \text{ días}$$

Análisis: El Período de Recuperación del Capital es de 2,04; lo que significa que la inversión inicial se cubre en dos años, cero mes y 15 días; es decir el proyecto es indiferente y la decisión depende únicamente de los inversionistas si lo ejecutan o no.

Análisis de la Sensibilidad

El análisis de sensibilidad nos muestra los valores que fluctúan o podrían fluctuar a lo largo del proyecto, ya sea en incremento en costos o disminución de ingresos, estos son dos factores que pueden afectar gravemente la rentabilidad del proyecto, es por eso que debemos tener en cuenta hasta donde podemos manejar estos costos o precios.

Tabla 77.
Análisis de la Sensibilidad

Análisis de Sensibilidad con Incremento Costos								
Años	Costo Original	Incremento Costos	Ingreso Original	Flujo Caja	Factor Actualización Tasa Menor	Valor Actualizado	Factor Actualización Tasa Mayor	Valor Actualizado
0		15,98%			15%	-38805,83	25%	-38805,83
1	59120,74	68568,23	76856,96	8288,73	0,86957	7207,59	0,80000	6630,98
2	60911,92	70645,65	82231,10	11585,45	0,75614	8760,26	0,64000	7414,69
3	62780,76	72813,13	87893,07	15079,94	0,65752	9915,30	0,51200	7720,93
4	64730,29	75074,19	93858,92	18784,73	0,57175	10740,23	0,40960	7694,23
5	66763,64	77432,47	100145,47	22712,99	0,49718	11292,37	0,32768	7442,59
						9109,93		-1902,42
NTIR = Tasa menor + Dif. Tasa * (VAN menor/(VAN Menor - VAN Mayor))								
NTIR		15	10			9109,93		-1902,42
		15	4,92			9109,93		
NTIR			23,27					
DIFERENCIA TIR = TIR - NTIR								
DIFERENCIA TIR		28,68	23,27					
DIFERENCIA TIR			5,41					
% VARIACION DIF. TASAS / TIR								
% VARIACION		5,41	23,27					
% VARIACION			23,25					
ANALISIS SENSIBILIDAD= % VARIACION / NTIR								
AS		23,25	23,27					
AS			1,00					

Análisis de la Sensibilidad con Disminución de Ingresos

Tabla 78.
Análisis de la Sensibilidad con Disminución de Ingresos

Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos								
Años	Costo Original	Ingreso Original	Disminución Ingresos	Flujo Caja	Factor Actualización Tasa Menor	Valor Actualización	Factor Actualización Tasa Mayor	Valor Actualización
0			11,56%		15%	-38805,83	25%	-38805,83
1	59120,74	76856,96	67972,30	8851,56	0,86957	7697,01	0,80000	7081,25
2	60911,92	82231,10	72725,18	11813,26	0,75614	8932,52	0,64000	7560,49
3	62780,76	87893,07	77732,63	14951,87	0,65752	9831,09	0,51200	7655,36
4	64730,29	93858,92	83008,83	18278,54	0,57175	10450,81	0,40960	7486,89
5	66763,64	100145,47	88568,65	21805,01	0,49718	10840,94	0,32768	7145,06
						8946,54		-1876,79
NTIR = Tasa Menor + Dif Tasa * (VAN menor/(VAN menor - VAN mayor))								
NTIR		15	10			8946,54		-1876,79
		15	8,27			8946,54		
NTIR			19,90					
DIFERENCIA TIR = TIR - NTIR								
DIFERENCIA TIR		28,68	23,27					
DIFERENCIA TIR			5,42					
% VARIACION DIF. TASAS / TIR								
% VARIACION		5,42	23,27					
% VARIACION			23,28					
ANALISIS SENSIBILIDAD= % VARIACION / NTIR								
AS		23,28	23,27					
AS			1,00					

8. Conclusiones

Una vez culminada la investigación se concluye:

El estudio de mercado que se efectuó en la ciudad de Loja, permitió determinar que el proyecto es factible, los resultados obtenidos muestran que, al existir oferta en el mercado de Loja baja, existe una demanda insatisfecha actual de 1.543.000, los cuales con la puesta en marcha de la empresa se pretende satisfacer.

