



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DEPORTE
DE SALÓN O BOLICHE AMERICANO EN LA CIUDAD DE AMBATO,
PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN EL PERIODO 2021-2022**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración
de Empresas

Autor(a)

Pico Salazar Esteban David

Tutor(a)

Mg. Ramírez Segura Silvia Jimena

AMBATO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Esteban David Pico Salazar, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE DEPORTE DE SALON O BOLICHE AMERICANO EN LA CIUDAD DE AMBATO EN EL PERIODO 2021-2022”**, como requisito para optar al grado de Administración de empresas y negocios, y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 9 días del mes de marzo de 2022, firmo conforme:

Autor: Esteban David Pico Salazar

Firma:



Número de Cédula: 1804563102

Dirección: Tungurahua, Ambato, Atocha-Ficoa, La Castellana.

Correo Electrónico: estebanpico@outlook.es

Teléfono: 0984916580

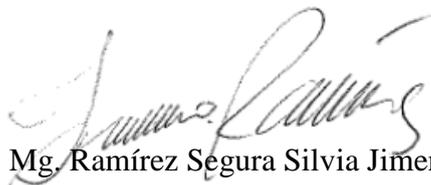
APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación ‘**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE DEPORTE DE SALON O BOLICHE AMERICANO EN LA CIUDAD DE AMBATO EN EL PERIODO 2021-2022**’ presentado por Esteban David Pico Salazar, para optar por el Título de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 10 de marzo del 2022



Mg. Ramírez Segura Silvia Jimena

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas y Negocio, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ambato, 10 de marzo del 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Esteban David Pico Salazar', written over a faint rectangular stamp.

Esteban David Pico Salazar

1804563102

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE DEPORTE DE SALON O BOLICHE AMERICANO EN LA CIUDAD DE AMBATO EN EL PERIODO 2021-2022**”, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 10 de marzo de 2022



Firmado electrónicamente por:
**MARIO ALBERTO
MORENO MEJIA**

.....

Dr. Mario Moreno M.
LECTOR



Firmado electrónicamente por:
**SILVIA LORENA
LLAMUCA PEREZ**

.....

Dra. Silvia Llamuca P.
LECTORA

DEDICATORIA

El siguiente proyecto está dedicado principalmente a Dios que me ha dado la oportunidad de esforzarme en mi diario vivir y a mis padres que han sido mi motor para ser un mejor profesional y sobre todo un mejor ser humano.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de desarrollarme como un mejor profesional y ser humano para ser luz en este mundo, a mi familia que siempre han estado ahí para mí en el cumplimiento de mis sueños y objetivos, a mis maestros tanto académicos como de la vida por dotarme de conocimientos que me funcionaran a lo largo de la vida.

ÍNDICE

| | |
|--|-------|
| AUTORIZACIÓN | II |
| APROBACIÓN DEL TUTOR | III |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD | IV |
| APROBACIÓN TRIBUNAL..... | V |
| DEDICATORIA | VI |
| AGRADECIMIENTO..... | VII |
| ÍNDICE | VIII |
| ÍNDICE DE TABLA | XI |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | XIII |
| ÍNDICE DE FIGURAS | XIV |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN | XV |
| ÍNDICE DE IMAGEN | XVI |
| RESUMEN EJECUTIVO | XVII |
| ABSTRACT | XVIII |
| INTRODUCCIÓN..... | XIX |
| OBJETIVO GENERAL..... | XX |
| OBJETIVO ESPECIFICO | XX |
| CAPITULO I | 1 |
| 1. MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN | 1 |
| 1.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO..... | 1 |
| 1.2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO..... | 1 |
| 1.2.1. Fundamentación del Servicio o Producto..... | 1 |
| 1.2.2. Tabla de características del producto o servicio | 2 |
| 1.3. MERCADO | 3 |
| 1.3.1. PÚBLICO OBJETIVO DE SU PRODUCTO O SERVICIO | 3 |
| 1.3.2. CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS | 4 |
| 1.3.3. ESTUDIO DE SEGMENTACIÓN | 4 |
| 1.3.3.1. Estudio de segmentación- Consumidores | 5 |
| 1.3.4.1. Muestreo de sujetos Familias | 7 |
| 1.3.5. INSTRUMENTOS PARA RECOPIAR INFORMACIÓN | 8 |
| 1.3.6. DEMANDA POTENCIAL | 22 |
| 1.3.6.1. DEMANDA EN PERSONAS | 23 |
| 1.3.6.2. DEMANDA EN UNIDADES | 23 |
| 1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE | 24 |
| 1.4.1. ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE..... | 24 |
| 1.4.2. ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE..... | 26 |
| 1.4.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA | 29 |
| 1.5. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA | 29 |
| 1.6. DISEÑO DE MARCA (BRANDIGN) | 30 |

| | | |
|---------------------------|---|-----------|
| 1.7. | ESTRATEGIAS DE MARKETING..... | 31 |
| 1.7.1. | PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ | 31 |
| 1.8. | CANALES DE DISTRIBUCIÓN | 32 |
| 1.9. | SEGUIMIENTO DE CLIENTES..... | 32 |
| 1.10. | ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS. | 33 |
| 2. | OBJETIVO DEL CAPÍTULO..... | 34 |
| 2.1. | DESCRIPCIÓN DEL PROCESO..... | 34 |
| 2.1.1. | Descripción de proceso de transformación del bien o servicio. | 34 |
| 2.1.2. | DESCRIPCIÓN DE INSTALACIONES, EQUIPOS Y PERSONAS. | 2 |
| 2.1.3. | Tecnología a aplicar | 5 |
| 2.1.4. | Factores que afectan las operaciones | 7 |
| 2.2. | CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN | 9 |
| 2.2.1. | Capacidad de Producción Futura. | 9 |
| 2.3. | CALIDAD | 10 |
| 2.3.1. | Método de control de calidad | 10 |
| 2.3.2. | Diseño de la encuesta | 11 |
| 2.4. | NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO. | 12 |
| 2.4.1. | Seguridad e higiene ocupacional | 12 |
| CAPITULO III | | 12 |
| 3. | ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN | 12 |
| 3.1. | OBJETIVO DEL CAPÍTULO | 12 |
| 3.2. | ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS | 13 |
| 3.2.1. | Visión de la empresa | 13 |
| 3.2.2. | Misión de la Empresa..... | 13 |
| 3.2.3. | Objetivos y estrategias | 13 |
| 3.3. | ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA | 15 |
| 3.3.2. | Descripción de puestos. | 16 |
| 3.4. | CONTROL DE GESTIÓN | 22 |
| 3.4.1. | Indicadores de gestión | 22 |
| CAPITULO IV | | 24 |
| 4. | JURÍDICO LEGAL | 24 |
| 4.1. | OBJETIVOS DEL CAPÍTULO | 24 |
| 4.2. | DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA | 24 |
| 4.3. | REGISTRO DE MARCAS | 25 |
| 4.4. | LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES | 26 |
| CAPITULO V | | 29 |
| 5.1. | OBJETIVOS DEL CAPÍTULO | 29 |
| 5.2. | PLAN DE INVERSIONES | 29 |
| 5.3. | CALCULO DE COSTOS Y GASTOS | 31 |
| 5.3.1. | Mano de Obra..... | 31 |
| 5.3.2. | Depreciación | 32 |
| 5.3.3. | Proyección de la depreciación..... | 33 |
| 5.3.4. | Detalle de Costos | 34 |
| 5.3.5. | Proyección de Costos | 35 |
| 5.3.6. | Detalle de Gastos | 36 |

| | | |
|--------|---|----|
| 5.3.7. | Proyección Gastos | 37 |
| 5.4. | PLAN DE FINANCIAMIENTO | 37 |
| 5.4.1. | Forma de financiamiento | 37 |
| 5.5. | CÁLCULO DE INGRESOS | 39 |
| 5.5.1. | Proyección de Ingresos | 40 |
| 5.6. | PUNTO DE EQUILIBRIO | 41 |
| 5.7. | ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO | 44 |
| 5.8. | FLUJO DE CAJA | 45 |
| 5.9. | EVALUACIÓN FINANCIERA | 46 |
| 5.9.1. | Indicadores | 46 |
| | BIBLIOGRAFÍA | 48 |

Índice de tabla

| | |
|-----------------------|----|
| Tabla 1 | 2 |
| Tabla 2 | 4 |
| Tabla 3 | 5 |
| Tabla 4 | 5 |
| Tabla 5 | 5 |
| Tabla 6 | 6 |
| Tabla 7 | 7 |
| Tabla 8 | 8 |
| Tabla 9 | 9 |
| Tabla 10 | 9 |
| Tabla 11 | 10 |
| Tabla 12 | 10 |
| Tabla 13 | 11 |
| Tabla 14 | 12 |
| Tabla 15..... | 13 |
| Tabla 16..... | 14 |
| Tabla 17..... | 15 |
| Tabla 18..... | 16 |
| Tabla 19..... | 17 |
| Tabla 20..... | 18 |
| Tabla 21..... | 19 |
| Tabla 22..... | 20 |
| Tabla 23..... | 21 |
| Tabla 24 | 23 |
| Tabla 25 | 24 |
| Tabla 26 | 24 |
| Tabla 27 | 25 |
| Tabla 28 | 26 |
| Tabla 29 | 28 |
| Tabla 30 | 29 |
| Tabla 31 | 29 |
| Tabla 32 | 30 |
| Tabla 33 | 2 |
| Tabla 34 | 4 |
| Tabla 35 | 5 |
| Tabla 36 | 5 |
| Tabla 37 | 7 |
| Tabla 38 | 8 |
| Tabla 39 | 8 |
| Tabla 40 | 9 |
| Tabla 41 | 9 |
| Tabla 42 | 10 |
| Tabla 43 | 16 |
| Tabla 44 | 18 |
| Tabla 45 | 20 |
| Tabla 46 | 21 |
| Tabla 47 | 22 |
| Tabla 48 | 23 |
| Tabla 49 | 25 |
| Tabla 50 | 26 |
| Tabla 51 | 26 |
| Tabla 52 | 29 |
| Tabla 53 | 31 |

| | |
|-----------------------|----|
| Tabla 54 | 32 |
| Tabla 55 | 32 |
| Tabla 56 | 33 |
| Tabla 57 | 34 |
| Tabla 58 | 35 |
| Tabla 59 | 36 |
| Tabla 60 | 37 |
| Tabla 61 | 38 |
| Tabla 62 | 39 |
| Tabla 63 | 40 |
| Tabla 64 | 41 |
| Tabla 65 | 44 |
| Tabla 66 | 45 |
| Tabla 67 | 46 |

Índice de gráficos

| | |
|-----------------|----|
| Gráfico 1..... | 12 |
| Gráfico 2..... | 13 |
| Gráfico 3..... | 14 |
| Gráfico 4..... | 15 |
| Gráfico 5..... | 16 |
| Gráfico 6..... | 17 |
| Gráfico 7..... | 18 |
| Gráfico 8..... | 19 |
| Gráfico 9..... | 20 |
| Gráfico 10..... | 21 |
| Gráfico 11..... | 22 |
| Gráfico 12..... | 42 |

Índice de figuras

| | |
|-----------------------|----|
| Figura 1 | 1 |
| Figura 2 | 1 |
| Figura 3 | 3 |
| Figura 4 | 15 |

Índice de ilustración

| | |
|--|----|
| Ilustración 1 | 31 |
| Ilustración 2 CRM HubSpots..... | 33 |

Índice de imagen

| | |
|----------------|---|
| Imagen 1 | 2 |
|----------------|---|

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS

TEMA: Plan de negocio para la creación de un centro de deporte de salón o boliche americano en la ciudad de Ambato en el periodo 2021-2022

AUTOR: ESTEBAN DAVID PICO SALAZAR

TUTOR: MG. RAMIREZ SEGURA SILVIA JIMENA

RESUMEN EJECUTIVO

La creación de esta idea de negocio parte de establecer un centro de deporte de salón o boliche americano en la ciudad de Ambato, basados en la necesidad de los niños, jóvenes y adultos de tener un lugar innovador y divertido para los momentos de recreación. La metodología aplicada recopila la información por medio de encuestas, que fueron direccionadas a personas que buscan diversión compatible con toda su familia. El objetivo es introducir al mercado un servicio de diversión innovador donde se conozca la viabilidad de su desarrollo, así como desplegar la base legal de la misma para su creación adecuada, y el ensamblaje de la estructura de sus operaciones que permitirá un control adecuado de sus actividades. También se pudo determinar el mercado potencial de la oferta y la demanda al cual está dirigido. Posteriormente, se creó un plan de inversión del emprendimiento donde se detalla los costos y gastos de la mano de obra, a través de lo cual se conoció que el precio de venta al público es de \$13,65. Al desarrollar este emprendimiento las personas tendrán un nuevo lugar para divertirse; el juego de boliches es una actividad interactiva que permite a las personas desarrollar su capacidad mente-cuerpo. El crear un salón de boliche americano permite que los ambateños no tengan que salir a otras ciudades en busca de alguna actividad similar, sino poder encontrarla dentro de la misma, generando así un turismo interno. Una vez que se aplicó el estudio se conoció que tan factible era el potencial del proyecto.

DESCRIPTORES: Diversión, bolos, deporte, recreación

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTOR: PICO SALAZAR ESTEBAN DAVID

TUTORA: MG. RAMIREZ SEGURA SILVIA JIMENA

ABSTRACT

The creation of this business idea is based on the need of children, young people and adults to have an innovative and fun place for recreational moments, and to establish a bowling center in Ambato. The methodology applied collects information through surveys, which were directed to people who are looking for fun compatible with their entire family. The objective is to introduce to the market an innovative amusement service where the feasibility of its development is known, as well as to deploy the legal basis of the same for its proper creation, and the assembly of the structure of its operations that will allow an adequate control of its activities. It was also possible to determine the potential market supply and demand to which it is directed. Subsequently, an investment plan for the venture was created, detailing the costs and labor expenses, through which it was learned that the retail price is \$13,65. By developing this venture people will have a new place to have fun; bowling is an interactive activity that allows people to develop their mind-body capacity. The creation of a bowling alley means that citizens will not have to go to other cities in search of a similar activity, but will be able to find it within the same city, thus generating domestic tourism. Once the study was applied, it was known how feasible the potential of the project was.

KEYWORDS: bowling, fun, recreation, sport.

INTRODUCCIÓN

TEMA: Plan de negocio para la creación de un centro de deporte de salón o boliche americano en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua en el periodo 2021-2022

En la actualidad uno de los problemas más grande en nuestra ciudad es la falta de centros de entretenimiento familiares, lo que causa que los jóvenes dediquen su tiempo libre a actividades no tan favorables como la navegación en internet, redes sociales, videojuegos y diferentes tipos de plataformas virtuales que no brindan una recreación familiar.

Es por eso que se plantea el siguiente proyecto para la implementación de un “Bowling center” que contará con varias pistas de bolos, mesas de billar, juego de dardos y más actividades a implementarse, con esto se podrá generar una nueva actividad en el sector norte de la ciudad de Ambato.

El sector de fiscoa al ser uno de los lugares más visitado por los jóvenes y adultos, pero más recurrido por jóvenes, se convierte en un sector ideal para implementar este centro de deporte de salón, ya que al ser un lugar muy visitado no cuenta con lugares de entretenimiento que sean sanos para las familias, ya que alrededor de este se encuentran barrios residenciales, escuelas, colegios y una variedad de restaurantes.