- En el estudio técnico se determinó una capacidad instalada de 14.600 personas al año; para lo que la empresa utilizará su capacidad para un uso de un aproximado de 116,480 horas de uso.
- En el estudio legal administrativo la empresa adoptará la denominación compañía de responsabilidad limitada conformada por socios, llevará su razón social como empresa de E-sports, su alcance para sus usuarios y rápida posición en el mercado de Loja.
- Dentro del estudio económico, se determinó la inversión del proyecto que será de \$38.806, donde \$28.886 aportados por los socios y los \$10.000 financiados por una entidad bancaria a una tasa de interés del 10%.
- Los costos unitarios para el primer año de alquiler del servicio serán de \$0,30 ctv. para cada ordenador; con un margen de utilidad del 30%, quedando un precio de venta a los consumidores: \$0,38 ctv.
- La evaluación financiera del proyecto arrojó los siguientes resultados: un **VAN** es de \$24.008, continuando con **la TIR** que nos dio un valor positivo de \$28,68, con un **Periodo de Recuperación de Capital** de 2 años 0 meses y 14 días, en cuanto a la **Relación de Beneficio Costo** de \$1,39, por último, tenemos el **Análisis de Sensibilidad** soporta el 15,98% en cuanto a el incremento de ingresos y el 11,56% en cuanto a la disminución de Ingresos.

9. Recomendaciones

Se recomienda lo siguiente:

- Al concluir que el proyecto es factible se recomienda implementarlo, ya que dará una importante rentabilidad a sus inversionistas, además de generar desarrollo productivo en la ciudad de Loja, brindará fuentes de empleo y oportunidades profesionales.
- Ejecutar el plan de comercialización con el fin de posicionar a la empresa en el mercado y de esa manera obtener más clientes.
- Poner en ejecución el estudio técnico, ya que la ubicación elegida está en un sector concurrido por las personas que llegan de otras ciudades del país, por lo que se considera que estar ubicado en este sector es muy favorable para la empresa.
- Dar a conocer al personal la misión, visión y objetivos de la empresa, además de proporcionar al personal el manual de funciones para que los mismos puedan desempeñar sus actividades de la mejor manera.
- Considerar la inversión estimada y la institución financiera propuesta, ya que la misma fue minuciosamente determinada para la puesta en marcha del presente proyecto.
- Controlar y evaluar el rendimiento organizacional del proyecto con el fin de cumplir con los objetivos empresariales y tomar decisiones oportunas para el correcto desarrollo de la empresa.

10. Bibliografía

Bibliografía

- Amador, J. L. (2000). *Legislación de obra*. Obtenido de Legislación de obra:
http://aducarte.weebly.com/uploads/5/1/2/7/5127290/1._proyectos_de_inversi%C3%93n.pdf
- Baca, U. G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE. C.V.
- Briceño, P. (2013). *Evaluación de Proyectos de Inversión*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Carrillo Vera, J. A. (2020). *Nuevos escenarios de consumo de videojuegos : Twitch.tv y los esports*. Murcia: Universidad de Murcia. Obtenido de
<https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/85701>
- Castro, J. A. (2009). *PROYECTOS DE INVERSIÓN EVALUACIÓN Y FORMULACIÓN*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Cedeño, J. D. (2010). *Análisis de alternativas de financiamiento que ofrece el mercado de valores para las empresas del sector industrial de la vía Dule*. Guayaquil.
- Chain, N. S., & Chain, R. S. (2008). *Preparación y evaluación*. Bogota : McGraw-Hill Interamericana S.A. .
- Cruz, J. L. (2010). *UAEH*. Obtenido de UAEH:
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf

Cueva, B. &. (2003). *Flujo de caja*.