Al crear este centro de deporte de salón, no solo se da oportunidad de crear un centro de diversión familiar, también ayuda al crecimiento turístico de la ciudad de Ambato, ya que, al ser altamente turística por su ubicación en el centro del país, este podrá ayudar mas al turismo local, ya que, al no contar con uno de estos centros de diversiones en la ciudad y la provincia, la gente busca otras opciones y salen de la ciudad a otros lugares como Quito, Baños de agua Santa y no se genera un turismo interno.

Los bolos o boliche americano son considerado como un deporte y actividad de recreación familiar, lo que ayudara a las familias a tener más actividades a realizar en su tiempo libre y obtener diversos beneficios del mismo como Ayuda al desarrollo físico y coordinación psicomotriz y sobre todo es divertido.

OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACION

Objetivo General

- Desarrollar un plan de negocio que nos permita conocer la viabilidad de la creación de un centro de deporte de salón o boliche americano para las familias de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua en el periodo 2021-2022.

Objetivo Especifico

- Emplear un estudio de mercado que nos permita conocer la aceptación del servicio de entretenimiento para las familias de la ciudad de Ambato.
- Detallar el diseño estructural del salón de boliche americano en la ciudad de Ambato ciudadela ficoa.
- Describir la filosofía empresarial enfocada al cumplimiento de las estrategias y planeación del salón de boliche americano.
- Analizar la base legal referente a la apertura de un boliche americano que funcionara en la ciudad de Ambato.
- Diseñar un estudio financiero en el cual se pueda determinar la inversión a realizar.

CAPITULO I

1. Mercado y Comercialización

1.1.Objetivo del Capítulo

- Emplear un estudio de mercado que nos permita conocer la aceptación del servicio de entretenimiento para las familias de la ciudad de Ambato.

1.2.Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1. Fundamentación del Servicio o Producto.

En los últimos años varios estudios han demostrado el crecimiento evidente sobre la contribución de nuevos emprendimientos y su aporte al crecimiento económico, generación de puestos de trabajo y la innovación por esto se elaboró un plan de negocios para la creación de un centro de deporte de salón o boliche americano en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua en el periodo 2021-2022

La historia del famoso deporte conocido como juego de bolos nace hace siglos atrás donde se sabe que:

El Bowling o Boliche Americano se conoce como uno de los deportes más antiguos y no combativos que para jugarlos lo hacían con pequeñas piedras redondas que las usaban para derribar bastones o piedras alargadas en forma de bolera hace aproximadamente 7000 años. (Dougherty, 2005)

En el año 1100 d.C. el Rey de Inglaterra prohibió el juego de los bolos a los hombres porque dedicaban más tiempo a este juego que a la práctica del tiro con arco, en los años 1500 el Reverendo Martin Lutero normalizo las reglas para el juego de los bolos. El juego de bolos o Bowling fue llevado a los Estados Unidos por los colonos holandeses en los inicios del siglo XVII.

Un tiempo después, un hombre emprendedor implemento un décimo bolo y cambio las posiciones de los bolos, aumento la anchura del carril o pista de lanzamiento e invento el

actual juego de los diez bolos, existieron varios intentos de normalizar el juego de los diez bolos, pero no lo consiguieron hasta que un grupo de hombres de la ciudad de Nueva York construyeron el Congreso Americano de Bowling (American Bowling Congress) (ABC) que tiene el control de todos los aspectos del juego.

El juego de bolos puede ser practicado por cualquier persona sin importar su edad o estatura, este deporte se juega de una manera simple, donde el jugador tiene que derribar diez bolos (pinos) haciendo rodar una bola desde una distancia de 18m que tiene el carril (línea)

Al derribar todos los bolos con un primer lanzamiento se le conoce como pleno o chuzza (strike), derribar los bolos con dos tiros se conoce como semipleno (spare), si no se logra un strike o spare se conoce como un fallo (miss), este juego se compone de diez cuadro o rondas con una máxima puntuación de 300 puntos.

Al crear un centro de boliche americano, existen varios beneficios para las diferentes personas que las practiquen como fomentar el compañerismo donde se afianza lazos de amistad y se fomenta una competencia sana, mejora la confianza donde se motiva a la constancia y disciplina, favorece a la salud ya que tiene innumerables beneficios sobre el organismo, mejorando el estado de ánimo, reduce el sedentarismo y ayuda a prevenir enfermedades como la obesidad, la osteoporosis o los trastornos cardiacos. («los 10 beneficios de jugar bolos», 2020)

1.2.2. Tabla de características del producto o servicio

En la siguiente tabla se presentará las características del servicio convertido en beneficios para el cliente.

Tabla 1

Características del producto

| Características | Beneficios para el cliente |
|------------------------|-----------------------------------|
|------------------------|-----------------------------------|

Se juegan entre 2 o más personas.

Fomenta al compañerismo.

Alivia el estrés.

Te distrae y relaja de actividades rutinarias.

Te mantiene concentrado.

Mejora la coordinación cerebro, vista, ojo y pie.

Es divertido.

Motiva la constancia y disciplina.

Fácil de jugar.

Se vuelve más interactivo y divertido al momento de practicarlo.

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Esteban Pico

Este ayuda a mejorar la coordinación por lo que es una actividad que requiere puntería y una correcta coordinación de cerebro, vista, brazo y pie para que todo tu cuerpo se acople y sobre todo el hecho que es una actividad que interactúa con más personas favorece la interacción y el compartir un deporte.

1.3.Mercado

1.3.1. Público Objetivo de su producto o servicio

Según los autores Schiffman y Espejo (2005, p. 50) el público objetivo se define como el procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos de consumidores que tienen necesidades o características comunes, y de seleccionar uno o varios segmentos para llegar a ellos mediante una mezcla de marketing específica.

Donde al conocer que nuestro público tiene necesidades que debemos cumplir por lo que aplicaremos distintas herramientas para el levantamiento de la información necesaria para realizar el estudio.

Se enfoca a hombres y mujeres, niños y niñas de la ciudad de Ambato, con tiempo libre mayormente los fines de semana o tardes y noches, residentes de la zona urbana y económicamente activos que entren en un rango de 14 a 45 años de edad, que busquen un

entretenimiento sano y diferente a los que ofrecen normalmente la ciudad.

Se escogió el siguiente público objetivo, tomando en cuenta que dentro del rango de edad establecido las personas buscan diferentes tipos de entretenimiento que pueda ser fácil de practicar y accesible para ellos, al escoger el público objetivo, buscamos que específicamente se encuentra ubicado geográficamente en la ciudadela de ficoa.

1.3.2. Categorización de sujetos

Para Alfonso Torres categorizar consiste en “ponerle nombre”, es decir definir un término o expresión clara del contenido de cada unidad analítica. Dentro de cada categoría habrá que definir tipos específicos o subcategorías” (pag.173)

Tabla 2

Categorización del sujeto

| Categoría | Sujeto |
|------------------|---|
| ¿Quién compra? | Personas entre 14 y 45 años. |
| ¿Quién usa? | Personas que buscan un entretenimiento diferente y les gusta los juegos de pista. |
| ¿Quién decide? | Personas que quieran participar en esta actividad, en su tiempo libre. |
| ¿Quién influye? | Amistades, familia y Grupos Sociales. |

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Esteban Pico

1.3.3. Estudio de Segmentación

La segmentación del mercado se puede definir como "proceso donde las empresas segmentan el mercado en subconjuntos de diferentes clientes donde según sus características que sean útiles, el objetivo de la segmentación de mercado se realiza a través de actividades para alcanzar cada subconjunto de estrategias de marketing para lograr una gran ventaja competitiva. (Thompson,2005).

El mercado geográfico se encuentra ubicado en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua donde la gente para distraerse en sus tiempos libres busca centros de entretenimiento para divertirse y compartir en familia, en nuestra ciudad existe más centro de entretenimiento para adultos que familiares donde pueden participar todos los integrantes de una familia o grupo de amigos de diferentes edades.

1.3.3.1. Estudio de segmentación- Consumidores

Tabla 3

Dimensión conductual-Consumidores

| Variable | Descripción |
|------------------------------------|-------------------|
| Tipo de necesidad: | Social, seguridad |
| Tipo de compra: | Comparación |
| Relación con la marca: | No |
| Actitud frente al servicio: | Positiva |

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Esteban Pico

Tabla 4

Dimensión geográfica-Consumidores

| Variable | Descripción | Población | | TCP | |
|----------------------------|-------------|-----------|------|-------------|------------|
| | | 2010 | | (Acumulada) | 2021 |
| País | Ecuador | 14.483,50 | 1,95 | 21,45 | 17.603,868 |
| Región | Sierra | 6.081,34 | 1,75 | 19,25 | 132336281 |
| Provincia | Tungurahua | 504.583 | 1,5 | 16,5 | 8790635 |
| Tamaño de la ciudad | Ambato | 329.856 | 1,5 | 16,5 | 5743797,5 |
| Zona | Urbana | 165.185 | 1,5 | 16,5 | 2890737,5 |

Fuente: Elaboración propia, a partir de Redatam (2010)

Elaborado por: Esteban Pico

Tabla 5

Dimensión demográfica-consumidores

| Variable | Descripción | Población (2010) | TCP | TCP (Acumulada) | Población (2021) |
|--------------------|-----------------|---------------------|-----|--------------------|---------------------|
| Sexo | Mujeres/Hombres | 328217 | 1,5 | 16,5 | 5743797,5 |
| Edad | 15 a 44 Años | 79456 | 1,5 | 16,5 | 1390480 |
| Escolaridad | No Influye | - | - | - | - |
| Ocupación | No Influye | - | - | - | - |

Fuente: Elaboración propia, a partir de Redatam (2010)

Elaborado por: Esteban Pico

1.3.4. Plan de muestreo

Al encontrar la necesidad e información estadística parece interminable en la sociedad actual donde podemos observar cómo recurrentemente se obtiene información de todo tipo sobre conjuntos concretos de información de nuestros elementos (personas o cosas) que pueden ser habitantes de una localidad, el beneficio de un sector empresarial entre otros. (Alba Fernández, 2005)

Se determinará el universo de los sujetos a ser investigados, utilizando el sistema de cálculo afín a su producto o servicio en estudio.

Pregunta Piloto

1.-¿Cuántas horas invertiría en jugar bolos a la semana?

Tabla 6
Prueba piloto

| Veces a la semana | Personas | Cálculo | Sigma |
|-------------------|-----------|---------------------------|----------|
| 1 | 10 | Valor Mayor + Valor Menor | 4 |
| 2 | 13 | 2 | |
| 3 | 3 | (2+5) | |
| 4 | 3 | 2 | |
| 5 | 1 | 4 | |
| Total | 30 | | |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

Tabla 7

Sigma

| Tiempo | Sigma |
|-----------------|--------------|
| 1 semana | 4 |
| 1 día | 0,57 |
| 1 hora | 0,023 |
| 18 horas | 0,43 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Esteban Pico

Calculo del Universo

$$N = \frac{\partial^2 * Z^2}{E^2}$$
$$N = \frac{(4)^2 * (1,96)^2}{(0,05)^2}$$
$$N = \frac{61,44}{0,0025}$$
$$N = 24.576$$

Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{\partial^2 * Z^2}{E^2}$$
$$n = \frac{(0,43)^2 * (1,96)^2}{(0,05)^2}$$
$$n = \frac{0,71}{0,0025}$$
$$n = 284$$

1.3.4.1.Muestreo de sujetos Familias

Para la aplicación del muestreo del sujeto Familias se aplicó un Focus Group que tal como lo menciona Tomat (2012)

Las sesiones de focus group es una de las muchas herramientas de recolección de información que existen y tiene alrededor de una a tres horas, los participantes son elegidos por el investigador según sus aspectos más relevantes en relación con el objeto de estudio y la composición típica de los grupos es de 6 a 10 personas o también puede variar entre 4 y 12.(p.130)

1.3.5. Instrumentos para recopilar información

Se desglosarán las necesidades de información realizadas en el presente proyecto con la finalidad de establecer la información y los instrumentos aplicados para obtener los datos requeridos, los cuales salen de los objetivos planteados en este capítulo.

Objetivo Específico: Identificar las características del servicio con respecto al turismo del cantón.

Tabla 8

Métodos de recolección

| Necesidades de información | Tipo de información | Fuente | Instrumentos |
|---|----------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| Competidores directos | Primaria | Observación propia | Cuaderno con apuntes |
| Competidores de servicios de entretenimiento sustitutos. | Primaria | Observación propia | Cuaderno con apuntes |
| ¿Cuáles son los centros de entretenimiento más relevantes del Cantón? | Secundaria | Páginas Web | Páginas Web, guías de actividades. |
| Tradiciones Ambateñas | Secundaria | GAD Ambato, Páginas web | Páginas Web, guías de actividades. |
| Evolución de centros de entretenimiento en el cantón | Secundaria | Páginas Web | Páginas Web, guías de actividades. |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

Objetivo Estratégico: Definir los medios de comunicación por los que se quiere promocionar el salón de boliche.

Tabla 9

Métodos de Recolección 2

| Necesidades de información | Tipo de información | Fuentes | Instrumentos |
|---|----------------------------|-----------------|-----------------------------|
| Manera en que la competencia promociona sus servicios de boliche | Secundaria | Páginas Web | Páginas web |
| Que medios usan para publicitar promociones, ofertar entre otros. | Secundaria | Redes Sociales | Redes sociales, páginas web |
| Medios por el cual las personas conocer estos centros de entretenimiento como el boliche americano. | Primaria | Familia, Amigos | Focus Group |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

1.3.5.1. Diseño y recolección de información.

Información Secundaria

Cuadro de Necesidad 1

Necesidad 1: Competidores directos

Tabla 10

Cuadro de Necesidad 1

| Nombre del lugar | Ubicación | Servicio |
|------------------------------|---------------------------|------------------------------|
| La Bolera | Riobamba | Bolera, Bar restauran |
| Cosmic Bowling Center | Quito, Quicentro Shopping | Bolera, juegos recreativos y |

sala de billar.

| | | |
|---------------------------|-------|-----------------------|
| Quito Bowling Club | Quito | Bolera, Bar restauran |
|---------------------------|-------|-----------------------|

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

Necesidad 2: Competidores de servicios de entretenimiento sustitutos.

Tabla 11

Cuadro de Necesidad 2

| Nombre del lugar | Ubicación | Servicio |
|-------------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Mr Joy | Mall de los Andes, Ambato | Juegos Recreativos |
| Center | Paseo Shopping, Ambato | juegos recreativos |
| PlayZone | Quito | Juegos electrónicos y recreativos |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

Necesidad 3: ¿Cuáles son los centros de entretenimiento más relevantes del Cantón?

Tabla 12

Cuadro de Necesidad 3

| Nombre del lugar | Ubicación | Servicio |
|-----------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| Parque de la Familia | Vía Ambato-Quisapincha | Recreación y entrenamiento múltiple. |
| Mr. Joy | Mall de los Andes | Centro de juegos y entretenimiento |
| Cinemark | Mall de los Andes | Entretenimiento Audiovisual |
| Supercines | Paseo Shopping | Entretenimiento Audiovisual |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

1.3.5.2. Análisis e Interpretación

Encuesta Análisis e Interpretación

1.- Cuantas veces a la semana jugaría bolos?

Tabla 13

Resultado Pregunta 1

| x | f | % |
|----------------------|------------|-------------|
| 1 | 191 | 46,47% |
| 2 | 69 | 33,58% |
| 3 | 17 | 12,41% |
| 4 | 4 | 3,89% |
| 5 | 3 | 3,65% |
| Total general | 284 | 100% |

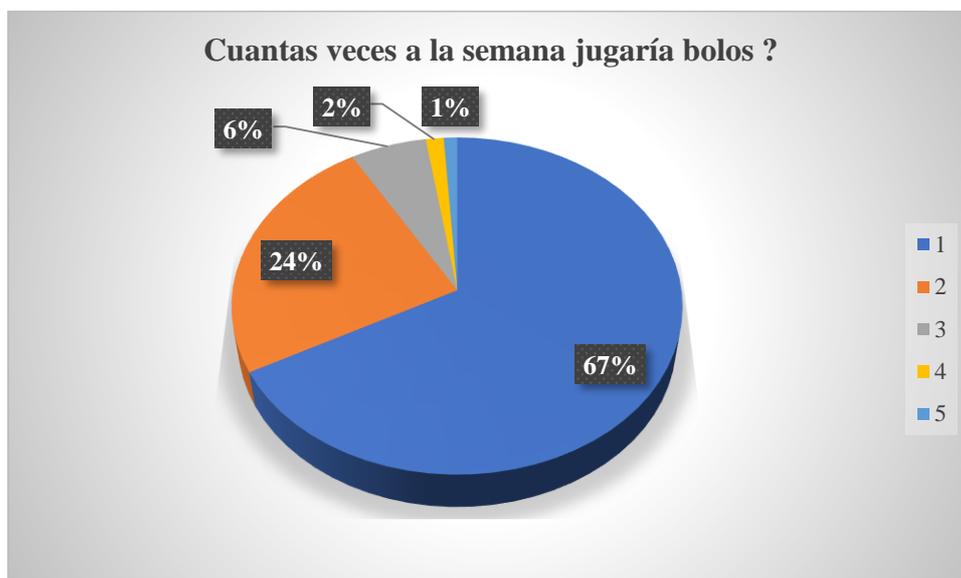
Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

Se determino que las personas encuestadas mayormente el 46,47% jugarían bolos una vez a la semana, el 33,58% lo haría 2 veces, el 12,41% lo realizaría 3 veces a la semana, el 3,89% lo haría 4 veces y por último el 3,65% lo haría 5 veces a la semana.

Gráfico 1

Calculo sigma



Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

2.- En qué momento le gustaría o se dedicaría a la práctica de este juego?

Tabla 14

Resultado Pregunta 2

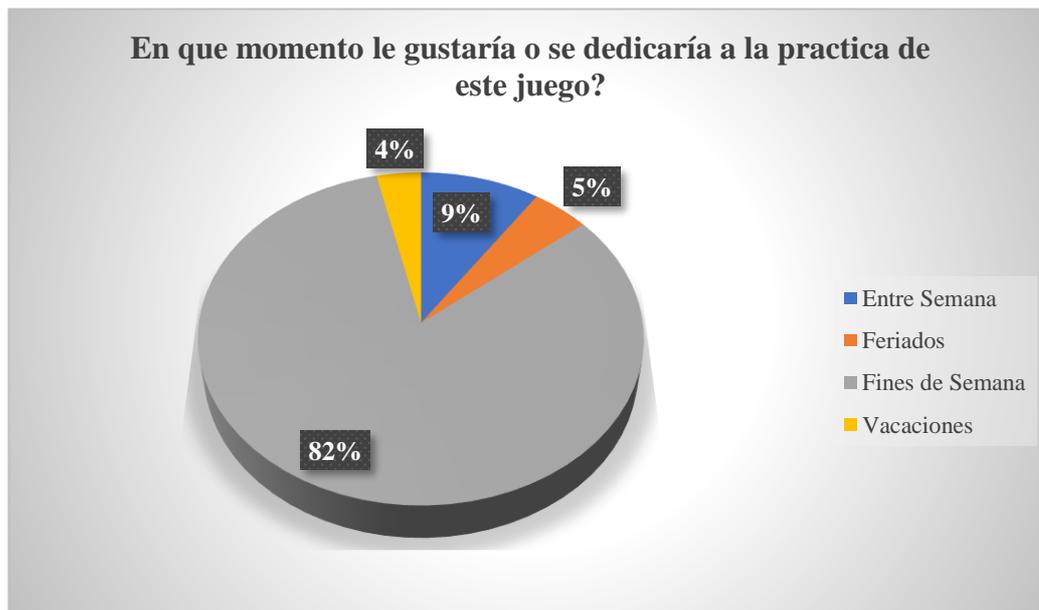
| | | |
|-----------------|------------|-------------|
| Entre Semana | 27 | 9,51% |
| Feriados | 13 | 4,58% |
| Fines de Semana | 234 | 82,39% |
| Vacaciones | 10 | 3,52% |
| Total general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el autor

Elaborado por: Esteban Pico

En la siguiente gráfica el 82,39% de los encuestados escogieron que el momento en el que se dedicarían a practicar bolos es los fines de semana, siguiéndole hacerlo entre semana con un porcentaje del 9,51%, el 4,58% en feriados y como final el 3,52% en vacaciones.

Gráfico 2



Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

3.- De las siguientes actividades en un centro de deporte de salo o boliche americano, cuál de las siguientes actividades la realizaría

Tabla 15

Resultado pregunta 3

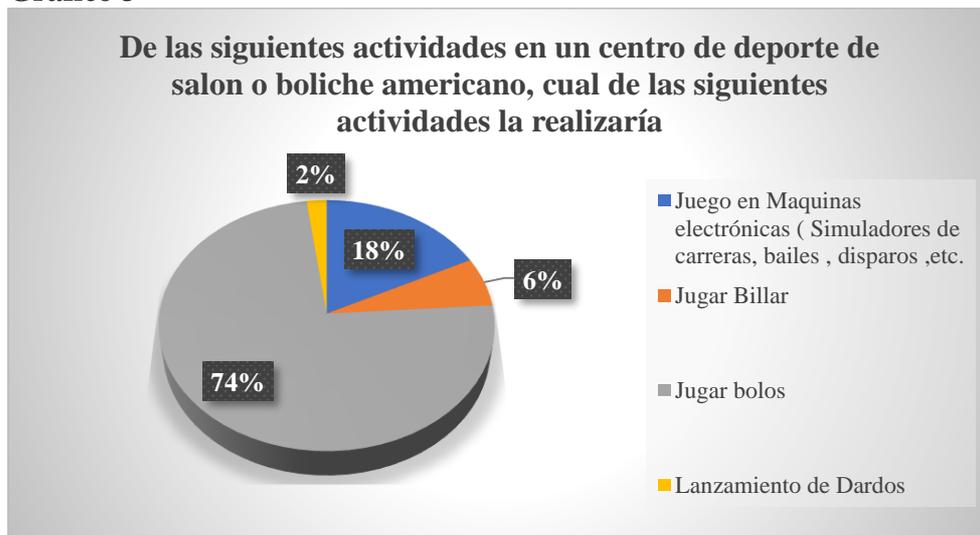
| | | |
|--|-----|--------|
| Juego en Máquinas electrónicas (Simuladores de carreras, baile, disparos, etc. | 49 | 17,31% |
| Jugar Billar | 18 | 6,36% |
| Jugar bolos | 210 | 74,20% |
| Lanzamiento de Dardos | 6 | 2,12% |
| Ninguno | 1 | 0,04% |
| Total, general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

En base a la encuesta realizada se logró identificar que de las diferentes actividades a realizar en el salón, el 74,20% prefiere la actividad de juego de bolos, siguiéndole el uso de Juego de máquinas electrónicas con un 17,31%, el 6,36% prefiere jugar billar, el 2,12% en jugar lanzamiento de dardos y como final el 0,04% no realizar ninguna de las actividades.

Gráfico 3



Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

4.- Selecciones las actividades de su preferencia para entretenimiento y diversión.

Tabla 16

Resultado pregunta 4

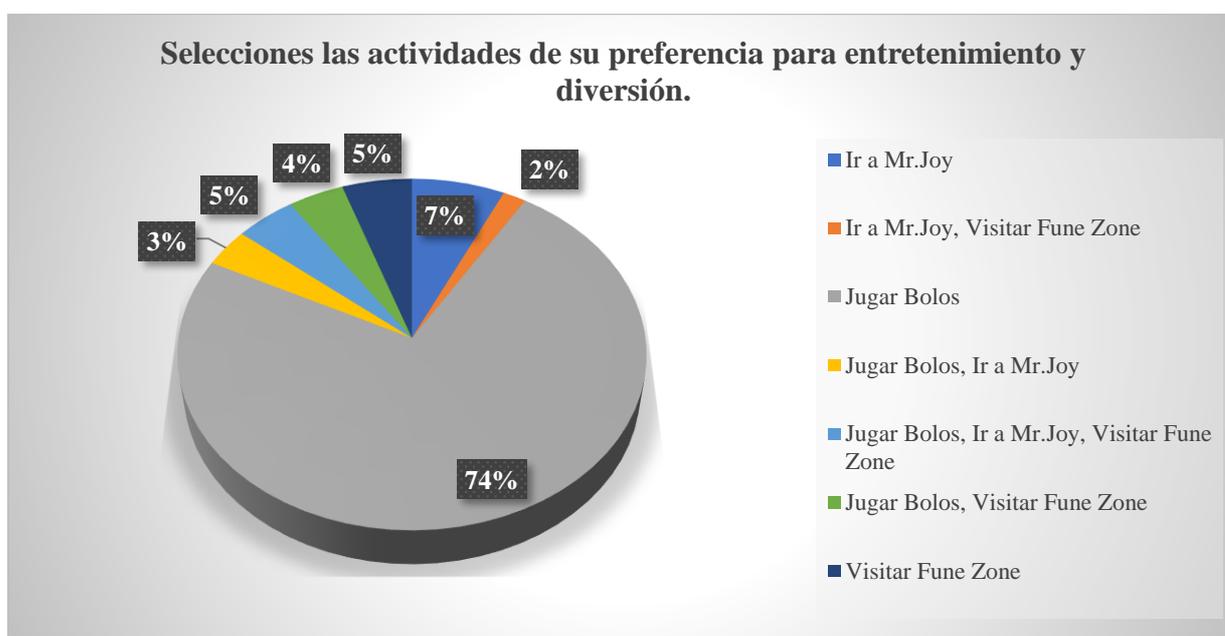
| | | |
|---|-----|--------|
| Ir a Mr.Joy | 20 | 7,04% |
| Ir a Mr.Joy, Visitar Fune Zone | 5 | 1,76% |
| Jugar Bolos | 209 | 73,59% |
| Jugar Bolos, Ir a Mr.Joy | 10 | 3,52% |
| Jugar Bolos, Ir a Mr.Joy, Visitar Fune Zone | 13 | 4,58% |
| Jugar Bolos, Visitar Fune Zone | 12 | 4,23% |
| Visitar Fune Zone | 15 | 5,28% |
| Total, general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

Al tener una agrupación de la totalidad de las actividades a realizar, las que tuvieron mayor elección por parte de los encuestados fue Jugar bolos con un porcentaje de 73,59% siendo así el mayor resultado y la actividad más solicitada.

Gráfico 4



Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

5.- ¿Cuál sería el tiempo de juego que preferiría en los bolos?

Tabla 17

Resultado pregunta 5

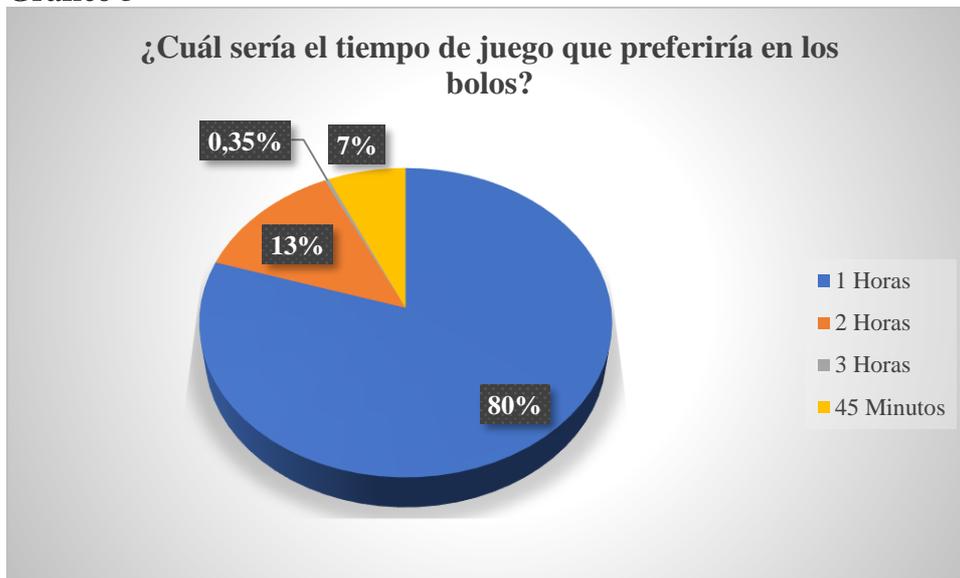
| | | |
|---------------|-----|--------|
| 1 horas | 227 | 79,93% |
| 2 horas | 37 | 13,03% |
| 3 horas | 1 | 0,35% |
| 45 minutos | 19 | 6,69% |
| Total general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

Dentro de la encuesta el tiempo aproximado que las personas respondieron desearían jugar es de una hora, siendo este el 79,93% de los encuestados, el 13,03% prefiere 2 horas, el 6,69% prefiere 45 minutos de juego y como final el 0,35% que es de 3 horas de juego.

Gráfico 5



Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

6.- Que forma de pago es la que preferiría usar

Tabla 18

Resultado Pregunta 6

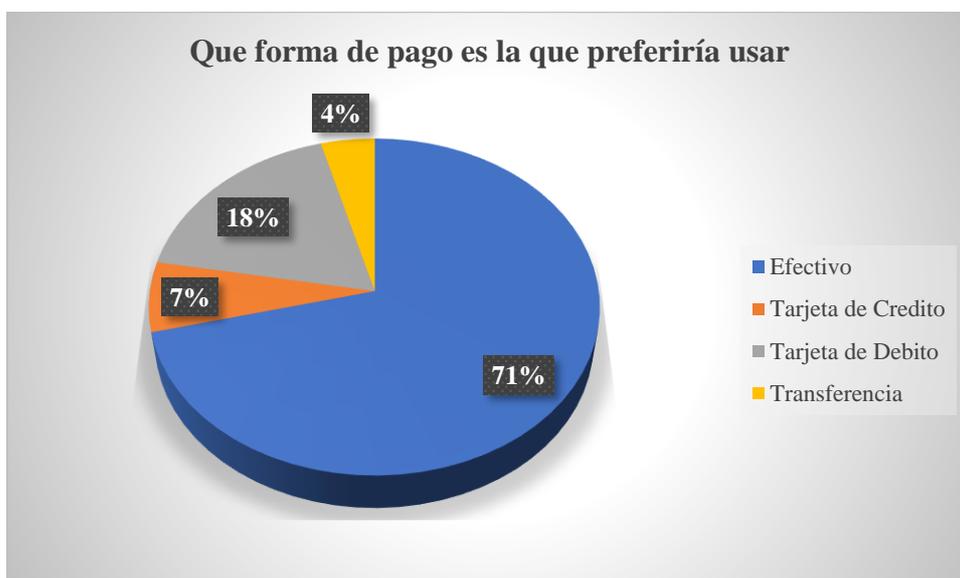
| | | |
|--------------------|-----|--------|
| Efectivo | 202 | 71,13% |
| Tarjeta de Crédito | 19 | 6,69% |
| Tarjeta de Debito | 51 | 17,96% |
| Transferencia | 12 | 4,23% |
| Total general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

Como resultado de esta pregunta se puede observar que el 71,13% de los encuestados prefieren realizar su pago por medio de efectivo, el 17,96% con tarjeta de débito, el 6,69% con tarjeta de crédito y el 4,23% por medio de transferencia.