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8816/1/ECUACE-2016-EC-CD00012.pdf>.

El valor estratégico del organigrama de empresa: claves y modelos. (2020). Obtenido de

<https://www.endalia.com/news/organigrama-empresa/#:~:text=en%20la%20actualidad.-,Organigrama%20funcional%20o%20estructural,los%20especialistas%20en%20el%20departamento>.

Estrada, L. A. (2009). *Proyectos de inversion*.

Estrategias de comercialización. (2012). *beetrack*, 1. Obtenido de

<https://www.beetrack.com/es/blog/estrategias-de-comercializacion#:~:text=Las%20estrategias%20de%20comercialización%20son,se%20planifican%20con%20fines%20comerciales>.

Huancani, R. (2018). *La importancia del manual de funciones y procedimientos en la estructura de las empresas*. La paz.

Hugo, P. P., & José, M. C. (2018). *Escuela y coaching de eSports*. Chile: Reporsitorio

Universidad de Chile. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/168276>

Kotler. (2010). EEUU: PEARSON. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fdatonorellana.info%2Fwp-content%2Fuploads%2Fsites%2F436%2F2014%2F08%2FProyectos_de_Inversion_Nassir_Sapag_Chain_2Edic.pdf&cflen=10082476&chunk=true

- M., A. (2019). Los deportes electrónicos (esports). El espectáculo en las competiciones de videojuegos. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/842>
- Mete, M. R. (2014). *VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y*. La Paz .
- Meza, J. (2020). *Evaluación Financiera de proyectos*. ECOE.
- Morales, C. A., & Morales, C. J. (2009). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Morley Gaibor, J. B. (2015). *Análisis de factibilidad para la creación de una fábrica de pectina*. Quito: UIDE/2015.
- Orozco, J. d. (2017). *EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS*. ECOE EDICIONES .
- Pasaca, M. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja: GRAFICPLUS.
- QuestionPro*. (2012). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/fijar-el-precio-de-un-producto/>
- Roncero, A. (2019). *Los deportes electrónicos (esports): el espectáculo de las competiciones de videojuegos*. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/54986/>
- Sapag, C. N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y evaluación*. Santiago de Chile: Pearson Educación.
- Spag, N. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. Chile: PEARSON.

Uploads. (2017). Obtenido de Uploads: <https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf>

Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de proyectos sexta edición* .

Zugarramurdi, A. (2012). *Ingeniería Económica Aplicada a la Industria Pesquera*. Mar del Plata.

11. Anexos

Anexo 1. Diseño de la Encuesta

ENCUESTA

Estimado amigo (a)

La presente encuesta tiene por objeto determinar la factibilidad financiera para determinar la CREACIÓN de una empresa de E-sports (deportes electrónicos) en la ciudad de Loja, su información será manejada confidencialmente por el investigador. Por tal motivo solicito muy comedidamente su colaboración con el presente cuestionario.

Datos Generales:

Correo

.....

.....

Edad

() De 12 a 14 años

() De 15 a 18 años

() De 19 a 24 años

() De 25 a 30 años

Genero

() Masculino

() Femenino

() Otro

Actividad que realiza

() Estudia

Trabaja con relación de dependencia

Emprendimiento propio

Estudia y trabaja

No trabaja

¿Conoce los E-sports?

Si

No

¿Usted ha jugado videojuegos?

Si

No

¿Qué dispositivo utiliza usted para jugar videojuegos?

<input type="checkbox"/>	Laptop
<input type="checkbox"/>	Smartphone (celular)
<input type="checkbox"/>	Tablet
<input type="checkbox"/>	Pc de escritorio
<input type="checkbox"/>	Consola

¿Cuántas horas dedica a jugar videojuego en el día?

Menos de una hora

Una hora

Dos horas

Tres horas

De cuatro horas en adelante

¿Entre qué edad y tipo de jugador se encuentra usted?