Gráfico 6



Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

7.- En que horario accedería a jugar boliche americano

Tabla 19

Encuesta pregunta 7

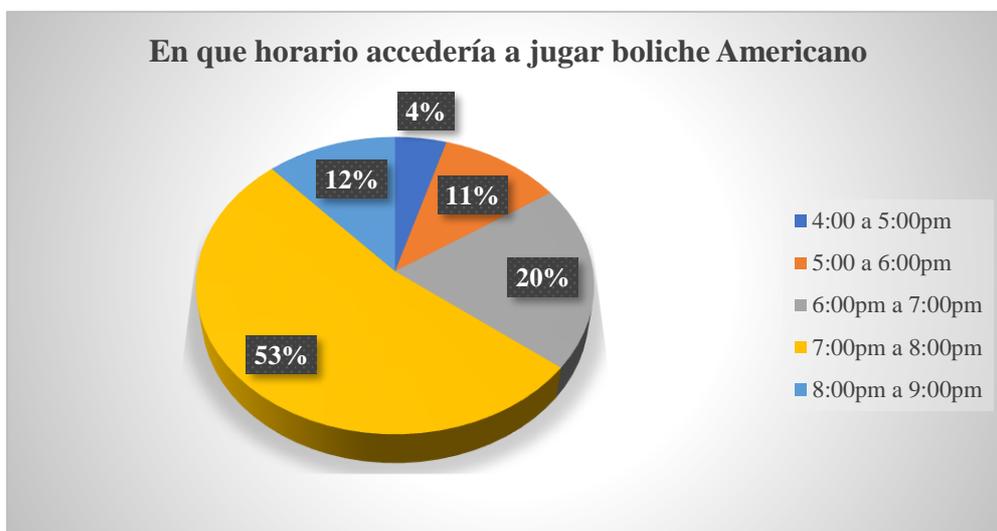
| | | |
|-----------------|-----|--------|
| 4:00pm a 5:00pm | 13 | 4,58% |
| 5:00pm a 6:00pm | 31 | 10,92% |
| 6:00pm a 7:00pm | 57 | 20,07% |
| 7:00pm a 8:00pm | 150 | 52,82% |
| 8:00pm a 9:00pm | 33 | 11,62% |
| Total general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

Dentro de los horarios a establecer, la hora donde el 52,82% de los encuestados prefieren un horario de 7:00pm a 8:00pm, el 20,07% prefieren un horario de 6:00pm a 7:00pm, el 11,52% de 8:00pm a 9:00pm, el 10,92% un horario de 5:00pm a 6:00pm y por último el horario que no prefieren es el de 4:00pm a 5:00pm que consta del 4,58% de los encuestados.

Gráfico 7



8.- Que se le viene a la mente cuando escucha la palabra ‘‘Diversión’’

Tabla 20

Respuesta Pregunta 8

| | | |
|----------------------|------------|-------------|
| Alegría | 8 | 3% |
| Amigos | 70 | 25% |
| Amistad | 6 | 2% |
| Descanso | 34 | 12% |
| Distracción | 11 | 4% |
| Entretenimiento | 14 | 5% |
| Familia | 6 | 2% |
| Felicidad | 26 | 9% |
| Juego | 14 | 5% |
| juegos de mesa | 4 | 1% |
| Jugar | 6 | 2% |
| jugar bolos | 8 | 3% |
| Lugar entretenido | 3 | 1% |
| parque | 2 | 1% |
| pasar bien | 22 | 8% |
| Pasear | 12 | 4% |
| salir a pasear | 38 | 13% |
| Total general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

Al ya tener agrupadas las totalidades de las palabras descritas por los encuestados es posible establecer cuáles son las palabras más relevantes con la frase planteada que en este caso es

“Amigos” con un porcentaje del 25%, “salir a pasear” con un valor del 13% y “descanso” con un valor de 12%.

Gráfico 8



Fuente: Encuesta realizada por el Autor
Elaborado por: Esteban Pico

9.- Que se le viene a la menta al escuchar la palabra Familia

Tabla 21

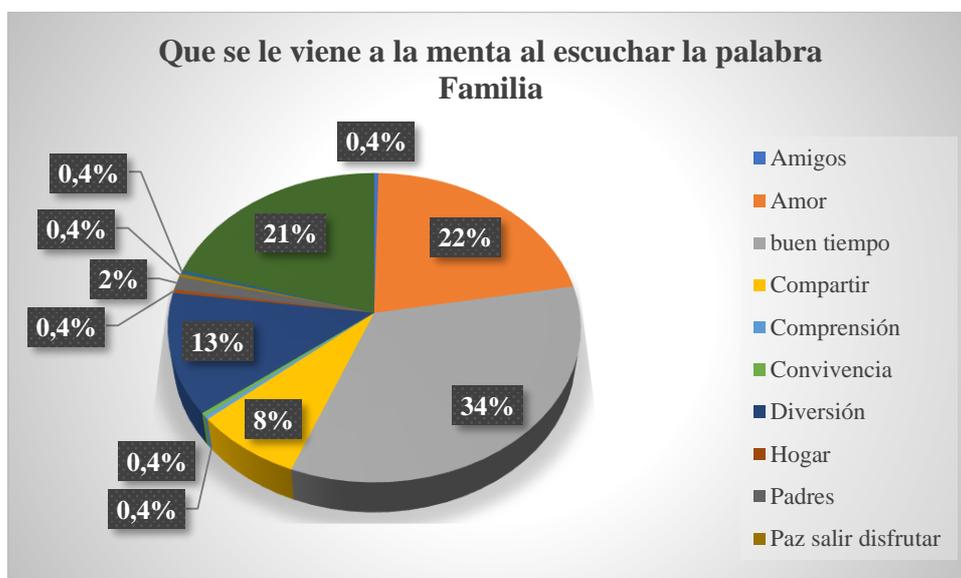
Resultado pregunta 9

| | | |
|---------------------|-----|------|
| Amigos | 1 | 0,4% |
| Amor | 62 | 22% |
| buen tiempo | 96 | 34% |
| Compartir | 22 | 8% |
| Comprensión | 1 | 0,4% |
| Convivencia | 1 | 0,4% |
| Diversión | 36 | 13% |
| Hogar | 1 | 0,4% |
| Padres | 4 | 1% |
| Paz salir disfrutar | 1 | 0,4% |
| Tranquilidad | 1 | 0,4% |
| Unión | 58 | 20% |
| Total general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el Autor
Elaborado por: Esteban Pico

Al agrupar todas las palabras y clasificarlas, la que tuvo más peso dentro de esta pregunta fue con un 34% que es “buen tiempo”, la palabra amor con un 22% y la tercera “Unión” con un 20%.

Gráfico 9



Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

10.- Cuáles son las características que debe tener salón de boliche americano

Tabla 22

Resultado pregunta 10

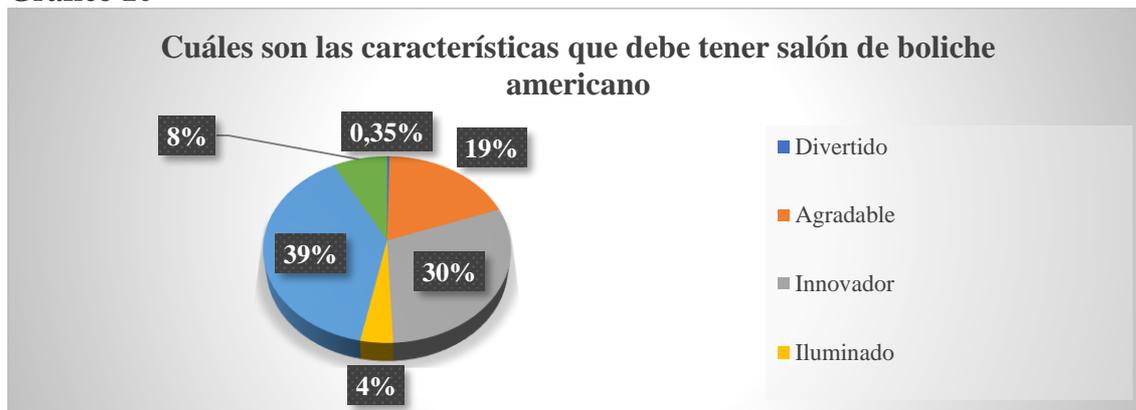
| | | |
|--|-----|--------|
| Divertido | 1 | 0,35% |
| Agradable | 54 | 19,01% |
| Innovador | 85 | 29,93% |
| Iluminado | 11 | 3,87% |
| Moderno | 111 | 39,08% |
| se encuentre en un sector céntrico para fácil acceso | 22 | 7,75% |
| Total general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

Las características principales y más fuertes dentro de los encuestados ha sido la palabra "Moderno" con un 39,08%, "Innovador" con un 29,93%, "Agradable" con 19,01%, "que se encuentre en un sector céntrico para fácil acceso" con el 7,75%, "Iluminado" con un 3,87% y que sea divertido con el 0,35%.

Gráfico 10



Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

11.- Considera oportuno la práctica de este deporte en estos momentos?

Tabla 23

Respuesta Pregunta 11

| | | |
|------------------------|-----|--------|
| No | 11 | 3,90% |
| Sí | 223 | 79,08% |
| Tal vez (en blanco) | 48 | 17,02% |
| | 2 | 1% |
| Total general | 284 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

Gráfico 11



Fuente: Encuesta realizada por el Autor

Elaborado por: Esteban Pico

Análisis: De la población encuestada el 79% consideran oportuno la práctica del deporte de salón, el 17% tal vez y el 4% creen que no es oportuno la práctica de este deporte en la actualidad.

1.3.6. Demanda Potencial

La demanda está definida como “la cantidad de productos que se consumen por un periodo de tiempo determinado, a distintos precios dependiendo de diversos factores que atraviese el mercado en ese entonces” (Simón, 2019, pág. 122)

Calculo Promedio Simple

$$N = \frac{(1,96)^2 * (4)^2}{(0,05)^2}$$

$$N = \frac{(3,8416) * 16}{0,0025}$$

$$N = \frac{61,4656}{0,0025}$$

$$N = 24.586,24$$

1.3.6.1.Demanda en personas

Tabla 24

Cálculo del promedio simple en personas

| Promedio Simple | | |
|------------------------|------------|--------------|
| Año | TCP | Valor |
| 2017 | | 7779 |
| 2018 | | 10372 |
| 2019 | | 13830 |
| 2020 | | 18440 |
| 2021 | 1,75% | 24586 |
| 2022 | | 15001 |
| 2023 | | 16446 |
| 2024 | | 17661 |
| 2025 | | 18427 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

1.3.6.2.Demanda en unidades

Tabla 24

Cálculo de demando en unidades

| Año | Demanda en unidades |
|------------|----------------------------|
| 2017 | 81.682,02 |
| 2018 | 108.909,36 |
| 2019 | 145.212,48 |
| 2020 | 193.616,64 |
| 2021 | 258.155,52 |
| 2022 | 157.515,20 |
| 2023 | 172.681,84 |
| 2024 | 185.436,34 |
| 2025 | 193.481,11 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis: La demanda en unidades a generado un crecimiento desde su año de inicio con un valor de 81.862,02 en el 2017 y en el año 2022 genero un valor de 258.155,52, siendo el último año el 2025 con un valor de 193.481,11.

Tabla 25

Proyección de demanda en dólares

| Demanda en unidades | Precio Promedio | Demanda en dólares |
|----------------------------|------------------------|---------------------------|
| 81.682,02 | | 898.502,22 |
| 108.909,36 | | 1.198.002,96 |
| 145.212,48 | | 1.597.337,28 |
| 193.616,64 | 11 | 2.129.783,04 |
| 258.155,52 | | 2.839.710,72 |
| 157.515,20 | | 1.732.667,24 |
| 172.681,84 | | 1.889.500,25 |
| 185.436,34 | | 2.039.799,71 |
| 193.481,11 | | 2.128.292,19 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis: La demanda en el 2022 es de \$1.732.667,24 y tomando en cuenta que tendrá un crecimiento para el año 2022 de \$2.128.292,19.

1.4.Análisis del Macro y Micro Ambiente

1.4.1. Análisis del macro ambiente

Tabla 26

Análisis FODA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| Único negocio que ofrece este servicio en la ciudad | No existe mucha practica de esta actividad en la ciudad |
| Variedad de servicios | Alta inversión del capital |

| | |
|---|--|
| Actividad Interactiva | Falta de experiencia |
| Equipamiento nuevo y de última tecnología | Posicionamiento |
| Ubicación | Mantenimiento de maquinaria |
| Maquinaria de calidad | Aparición de competencia |
| AMENAZAS | OPORTUNIDADES |
| La población es un muy tradicionalista en actividades | Reactivación de centros de entretenimiento den el Ecuador. |
| Pandemia Global | No hay locales que presten este servicio |
| Inestabilidad económica del país | Adaptación de medidas de bioseguridad para el lugar. |
| Restricciones por pandemia global | Interés por otros tipos de deporte |
| Disminución de la demanda | No existen lugares con deportes de salón |
| | Precios adecuados y accesibles |

Fuente: Investigación
Elaborado por: Esteban Pico

Matriz de Evaluación de Factores Internos MEFI EFI

Tabla 27

Matriz de Evaluación de Factores Internos

| Matriz de Evaluación de Factores Internos | | | |
|---|-------------|--------------|--------------------|
| Factores críticos | Peso | Valor | Ponderación |
| Fortalezas | | | |
| Único negocio que ofrece este servicio en la ciudad | 0,1 | 4 | 0,4 |
| Variedad de servicios | 0,07 | 3 | 0,21 |
| Actividad Interactiva | 0,1 | 4 | 0,4 |
| Equipamiento nuevo y de última tecnología | 0,10 | 4 | 0,36 |
| Ubicación | 0,10 | 4 | 0,44 |
| Actividades innovadoras | 0,13 | 3 | 0,39 |
| Total | 0,6 | | 2,2 |
| Debilidades | | | |
| No existe mucha practica de esta actividad en la ciudad | 0,06 | 2 | 0,12 |

| | | | |
|-----------------------------|------------|---|-------------|
| Alta inversión del capital | 0,10 | 2 | 0,22 |
| Falta de experiencia | 0,05 | 1 | 0,05 |
| Posicionamiento | 0,08 | 1 | 0,08 |
| Mantenimiento de maquinaria | 0,09 | 2 | 0,18 |
| Aparición de competencia | 0,02 | 1 | 0,01 |
| Total | 0,4 | | 0,66 |
| Total | 1 | | 2,86 |

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autor

Análisis

Con los datos obtenidos a través de la matriz MEFI EFI del salón de boliche americano tiene una matriz positiva, ya que se consiguió un resultado de 2,86 de factores que le permiten alcanzar el éxito y lo ponen por encima del nivel aceptable que es de 2,5 con lo que las fortalezas que tiene son mayores a sus debilidades ya que estas presentan un valor de 2,2 en un valor de 0,66 por lo que el ambiente interno del salo de boliche americano es favorable para el crecimiento de la misma.

1.4.2. Análisis del macro ambiente

Matriz de Evaluación de Factores Externos EFE

Tabla 28

Matriz de Evaluación de Factores Externos

| Matriz de evaluación de factores externos | | | |
|--|-------------|--------------|--------------------|
| Factores críticos | Peso | Valor | Ponderación |
| Oportunidades | | | |
| Reactivación de centros de entretenimiento den el Ecuador. | 0,9 | 3 | 0,42 |
| No hay locales que presten este servicio | 0,1 | 3 | 0,3 |
| Adaptación de medidas de bioseguridad para el lugar. | | | |
| Interés por otros tipos de deporte | 0,13 | 4 | 0,44 |
| No existen lugares con deportes de salón | | | |
| Precios adecuados y accesibles | | | |

| | | | |
|--|-------------|----------|-------------|
| Reactivación de centros de entretenimiento den el Ecuador. | 0,10 | 3 | 0,27 |
| No hay locales que presten este servicio | 0,11 | 4 | 0,48 |
| Adaptación de medidas de bioseguridad para el lugar. | | | |
| Interés por otros tipos de deporte | 0,11 | 3 | 0,33 |
| No existen lugares con deportes de salón | | | |
| Precios adecuados y accesibles | | | |
| Total | 0,67 | | 2,24 |
| Amenazas | | | |
| La población es un muy tradicionalista en actividades | 0,05 | 1 | 0,05 |
| Pandemia Global | 0,1 | 2 | 0,2 |
| Inestabilidad económica del país | | | |
| Restricciones por pandemia global | 0,05 | 1 | 0,05 |
| Disminución de la demanda | | | |
| La población es un muy tradicionalista en actividades | 0,04 | 1 | 0,04 |
| Pandemia Global | 0,09 | 2 | 0,18 |
| Total | 0,33 | | 0,52 |
| Total | | 1 | 2,76 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Análisis

En la matriz MEFE se obtuvo un resultado positivo ya que como resultado total es de 2,76 por lo que podemos conocer que tiene mayor oportunidad en el mercado para poder competir ya que con sus factores externos ayudara a que el salón de boliche americano destaque en el mercado, tiene un valor en oportunidades de 2,24 y una amenaza de 0,52

Matriz de Perfil Competitivo MPC

Para realizar la matriz MPC (Matriz de perfil competitivo se tomó a consideración centros de entretenimiento similares que tiene reconocimiento dentro y fuera de la ciudad como son Cosmic Bowling, Bowling Center Uio.

Tabla 29
Matriz MPC

| Matriz MPC | | | | | | |
|-----------------------------|----------------|--------------|-------------|----------------|--------------|-------------|
| Factores Críticos del éxito | Bowling Center | | | Cosmic Bowling | | |
| | Peso | Calificación | Ponderación | Peso | Calificación | Ponderación |
| Competencia de Precios | 0,2 | 3 | 0,6 | 0,1 | 1 | 0,1 |
| Servicios de calidad | 0,3 | 3 | 0,9 | 0,1 | 2 | 0,2 |
| Atención al cliente | 0,2 | 2 | 0,4 | 0,2 | 2 | 0,4 |
| Ubicación | 0,3 | 1 | 0,3 | 0,5 | 4 | 2,0 |
| TOTAL | 1 | | 2,2 | 0,90 | | 2,7 |

Fuente: Investigación
Elaborado por: Esteban Pico

Análisis

En la ciudad de Ambato no existe un salón de boliche americano para tomarlo como referencia actualmente, sino que estos se encuentran ubicado en Riobamba o Quito como lugares más cercanos y el competidor más fuerte se vuelve el “Cosmic Bowling” ya que tiene un valor de 2,7 de ponderación siendo su principal atributo su ubicación que genera mayor facilidad para que los clientes accedan a este.

1.4.3. Proyección de la oferta.

Tabla 30

Proyección de oferta

| Centros de diversión | Servicio | Capacidad Instalada | Periodo de Aprovisionamiento | Precio Promedio | Oferta Anual (Personas) | Oferta Anual (Dólares) |
|----------------------|------------------|---------------------|------------------------------|-----------------|-------------------------|------------------------|
| Cosmic Bowling | Juego de Boliche | 200 | Mes | 12,00 | 12.000 | 144.000,00 |
| La Bolera | Juego de Boliche | 100 | Mes | 10,00 | 6.000 | 60.000,00 |
| Bowling center | Juego de Boliche | 180 | Mes | 12,00 | 10.800 | 129.600,00 |
| Total | | | | 11,33 | 28.800 | 333.600,00 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autor

Análisis: La capacidad instalada que utiliza la competencia está definido de manera mensual, para calcular la oferta en unidades se transforma a años, por ende, la operación consiste en multiplicar la cantidad instalada por 11,33, las cantidades obtenidas se suman, obteniendo un total de 333.600,00 que es la oferta del año 2021.

1.5. Demanda Potencial Insatisfecha

Tabla 31

Cálculo Demanda Potencial Insatisfecha

| Centros de diversión | Servicio | Capacidad Instalada | Periodo de Aprovisionamiento | Precio Promedio | Oferta Anual (Personas) | Oferta Anual (dólares) |
|----------------------|------------------|---------------------|------------------------------|-----------------|-------------------------|------------------------|
| Cosmic Bowling | Juego de Boliche | 200 | Mes | 12,00 | 12.000 | 144.000,00 |
| La Bolera | Juego de Boliche | 100 | Mes | 10,00 | 6.000 | 60.000,00 |
| Bowling center | Juego de Boliche | 180 | Mes | 12,00 | 10.800 | 129.600,00 |
| Total | | | | 11,33 | 28.800 | 333.600,00 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

Tabla 32*Proyección de la oferta con inflación en dólares*

| Año | Demanda en dólares | Oferta en Dólares | DPI Dólares |
|------------|---------------------------|--------------------------|--------------------|
| 2021 | \$2.839.710,72 | \$780.360,00 | 2.059.350,72 |
| 2022 | \$1.732.667,24 | \$787.383,24 | 945.284,00 |
| 2023 | \$1.899.500,25 | \$794.469,69 | 1.105.030,56 |
| 2024 | \$2.039.799,71 | \$801.619,92 | 1.238.179,79 |
| 2025 | \$2.128.292,19 | \$808.834,50 | 1.319.457,70 |

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Esteban Pico

1.6.Diseño de marca (brandign)

En la creación del proyecto la idea principal es la creación de un centro de deporte de salón o boliche americano en la ciudad de Ambato con el nombre de “ Space Bowling” con el slogan “un ambiente de otra galaxia” para que las familias se puedan divertir si tener que viajar a otras ciudades, el enfoque del emprendimiento es brindar un ambiente de diversión con el juego de bolos como atractivo principal y entre otros juegos en máquinas electrónicas, billar o dardos.

Logotipo

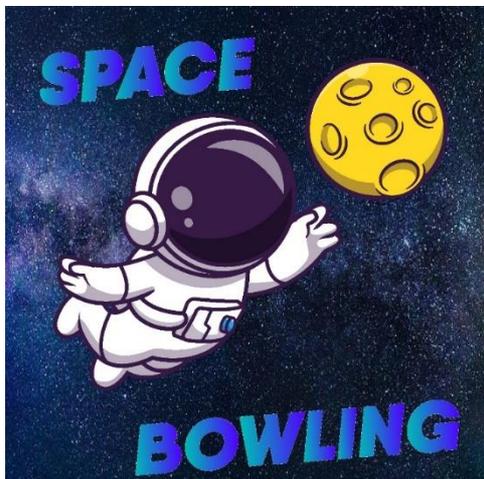


Ilustración 1

Logo "SpaceBowling"

Elaborado por: Esteban Pico

El logotipo va referente a su nombre, dando una temática espacial donde el usuario sería el astronauta y la bola de bolos sería la luna, los colores seleccionados son colores amistosos y llamativos para las personas.

1.7. Estrategias de marketing

Es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias. En lugar de cazar o persuadir, como lo hacían las ventas, el cliente pasó a ser cultivado en el marketing, el cual indaga las necesidades del consumidor y desarrolla el producto adecuado para éste. Para ello se tiene que ser más eficaz a la hora de generar, ofrecer y comunicar un mayor valor al mercado meta (de León, 2019. p. 60).

Con respecto a lo anteriormente establecido se diseñará una estrategia de marketing para que nos permita captar la atención del cliente al juego de bolos con esto se obtendrá la necesidad de entender el mercado y las necesidades de los consumidores

1.7.1. Publicidad que se realizará

En los tiempos actuales se puede crear una página web o destinos perfiles en redes sociales para poder interactuar con los clientes, lo que nos permitirá que el cliente vea los servicios y las actividades que se ofrece, lo cual en este emprendimiento se creará una simulación de las redes sociales para que los usuarios tengan la posibilidad de convertirse en una oportunidad de jugar en nuestra pista de boliche americano, se usará los siguientes medios para publicitar:

- Uso de redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok.
- Presentación de servicio por medio de influencers.
- Publicidad en Google y YouTube.
- Crear imagen publicitaria del local.

1.8. Canales de Distribución

El modelo que aplicara es digital combinado con uno tradicional donde el enfoque es aprovechar la tecnología para levantar nuevos valores en estos modelos donde se tendría experiencia con los clientes.

Los pagos serán por medio de efectivo y tarjetas de débito ya que estos tienen una buena aceptación en el mercado de entretenimiento, se usará un sistema de reservas, donde el pago se lo realizará cuando los participantes llegues 10 minutos antes de su reserva, esto nos va ayudar a tener una mejor coordinación de las reservas y entrega de pistas.

1.9. Seguimiento de Clientes

En la actualidad es fácil implementar un CRM, ya que este facilita de cierta manera el poder identificar los clientes potenciales, varias plataformas nos ofrecen herramientas mas evolucionadas y con un mejor enfoque en ventas y así desarrollar de mejor manera el marketing.

Existen varias plataformas que nos ofrecen herramientas de CRM para nuestro negocio y una de esa es Hubspot, en esta plataforma su objetivo es ayudar a los profesionales de marketing a desarrollar estrategias de ventas y poder tener un mejor control de las acciones de marketing y ventas.

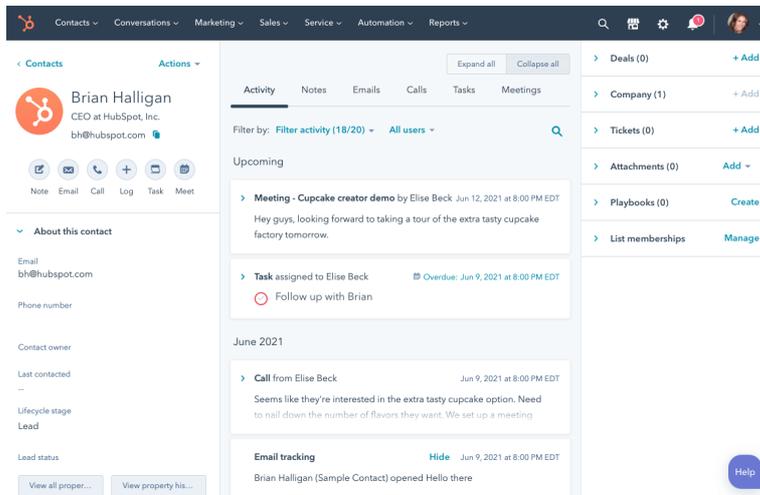


Ilustración 2 CRM HubSpots

Elaborado por: Esteban Pico

1.10. Especificar mercados alternativos.

Cuando ya se encuentre posicionado dentro del mercado, se podrá buscar diferentes alternativas de mercado para así mejorar el posicionamiento de este para poder abarcar las necesidades de los clientes en la ciudad de Ambato y sus alrededores.

CAPITULO II

2. Objetivo del Capítulo

- Detallar el diseño estructural del salón de boliche americano en la ciudad de Ambato ciudadela Ficoa.

2.1.Descripción del proceso

2.1.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

El centro de boliche americano se distinguirá por ofrecer a los Ambateños el servicio de juegos de pista como un proyecto innovador que se va implementar con otros atractivos como juegos de máquinas, mesa de billar entre otros con los cuales se diferencia con los sitios de diversión familiar que existen en las diferentes ciudades del Ecuador.

1.- Ingreso de Clientes: En el primer punto se encuentra el ingreso de los clientes al salón ubicado en la zona de la ciudad de Ambato.

2.- Selección de la actividad a realizar: El cliente escogerá una de las actividades que existan dentro del catálogo como:

- Jugar bolos
- Billar
- Juegos recreativos (Dardos, juegos de mesa, máquinas de juegos digitales entre otros.)

3.-Equipamiento: Dependiendo de la actividad que el cliente escoja se le brindara implementos que se les genere más comodidad al momento de jugar el juego de bolos, estos materiales serán un par de zapatos de bolos, un spray desinfectante, llaves de un locker para guardar sus pertenencias y un monitor donde podrán controlar todas las actividades del juego.

4.-Inicio de juego: El cliente se acercará su pista de juego según la numeración asignada donde se colocará los zapatos y dará inicio al juego dependiendo del número de clientes o el

tiempo que sea seleccionado.

5.-Recepcion de equipamiento: El cliente se acerca a devolver el equipamiento donde se lo recibe y se les da el debido cuidado y limpieza de los mismo.

6.-Limpieza de áreas utilizadas: El personal se encarga de la limpieza de la pista utilizada y proceden a chequear que el funcionamiento de la misma se encuentre en su mejor estado.

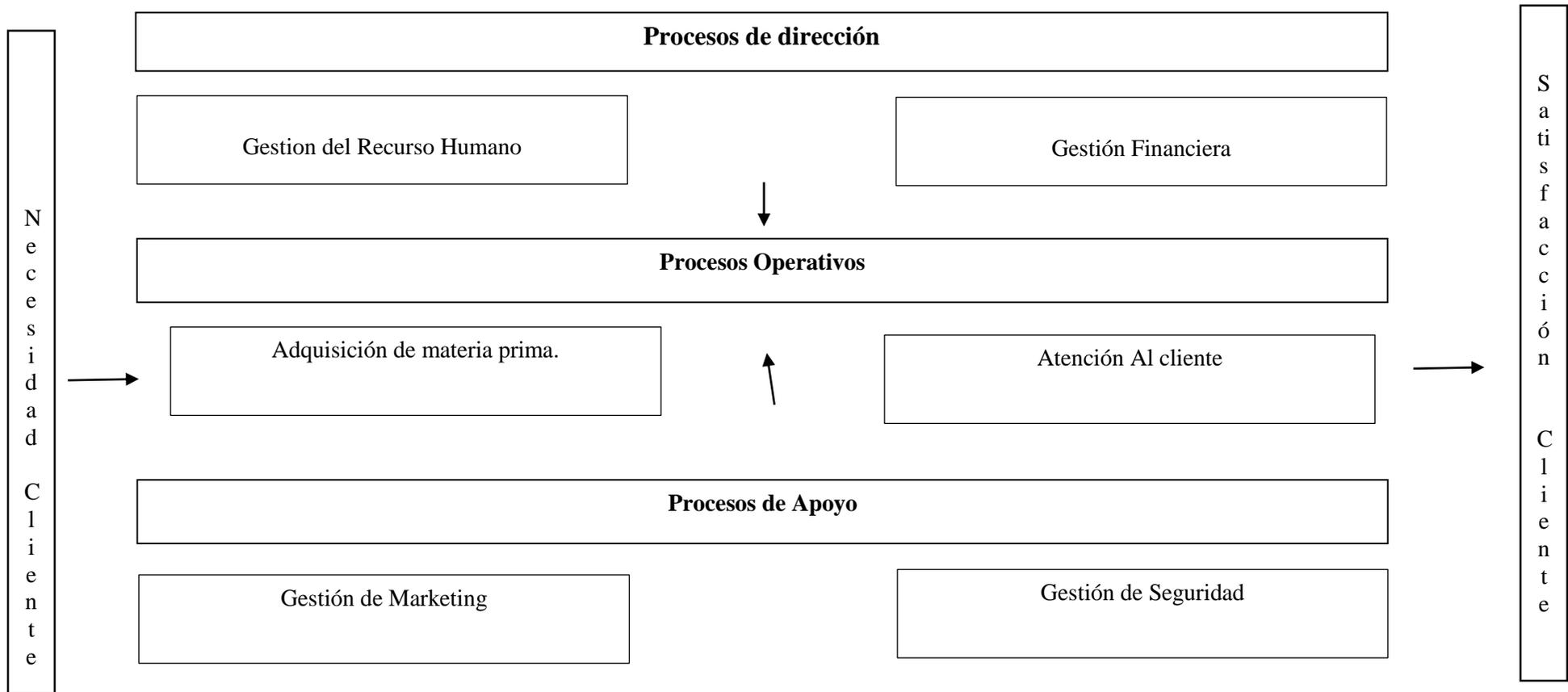
Mapa de Procesos

El mapa de procesos es la representación gráfica de la organización que se gestiona por procesos; en esta se ponen de manifiesto sus enfoques, su principio de gestión horizontal, la posición del cliente (partes interesadas), los componentes principales del enfoque de procesos, su punto de partida y su objetivo; los tipos y clases de procesos. (Alarcón Parra, 2018, p.59)

En el siguiente mapa de procesos se describe las áreas de dirección, procesos operativos, la distribución y procesos de apoyo.