Edad y tipo de jugador	Jugador casual	Jugador aficionado	Jugador Pro
12 a 14			
15 a 18			
19 a 24			
25 a 30			
30 o 40			

¿Qué tipos de juego practica habitualmente?

	Shoter (Juego de acción de disparos)
	Estrategia
	PVP (Jugador contra jugador)
	MMO (Juegos de mundo abierto)
	Aventura

¿De los siguientes juegos de shoter y estrategia cual ha practicado?

	Valorant
	CSGO
	Fornite
	World of Warcraft
	League of Leyends

	Warzone
	Cod Mobile
	Free Fire
	Pubg Mobile

¿De los juegos antes mencionados cuántas horas dedica a jugar en el día?

- Menos de una hora
- Una hora
- Dos horas
- Tres horas
- De cuatro horas en adelante

¿De los siguientes juegos cual le gustaría practicar de forma profesional?

	Valorant
	League of Leyends
	CSGO
	Fornite
	Warzone
	Cod Mobile
	Free Fire
	Pubg Mobile

¿Conoce usted algún local donde pueda practicar juegos competitivos?

- Si
- No

¿Si existiera un lugar que ofreciera un espacio de entrenamiento dedicado a los E-sport, lo frecuentaría?

Si

No

¿Le gustaría que se existiera una empresa que se dedique a los deportes electrónicos en tu ciudad?

Si

No

¿Le gustaría un torneo de deporte electrónicos en su ciudad?

Si

No

¿De realizarse un torneo participaría?

Si

No

Le gustaría que el torneo fuese

Presencial

Online

¿En qué condición le gustaría participar?

Solo

Duos

Squad

¿En qué categoría le gustaría participar?

Amateur (principiante)

Semi-profesional

Profesional

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por la inscripción de usted o su team?

20-25

25-30

30-35

35-40

40-50

Anexo 2. Diseño de la Entrevista

Entrevista realizada a Alex Gonzales (Dueño de Geekside E-sports y propietario del Geekside)

¿Ah que se dedica?

¿Todos los videojuegos son eSports?

¿A qué te refieres con ligas?

¿Cuáles son los videojuegos competitivos más famosos que ofrece en su local?

¿Cuántos torneos organiza al año en su local?

¿Cuál es el perfil de los usuarios de eSports que usted busca?

¿Quiénes organizan los torneos de E-sports?

¿En cuántas competiciones participa al año su equipo de eSports?

¿Qué grado de profesionalización existe en su local referente a los eSports?

¿Qué tan elevadas son las audiencias que tiene?

¿Cuántas personas al día frecuentan Geekside?

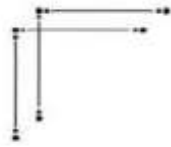
¿Cuál es el horario que más afluencia de clientes hay?

¿En qué rango de edad se encuentra su clientela más frecuente?

¿Por qué grandes empresas han apostado por los eSports?

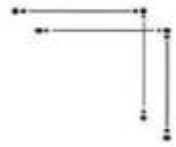
¿Cuáles son los eventos de eSports más importantes de 2022?

Anexo3. Certificado Traducción del Resumen



unl

Universidad
Nacional
de Loja



Loja, 08 de febrero de 2023

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.
**DOCENTE DE PEDAGOGÍA DE LOS IDIOMAS
NACIONALES Y EXTRANJEROS – UNL**

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Integración Curricular titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de E-sports (Deportes Electrónicos) en la ciudad de Loja”**, autoría de **Jimmy David Carcelen Calva** con CI: 1150868774, de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifica en honor a la verdad y autorizo al interesado hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

Atentamente,

MARLON
RICHARD ARMIJOS
RAMIREZ

Firmado digitalmente
por MARLON RICHARD
ARMIJOS RAMIREZ
Fecha: 2023.02.08
16:37:19 -05'00'

MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL

1031-12-1131340
1031-2017-1905329

Educamos para Transformar