Figura 1

Mapa de procesos



Elaborado por: Esteban Pico

Flujograma de Procesos

En el flujograma se conocerá el procedimiento que el personal debe realizar para atender al cliente, formando un proceso secuencial de cada una de las actividades que se deben cumplir en el proceso de atención.

Figura 2

Flujograma de procedimiento

| | Procedimiento | Responsabilidad del proceso | | Revisado por | Aprobado por | Página |
|---|--|-----------------------------|-------|---|--------------|--------|
| | Area de Juego de Bolos | Administracion | | | Gerente | 1 de 1 |
| Objeto/Alcance | Identificar el proceso de juego de bolos | Versión | Fecha | Descripción del cambio sobre version anterior | | |
| | | 1 | | Version Inicial | | |
| Flujograma | | Registro | | Informacion Complementatria | | |
| <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Ordena1[Ordena] Ordena1 --> Visualiza[Visualiza precios y opciones de juego] Visualiza --> Decision{Decisión de juego} Decision --> Escoge[Escoge otro tipo de diversión] Decision --> Ordena2[Ordena] Ordena2 --> Paga[Paga] Paga --> Entrega[Entrega de equipamiento] Entrega --> Diversión[Diversión] Diversión --> Fin([Fin]) Escoge --> Fin </pre> | | | | | | |

Elaborado por: Esteban Pico

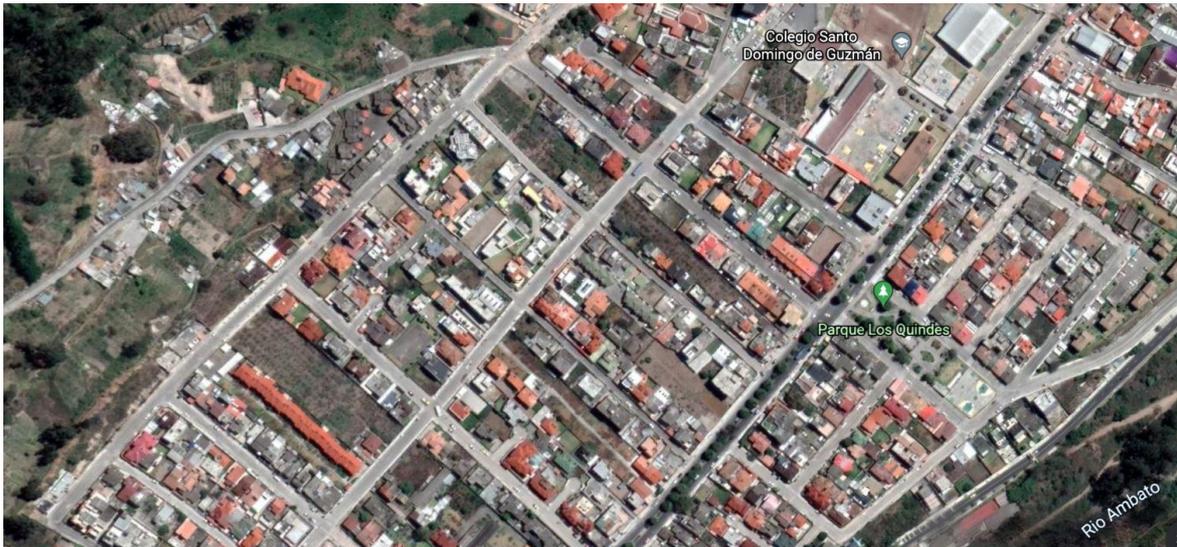
2.1.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Instalaciones

Las instalaciones del centro de boliche americano se ubicarán en el sector de ficoa en la ciudad de Ambato, como se muestra en el siguiente mapa:

Imagen 1

Ubicación del salón de boliche americano "Space Bowling"



Nota: Imagen obtenida de Google Earth

El salón de boliche americano "Space bowling" cuenta con una extensión de 950.83m² donde el usuario podrá tener una experiencia de disfrutar de este juego con la infraestructura necesaria para brindar la mayor comodidad a sus usuarios que contará solo con una planta para el cliente y una superior para personal de oficina.

Tabla 33

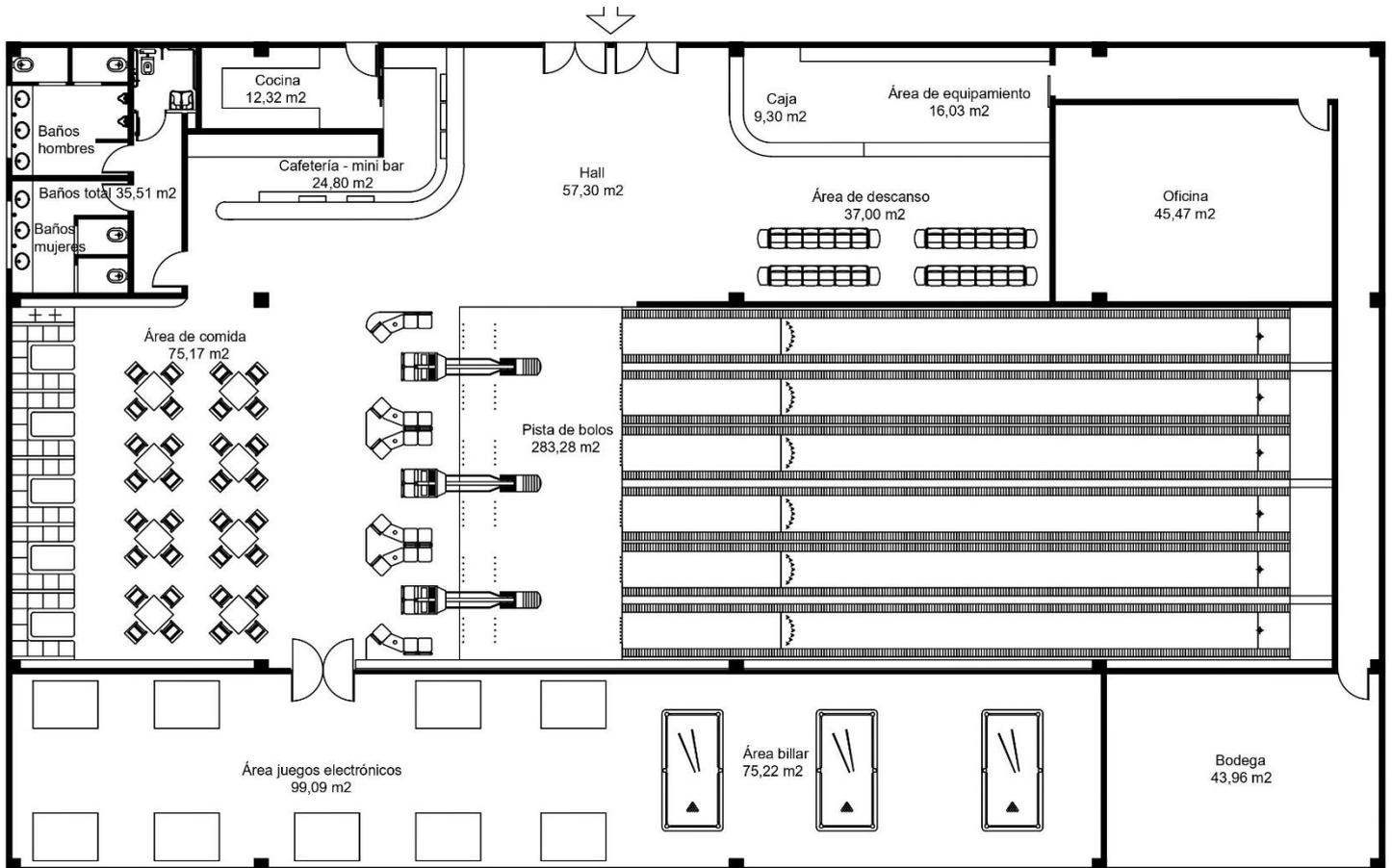
Distribución del salón de boliche americano "Space Bowling"

| Descripción | Dimensión(m ²) |
|----------------------|----------------------------|
| Pistas de bolos | 283,28 |
| Caja | 9,30 |
| Área de descanso | 37,00 |
| Área de equipamiento | 16,03 |
| Bodega | 43.43 |

| | |
|-----------------------------|-------|
| Cocina | 12,32 |
| Baños | 35,51 |
| Área de Juegos Electrónicos | 96,38 |
| Zona de Billar | 75,22 |
| Oficina | 45,47 |

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Esteban Pico

Figura 3
 Modelo de establecimiento



Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Esteban Pico

Tabla 34*Descripción de equipos*

| Actividad | Equipos | Características |
|--|----------------------------------|---|
| Ingreso al sistema de clientes, facturas, compra de alimentos, recarga de tarjetas para juegos de video o billar | Computadora | <p>Marca: HP</p> <p>Modelo: HP-22df</p> <p>Procesador: Intel Celeron G5900T Dual-Core (frecuencia de 3,2 GHz, caché de 4 MB, núcleos duales), Intel UHD Graphics 630.</p> <p>Memoria RAM: 16GB ddr4</p> |
| Mantenimiento para maquinarias de boliche | Sistema de bowling | Sistema mismo del equipo de bowling que brinda actualizaciones y test´s de verificación para conocer las condiciones de los equipos. |
| Enfermería | Implementos de primeros auxilios | <p>Alcohol</p> <p>Algodón</p> <p>Esparadrapos</p> <p>Guantes</p> <p>Mascarillas</p> |
| Seguridad | Cámaras de vigilancia | <p>Marca: XVIM</p> <p>Sistema de cámaras de seguridad</p> <p>Resolución de video: HD 1080p</p> <p>Visión nocturna</p> <p>Alerta de movimientos</p> |

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** Esteban Pico

Cada uno de los diferentes equipos que se detallaron anteriormente son necesarios para que el personal de la empresa se maneje de manera adecuada en seguridad, enfermería y administración de la empresa.

Tabla 35

Capacidad de juegos (Bowling, Máquinas electrónicas, billar y dardos)

| Actividad | Tiempo de juego (por actividad) | No. Personas | Horas-hombre |
|--------------------------|--|---------------------|---------------------|
| Máquinas electrónicas | 3min | 10 | 8h |
| Billar | 40min | 6 | 8h |
| Dardos | 20 min | 2 | 8h |
| Bowling | 40min | 6 | 8h |

2.1.3. Tecnología a aplicar

Dentro del centro de salón de boliche americano contara con sistemas automatizados y modernos que le permitirán al usuario tener una experiencia diferente al jugar los bolos o las diferentes actividades como los juegos electrónicos que cuenta con la última tecnología para una experiencia más realista.

Tabla 36

Equipos que utiliza el salón de boliche americano "Space Bowling"

| Nombre | Características | Dimensión |
|--------------------------------|--|--|
| Snooker tabla de billar | Snooker table pool está diseñada con parachoques de goma profesional k66 que proporcionan un rebote | Dimensiones: 2.74x2.74x2 Peso: 661 Lb |

| | | |
|---|--|---|
| | consistente y un disparo mas predecible. | |
| Arachnid Cricket Pro 650 | Este juego contiene 24 juegos con 132 variaciones, nylontough con segmentos que mejoran la jugabilidad y durabilidad, al ser un juego de puntuación cuenta con una pantalla y computadora que da indicaciones a sus participantes. | Dimensiones del producto: 17.14 x 58.42 x 78.75 cm Peso: 11.02 Lb |
| Double Players Outrun | Simulador de manejo de autos con conectividad para realizar competencia con otros jugadores que este a la par de ti, contiene audio envolvente y movimientos acorde a tu competencia. | Dimensiones del producto: 200 x 180 x 245 cm Peso: 552 Lb |
| Máquina de Arcade de pie de Pacman | Tablero principal de cristal líquido de Taiwán Sky car, fuente de alimentación de lujo y alta potencia 48V, contiene un Dispositivo de moneda de lámpara LED de grado de joyería: doble inteligencia. | Dimensiones del producto: 78 x 163 x 245 cm Peso: 617 Lb |
| Gun Shot | Pistola de realidad Virtual para combatir con lo ultimo en tecnología en realidad virtual, audio envolvente, graficas con definición 4k, reacción de sensores al instante. | Dimensiones del producto: 180 x 123 x 193 cm Peso: 716 Lb |

Nota: Elaboración propia.

2.1.4. Factores que afectan las operaciones

Los factores que afectarían al salón de boliche americano “Space Bowling” se considera equipamiento eléctrico alterno, es decir, el abastecimiento de un transformador en caso de cortes de energía, ya que la mayoría de la maquinaria requiere de energía para su funcionamiento adecuado. Adicionalmente un factor externo que está afectando a los negocios es la pandemia del COVID-19 a nivel nacional y de todo el mundo, pues, con las diferentes restricciones implementadas, varía mucho los aforos que permite el COE Nacional.

Ritmo de trabajo

Tabla 37

Cálculo del Tiempo de actividades del “Space Bowling”

| Actividad | Tiempo 1 | Tiempo 2 | Tiempo 3 | Tiempo 4 | Tiempo 5 | Tiempo Total |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|
| Recepción | - | - | - | - | - | - |
| Información del cliente | 3 min | 5 min | 4 min | 8 min | 5 min | 5 min |
| Venta de pista de juego de bolos | 10 min | 5 min | 7 min | 12 min | 8 min | 8 min |
| Espera hasta turno de juego | 5 min | 15 min | 25 min | 30 min | 20 min | 19 min |
| Uso de área de juegos electronicos, billar o dardos | 8 min | 10 min | 12 min | 6 min | 10 min | 9 min |
| Juego de Bolos | 40 min |
| Salida del Cliente | 5 min |

Nota: Elaboración propia

Tabla 38*Ritmo de trabajo servicio de Salón de boliche americano "Space Bowling"*

| Actividad | Número de Personas | Tiempo Promedio | Tiempo Normal | Ritmo de trabajo |
|--|---------------------------|------------------------|----------------------|-------------------------|
| Recepción | 1 | - | - | Normal |
| Información del cliente | 1 | 10 min | 11 min | Normal |
| Caja (pago por servicios adquirir) | 1 | 8 min | 9 min | Normal |
| Espera el turno juego | 1 | 5 min | 6 min | Normal |
| Personal de apoyo en instalaciones (uso de área de juegos electrónicos, billar o dardos) | 2 | 60 min | 60 min | Normal |
| Salida del Cliente | 1 | 5 min | 5 min | Normal |

Nota: Elaboración propia**Número de trabajadores**

En "Space Bowling" se cuenta con un total de 4 personas para dar inicio a sus funciones donde el gerente será quien se encargue de todos los aspectos administrativos y legales como también la toma de decisiones entre otras actividades, los demás están distribuidos en atención al cliente, entrega de equipamientos, mantenimiento y minibar.

Tabla 39*Número de trabajadores*

| Cargo | N° Personas | Funciones | Costo Fijo | Costo Variable |
|------------------------------------|------------------------|--|-----------------------|---------------------------|
| Gerente | 1 | será quien se encargue de todos los aspectos administrativos y legales como también la toma de decisiones entre otras actividades. | X | |
| Atención al cliente y equipamiento | 3 | Tendrá la tarea de indicar las diferentes actividades y responder las inquietudes que tengan los clientes para así brindarles la información adecuada. | X | |
| Mantenimiento | 2 | Se encargan del mantenimiento de las máquinas, sistemas y encargados del mantenimiento y limpieza del salón de boliche. | X | |

Nota: Elaboración Propia

2.2.Capacidad de Producción

2.2.1. Capacidad de Producción Futura.

Tabla 40

Calculo Tiempo de Atención al cliente

| Tiempo de Atención por Grupo de Personas | |
|---|---------------|
| Minutos | 110 |
| 40 min * 8 horas | 320 |
| Atención por día | 2,91 |
| Atención por 7 días que tiene la semana | 20,36 |
| Semanas | 81,45 |
| Año | 977,45 |

Nota: Elaboración Propia

Tabla 41

Capacidad de Atención Futura

| Año | TCP | Capacidad por Año |
|------------|------------|------------------------------|
| 2021 | | 977 |
| 2022 | | 994 |
| 2023 | 1,75% | 1011 |
| 2024 | | 1029 |
| 2025 | | 1047 |

Nota: Elaboración propia

Tabla 42

Descripción de materia prima

| Actividad | Importancia | Sustituto |
|------------------------------|--------------------|---|
| Computadora de escritorio | Alto | Computadora HP-22df |
| Cámaras de vigilancia | Alto | XVIM CAM 1080P |
| Implementos de Enfermería | Alto | Botiquín secundario |
| Implementos de mantenimiento | Medio | Accesorios de Mantenimiento de maquinaria o sistemas. |

2.3.Calidad

La calidad se entiende como el conjunto de caminos mediante el cual se consigue la calidad, incorporándola por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés “management” que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades por esto una posible definición de calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro, así teniendo un enfoque a una mejora permanente. (San Miguel,2007)

2.3.1. Método de control de calidad

Para conocer el control de calidad de salón de boliche americano se aplicará una encuesta de

satisfacción, donde conoceremos la experiencia del cliente al momento de recibir nuestros servicios, conocer si fue de su agrado, que les disgustó, que mejoraría entre otros que a continuación se realizara un modelo de encuesta para la satisfacción del cliente.

2.3.2. Diseño de la encuesta

Encuesta de Satisfacción

Salón de Boliche Americano "Space Bowling"

Eres importante para nosotros por eso queremos mejorar nuestros servicios para atenderte de una mejor manera. Califiqué en base a cuan satisfecho se siente con la atención que brindamos, marque una X en las opciones presentadas siendo 1 el grado menos satisfecho y 5 el grado mas satisfecho.

| 1. Atención al Cliente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | No aplica |
|--|---|---|---|---|---|-----------|
| Recibimiento | | | | | | |
| Información de los servicios y actividades | | | | | | |
| Horarios de actividades y tiempo de juegos | | | | | | |
| Agilidad en el proceso de compra | | | | | | |
| Atención en problemas con las pistas | | | | | | |
| | | | | | | No aplica |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 2. Logística | | | | | | |
| Factibilidad de desplazamiento en el centro | | | | | | |
| Experiencia durante disfrute de servicios | | | | | | |
| Lugares de descanso y espera de turnos de juegos | | | | | | |
| Utilidad de equipamiento en la pista de bowling | | | | | | |
| | | | | | | No aplica |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 3. Programación | | | | | | |
| Cumplimiento con las actividades | | | | | | |
| Información de instrucciones para juego de bolos | | | | | | |
| Cumplimiento de tiempos en juegos | | | | | | |
| | | | | | | No aplica |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 4. Grado General de Satisfacción | | | | | | |
| Grado de satisfacción general del servicio | | | | | | |

Comentarios y Recomendaciones:

2.4. Normativa y Permisos que afectan la instalación del negocio

2.4.1. Seguridad e higiene ocupacional

“La seguridad ocupacional está regida por el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, cuya finalidad es de prevenir accidentes laborales, de acuerdo con el decreto ejecutivo” (Decreto Ejecutivo, 2003).

Para el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene ocupacional en la empresa, se busca proteger la integridad de los clientes y personal de trabajo cumpliendo con el siguiente protocolo.

- Estructura con señalización adecuada en caso de emergencia donde el personal pueda organizarse para una mejor evacuación en caso de siniestros.
- Cuidar la integridad física de los trabajadores en áreas operativas.
- Salvaguardar la vida del personal interno como externo
- Instalaciones eléctricas adecuadas para que no exista ningún accidente que pueda causar una lesión al personal operativo.

CAPITULO III

3. Organización y Gestión

3.1. Objetivo del capítulo

Describir la filosofía empresarial enfocada al cumplimiento de las estrategias y planeación del salón de boliche americano.

3.2.Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1. Visión de la empresa

“Ser el centro de diversión familiar de mayor preferencia en la ciudad de Ambato”

3.2.2. Misión de la Empresa

Somos un centro de deporte, diversión familiar para niños, jóvenes y adultos que busca brindar momentos agradables de entretenimiento.

3.2.3. Objetivos y estrategias

MISIÓN: Somos un centro de deporte, diversión familiar para niños, jóvenes y adultos que busca brindar momentos agradables de entretenimiento.

**Objetivo Estratégico
Año 1**

Capacitar al personal en atención al cliente.

**Objetivo Estratégico
Año 2**

Aumentar la satisfacción del cliente con respecto a los tiempos cumplidos en las actividades.

**Objetivo Estratégico
Año 3**

Incrementar las ventas en un 15% en los meses de junio, julio y agosto.

**Objetivo Estratégico
Año 4**

Obtener posicionamiento del servicio con el público objetivo, nacional los primeros 6 meses del año.

**Objetivo Estratégico
Año 5**

Incrementar los servicios que se ofrece a los cliente con la expansión del local para el año 2026.

Políticas

Aceptación de nuevos cambios

Estrategias

Crear capacitaciones y foros de temas de atención al cliente y evaluar su desempeño.

Políticas

Cumplimiento con los horarios de actividades

Estrategias

Crear un sistema de las actividades a realizar o tiempos de juego que se cumplan de manera sistemática.

Políticas

Generar un ambiente agradable para el cliente.

Estrategias

Publicidad en redes sociales.
Promocionar servicio por medio de canales digitales, radio, tv , redes sociales.

Políticas

Establecimiento de redes sociales

Estrategias

Generar alianzas estratégicas.

Crear diferentes campañas de promoción.

Políticas

Generación de nuevas ideas.

Estrategias

Diseñar e implementar nuevos servicios.
Diseñar nuevo diseño interno del local.

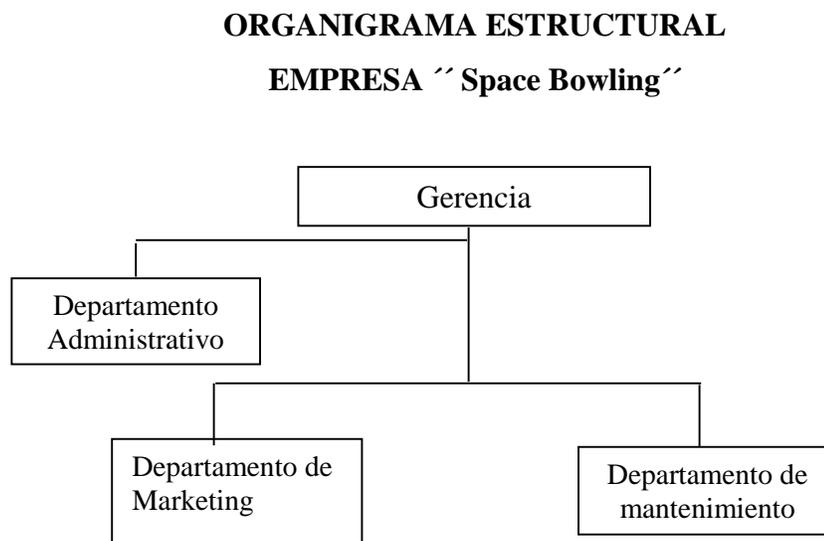
VISIÓN: “Ser el centro de diversión familiar de mayor preferencia en la ciudad de Ambato”

3.3. Organización Funcional de la Empresa

3.3.1. Organización Interna

Figura 4

Organigrama Estructural

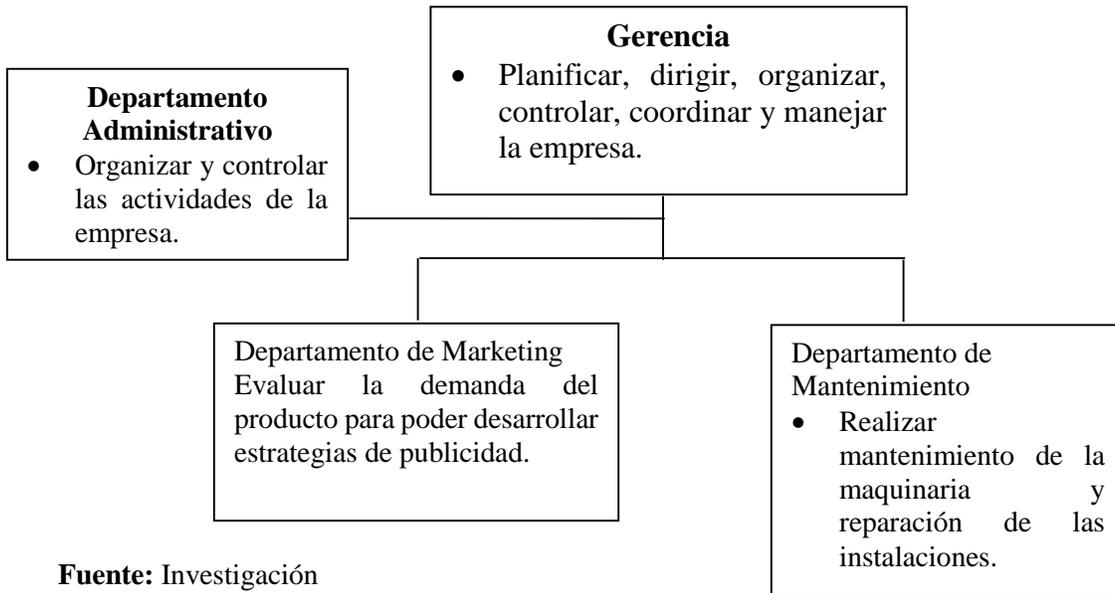


Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

EMPRESA "Space Bowling"



Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

3.3.2. Descripción de puestos.

Tabla 43

Descripción del Puesto Gerente

| I. INFORMACIÓN BÁSICA: | |
|--------------------------------|------------------|
| Puesto | Gerente |
| Jefe inmediato superior | Ninguno |
| Supervisa a | Todo el personal |
| II OBJETIVO DEL PUESTO: | |

-
- Proporcionar estabilidad laboral y Dirigir hacia los objetivos establecidos por la empresa y controlar el cumplimiento de las actividades establecidas.

III FUNCIONES

Anual

- Evaluar el cumplimiento de los objetivos estratégicos
- Analizar los resultados económicos de la empresa y su reporte de ser el caso a los organismos de control.
- Establecer el presupuesto Anual con el que trabajara la empresa para la consecución de los objetivos estratégicos.

Semestral

- Realizar la revisión de cumplimiento de objetivos
- Ajustar las estrategias u objetivos para alcanzar la visión de la empresa.

Mensuales y diarios

- Revisar informes económicos de la empresa

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional

Ing. o Lic. En Administración de Empresas.

Experiencia

Mínimo 2 años en cargos similares

Habilidades

- Liderazgo
- Toma de decisiones
- Comunicación
- Trabajo en equipo
- Trabajo a presión
- Pensamiento crítico

Formación

Conocimiento o

capacitaciones:

- Conocimientos actualizados
- Contabilidad
- Excel medio-avanzado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autor

Tabla 44

Descripción del Puesto *Administrativo*

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

| | |
|--------------------------------|---------------------|
| <i>Puesto</i> | jefe Administrativo |
| <i>Jefe inmediato superior</i> | Gerente |
| <i>Supervisa a</i> | Personal de caja |

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Gestionar la documentación administrativa y financiera de la empresa

III FUNCIONES

Anual

- Gestionar documentación o informes financieros de la empresa.
- Entregar información financiera de las actividades del año.

Semestral

- Mantener un registro contable de la empresa, con la normativa legal y contable.
- Administrar papelería

Mensuales y diarios

- Elaborar nóminas y pagos
-

-
- Atender las llamadas y problemas administrativos de manera ágil.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional (Ejemplos: Ingeniero o licenciado Administración de empresas u Organización Empresarial, etc.)

Experiencia Mínimo 2 años en cargos afines.

Habilidades

- Capacidad de Liderazgo
- Toma de decisiones
- Creatividad
- Iniciativa
- Buena comunicación
- Trabajo en equipo
- Trabajo bajo presión.
- Solución de problemas

Formación

Capacitaciones o cursos:

- Contabilidad
 - Paquetes contables
 - Excel medio/avanzado
-

Tabla 45

Descripción del Puesto de Atención al cliente.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

| | |
|--------------------------------|---------------------|
| <i>Puesto</i> | Atención al cliente |
| <i>Jefe inmediato superior</i> | Gerente |
| <i>Supervisa a</i> | Ninguno |

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Gestiona la compra de tiempos de juego de boliche

III FUNCIONES

- Conocer los productos y servicios
 - Negociar con los clientes
 - Dirigir la promoción y venta de productos
 - Captar nuevos clientes
 - Solución de problemas.
 - Investigación de nuevos mercados.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional (Ejemplos: Ingeniero o licenciado Administración de empresas u Organización Empresarial, etc.)

Experiencia Mínimo 1 año en cargo similares

Habilidades

- Toma de decisiones
- Creatividad
- Iniciativa
- Buena comunicación
- Trabajo en equipo

-
- Trabajo bajo presión.
 - Solución de problemas
-

Formación

Capacitaciones o cursos:

- Socialización con el cliente
-

Tabla 46

Descripción de puesto de Mantenimiento

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

| | |
|--------------------------------|---------------------------|
| <i>Puesto</i> | Mantenimiento |
| <i>Jefe inmediato superior</i> | Gerente |
| <i>Supervisa a</i> | Personal de Mantenimiento |

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Controlar y organizar los procesos de mantenimiento, limpieza y manejo de la maquinaria del lugar.

III FUNCIONES

- Mantener organizado los equipos.
 - Chequeo y prueba del correcto funcionamiento de maquinaria de pista de boliche.
 - Elaborar informes de mantenimiento del estado de la maquinaria.
 - Reportar fallas en la maquinaria en el caso de que existiera una de estas.
 - Correcto uso de los sistemas de mantenimiento.
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional (Ejemplos: Ingeniero, estudios técnicos o tecnológicos en mantenimiento de maquinaria.

| | |
|-------------|-----------------------|
| Experiencia | 1 año de experiencia. |
|-------------|-----------------------|

Habilidades

- Orientación al cliente
- Toma de decisiones
- Buena comunicación
- Trabajo en equipo
- Trabajo bajo presión.
- Solución de problemas

Formación

Capacitaciones o cursos:

- Mantenimiento de maquinaria
- Mantenimiento de maquinaria electrónica.

Nota: Elaboración Propia.

3.4. Control de Gestión

3.4.1. Indicadores de gestión

Estos indicadores nos permiten verificar el desempeño de los procesos tanto administrativos como operativos de la empresa y tener datos que nos ayuden a comparar con los datos esperados que nos permita tomar las mejores decisiones.

Tabla 47

Indicadores de Gestión

| Departamento | Indicadores | Fórmula |
|---------------------|---------------------------------------|---|
| Administrativo | Índice de cumplimiento de objetivos | $\frac{\text{Objetivos Cumplidos}}{\text{Objetivos totales}}$ |
| | Índice de Participación en el mercado | $\frac{\# \text{ de Clientes activos}}{\# \text{ de Clientes Potenciales}}$ |
| | Nivel de uso del material del Kit | $\frac{\# \text{ de materiales utilizados}}{\# \text{ de materiales programado}} * 100$ |

| | | |
|-------------------|-----------------------------------|---|
| | Nivel de Satisfacción del cliente | $\frac{\% \text{ Satisfacción actual}}{\% \text{ Satisfacción anterior}}$ |
| Área de Marketing | Productividad | $\frac{\text{Clientes atendidos}}{\text{Tiempo empleado por guías}}$ |
| | Índice de Ventas | $(\frac{\text{T. venta año actual}}{\text{T. venta año anterior}} - 1) * 100$ |
| | Índice de Gastos | $(\frac{\text{Total de gastos año 2}}{\text{Total de gastos año 1}} - 1) * 100$ |

Necesidad de Personal

En la creación de centro de deporte de salón “Space Bowling” se planea comenzar con una sola persona en cada uno de los puestos de la empresa con un administrador , una recepcionista , una persona para mantenimiento y limpieza y como final un contador asesor , a lo largo que sigan pasando los años y dependiendo de la necesidad de la empresa se busca proyectar tener un total de 9 personas para el 2025 con el fin de que cada uno de estos cumplan con sus roles establecidos y se lleve adelante a la empresa.

Tabla 48

Necesidad de Personal

| Personal | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-----------------|------|------|------|------|------|
| Administrador | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Recepcionista | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| Mantenimiento | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| Contador Asesor | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Esteban Pico

CAPITULO IV

4. Jurídico Legal

4.1. Objetivos del capítulo

Analizar la base legal referente a la apertura de un boliche americano que funcionara en la ciudad de Ambato.

4.2. Determinación de la forma jurídica

El centro de deporte de salón o boliche americano "Space Bowling" entra en lo que es una compañía de responsabilidad limitada.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. (Ley de Compañías, Art. 92, Sección V. 2017, p. 23)

Entre las obligaciones que tienen los socios según el extracto de la Ley de compañías están las siguientes:

- Pagar la suscripción de participación
- Cumplir con todos los deberes del contrato social
- Cumplir con las asesorías y prestaciones suplementarias que se prevé en el contrato

4.3. Registro de marcas

Este listado de pasos para realizar el registro de una marca nos ayuda a proteger la marca creada que tiene una duración de 10 años y teniendo la posibilidad de renovar.

Tabla 49

Proceso para registro de la marca

PROCEDIMIENTO

- 1.- Acceder a la página web del SENADI (www.derechosintelectuales.gob.ec)
- 2.- Clic en Programa/Servicios
- 3.- Clic en Casillero Virtual
- 4.- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- 5.- Llene los datos que me solicitan en el casillero virtual (si soy una persona natural, poner datos personales)
- 6.- Una vez llenado el procedimiento llegará un correo electrónico con el correo del usuario y contraseña
- 7.- Ingresar con su usuario y contraseña
- 8.- Clic en Pagos
- 9.- Ingresar en la Opción Trámites No En Línea
- 10.- Clic en Generar Comprobante
- 11.- Se despliega una plantilla para ingresar sus datos; se ingresará un código para la descripción de la Tasa de Pago.
- 12.- Ingrese los datos y cliquear en Generar Comprobante
- 13.- Imprimirlo
- 14.- Se pagará el valor de \$16,00 en el Banco del Pacífico
- 15.- Escanear los comprobantes de pago
- 16.- Envío del nombre de la marca al mail foneticoquito@senadi.gob.ec.
- 17.- Recibirá un correo sobre el informe de búsqueda.

Nota: *(Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2021)*

Registro de marcas

Tabla 50

Trámite para el registro de la marca

-
- 18.- Verificar que la marca no este registrada
 - 19.- Enviar las solicitudes en línea
 - 20.-Hacer clic en Registro
 - 21.-En el listado dar clic en Solicitud de Signos Distintivos
 - 22.- Se llenará la plantilla con datos sobre su marca
 - 23.- Hacer clic en guardar
 - 24.- Clic en Vista Previa
 - 25.- Clic en Generar comprobante de pago, con un valor de \$208,00
 - 26.-Cancelar en el Banco del Pacifico
 - 27.-Icono de Inicio de Proceso
-

Nota: (*Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2021*)

4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

En el siguiente cuadro se detallarán los permisos correspondientes que el centro de deporte de salón o boliche americano para obtener y lograr la apertura a sus clientes:

Tabla 51

Permisos de Funcionamiento para emprendimiento en la Ciudad de Ambato

| Nombre de requisito | Requisito | Detalles |
|----------------------------------|--|--|
| Registro Único de Contribuyentes | <ul style="list-style-type: none">• Cedula de identidad• Certificado de votación• Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente• Calificación artesanal | Tramite habilitado por el SRI que permite a las personas naturales realizar inscripciones en el Registro del Único del Contribuyente (RUC), por medio de la presentación de los requisitos |

| | | |
|---|---|--|
| | emitida por el organismo competente (SRI,2021) | correspondientes en las diferentes ventanillas habilitadas para el ciudadano a nivel nacional o por medio de la pagina web institucional (Servicio de Rentas Internas,2021) |
| Patente Municipal para la Ciudad de Ambato | Documento de constitución legal expedido. Registro Único de Contribuyente. Copia de certificado del nombramiento del Representante Legal. Copia de cedula del representante legal. Formulario de declaración de impuestos de patente municipal. Copia de declaración de Impuestos a la Renta del año inmediato anterior y validez por el Servicio de Rentas Internas (Municipalidad de Ambato,2021) | Todas las personas naturales o jurídicas están obligados a cumplir con el impuesto a patentes municipales (Municipalidad de Ambato,2021) |
| Requisitos para obtención de permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Ambato. | <ul style="list-style-type: none"> • Pago de Predio actualizado. • Copia del RUC. • Copia del Permiso del año anterior (para verificación). • Informe de Inspección, elaborado por el | Toda persona natural o jurídica que quiera abrir un negocio tiene que optar por el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. |

personal autorizado del Departamento de Prevención del CBA.

- Para centros de abastecimiento, embazadoras, centros de acopio y depósitos de distribución de GLP el permiso de la DNH, del año inmediato anterior.

- Para locales de categoría turística, de tolerancia y general de acuerdo a la REFORMA Y CODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA DE CONTROL Y REGULACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE DIVERSION Y TURISMO, publicada el 03 de diciembre de 2010, expedida por el I. Municipio de Ambato deberán presentar además informe favorable de la Dirección de Planificación de la Municipal de Ambato y el permiso único para su instalación otorgado por el IMA de acuerdo al Art. 9 y Art. 28 de la mentada Ordenanza.

- Para tienda de abarrotes (Permiso de suelo GADMA).

Nota: Investigación Propia

CAPITULO V

5. Evaluación Financiera

5.1. Objetivos del Capitulo

Diseñar un estudio financiero en el cual se pueda determinar la inversión a realizar.

5.2. Plan de Inversiones

El plan de inversión es una herramienta que nos permite ver el desarrollo de la empresa, ya que varios emprendedores saben en qué sector es el que se puede invertir y conocen el movimiento económico de las organizaciones, en la toma de decisiones de la empresa esto tiene un rol muy importante para su crecimiento y buen funcionamiento. (Murillo Vilela, Carlos Henry, 2019)

Tabla 52

Plan de Inversiones

| Descripción | Cantidad | Valor Unitario | Total (US\$) |
|---|----------|----------------|------------------|
| Instalaciones y remodelaciones | | | 15.000,00 |
| Terreno | 1,00 | 20.000,00 | 20.000,00 |
| Construcción | 1,00 | 6.000,00 | 18.500,00 |
| Pistas de bolos | 5,00 | 2.500,00 | 12500 |
| Instalaciones eléctricas | | | 630,00 |
| Honorarios Electricista | 1,00 | 330,00 | 350,00 |
| Equipamiento para conexiones eléctricas | 1,00 | 300,00 | 400,00 |
| Muebles y enseres | | | 740 |
| Escritorios | 3,00 | 150 | 450 |
| Sillas | 6,00 | 35 | 210 |
| Vitrinas | 2,00 | 40 | 80 |
| Equipos de Computación | | | 3385 |
| Computadoras de escritorio | 6,00 | 430 | 2580 |
| Radios Comunicadores | 2,00 | 35 | 70 |
| Cámaras de Vigilancia | 5,00 | 15 | 75 |
| Impresoras | 2,00 | 250 | 500 |

| | | | |
|----------------------------------|--------|--------------------|--------------------|
| Memorias Externas | 2,00 | 80 | 160 |
| Maquinaria y Equipos | | | 11335 |
| Aire Acondicionado | 2,00 | 800 | 1600 |
| Dardos | 3,00 | 50 | 150 |
| Mesas de Billar | 3,00 | 400 | 1200 |
| Máquinas de juegos electrónicos | 4,00 | 300 | 1200 |
| Sofás de sala para espera | 6,00 | 35 | 210 |
| sillas de mesas | 15,00 | 25 | 375 |
| Máquina de Baile | 2,00 | 1500 | 3000 |
| Mesas de hockey de aire | 3,00 | 1000 | 3000 |
| Pulsera magnéticas para juegos | 200,00 | 3 | 600 |
| Costo de constitución | | | 565 |
| Patente | 1,00 | 208 | 208 |
| Permiso Funcionamiento Municipal | 1,00 | 12 | 12 |
| Permiso Bomberos | 1,00 | 25 | 25 |
| Honorarios del Abogado | 1,00 | 320 | 320 |
| Capital de trabajo | | \$ 2.300,49 | \$ 6.901,47 |
| Servicios Básicos | | | 273 |
| Agua | | 8,00 | 24 |
| Energía Eléctrica | | 22 | 66 |
| Internet | | 40 | 120 |
| Teléfono | | 21 | 63 |
| Sueldos y Salarios | | | |
| Gerente | | 800 | 800 |
| Recepcionista | | 480 | 480 |
| Atención al cliente | | 500 | 500 |
| Personal de Mantenimiento | | 420 | 420 |
| Gasto de Ventas | | | |
| Publicidad | | 50 | 150 |
| Inversión Total | | | 57.329,47 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

Con los siguientes datos recopilados se conoce la inversión del salón de boliche americano, donde determinamos que el valor total es de **57.329,47**. Este rubro cubrirá los valores de construcción, instalación, adquisición de muebles y equipos.

5.3. Calculo de Costos y Gastos

5.3.1. Mano de Obra

Según *Polimeni, Fabozzi y Adelberg (2005)*, la mano de obra «es el esfuerzo físico o mental que se emplea en la elaboración de un producto». Se comentan que el costo de la mano de obra es el precio que se paga por emplear los recursos humanos. La compensación que se paga a los empleados que trabajan en las actividades relacionadas con la producción representa el costo de la mano de obra de fabricación

Tabla 53
Mano de Obra

| Ord. | Apellidos y nombres | Cargo | Código | SBU | Ingresos Otros | Total | Varios | Descuentos 9,45% | Total | Valor a pagar |
|------|---------------------|---------------------|--------|--------------------|----------------|--------------------|----------|------------------|------------------|--------------------|
| 1 | | Gerente | | \$ 600,00 | 0 | \$ 600,00 | 0 | 56,7 | \$ 56,70 | \$ 543,30 |
| 1 | | Atención al cliente | | \$ 425,00 | 0 | \$ 400,00 | 0 | 40,1625 | \$ 40,16 | \$ 359,84 |
| 1 | | Recepcionista | | \$ 425,00 | 0 | \$ 400,00 | 0 | 40,1625 | \$ 40,16 | \$ 359,84 |
| 1 | | Mantenimiento | | \$ 420,00 | 0 | \$ 400,00 | 0 | 39,69 | \$ 39,69 | \$ 360,31 |
| | | | | \$ 1.870,00 | 0 | \$ 1.800,00 | 0 | 176,715 | \$ 176,72 | \$ 1.623,29 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

Tabla 54*Provisiones y beneficios*

| Provisiones y Beneficios | | | | | | | | |
|---------------------------------|--------------|-----------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| A. Patronal | SECAP | IECE 0,5 | XIII | XIV | Fondo | Vacaciones | Total, | Costo Total |
| 11,15% | 0,50% | % | Sueldo | Sueldo | de | | Provisiones | M.O. |
| | | | | | Reserva | | | |
| \$ 66,90 | 3 | 3 | 50 | 50 | 50 | | \$ 222,90 | \$ 766,20 |
| \$ 47,39 | 2,125 | 2,125 | 33,33 | 33,33 | 33,33 | | \$ 151,64 | \$ 511,48 |
| \$ 47,39 | 2,125 | 2,125 | 33,33 | 33,33 | 33,33 | | \$ 151,64 | \$ 511,48 |
| \$ 46,83 | 2,1 | 2,1 | 33,33 | 33,33 | 33,33 | | \$ 151,03 | \$ 511,34 |
| 208,505 | 9,35 | 9,35 | 150,00 | 150,00 | 150,00 | 0 | \$ 677,21 | \$ 2.300,49 |

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** Esteban Pico**5.3.2. Depreciación**

La depreciación es la reducción del valor de un activo y el método empleado para la depreciación de un activo es una forma en la que se considera el valor decreciente del activo para su propietario y representar el monto de la disminución de los fondos de capital invertido de este. (Martínez, 2012)

Tabla 55*Depreciación*

| Detalle del bien | Vida útil | Valor | Porcentaje de depreciación | Depreciación anual |
|----------------------------|------------------|--------------|-----------------------------------|---------------------------|
| Computadoras escritorio | 3 | \$2.580,00 | 33,33% | \$859,91 |
| Radios comunicadores | 2 | \$70,00 | 10,00% | \$7,00 |
| Cámaras de vigilancia | 10 | \$105,00 | 10,00% | \$10,50 |
| Impresoras | 3 | \$500,00 | 33,33% | \$166,65 |
| Instalaciones | 10 | \$6.000,00 | 10,00% | \$6.000,00 |
| Aire Acondicionado | 10 | \$1.600,00 | 10,00% | \$160,00 |
| Pistas de Bolos | 10 | \$21.000,00 | 10,00% | \$2.100,00 |
| Equipos de servicio | | | | \$2.260,00 |
| Mesas de Billar | 10 | \$1.200,00 | 10,00% | \$120,00 |
| Sofás sala de espera | 3 | \$210,00 | 33,33% | \$69,99 |
| Sillas de mesa de espera | 3 | \$375,00 | 33,33% | \$124,99 |
| Máquina de dardos | 10 | \$150,00 | 10,00% | \$15,00 |
| Máquina de baile | 10 | \$3.000,00 | 10,00% | \$300,00 |

| | | | | |
|---------------------------------------|----|--------------------|--------|-------------------|
| Mesa de hockey de aire | 10 | \$3.000,00 | 10,00% | \$300,00 |
| juego de disparos | 10 | \$3.370,00 | 10,00% | \$337,00 |
| Árcade Simulador de juego de carreras | 10 | \$4.100,00 | 10,00% | \$410,00 |
| TOTAL | | \$83.675,00 | | \$4.981,04 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

Con los datos obtenidos podemos determinar el valor total del primer año de depreciación de los equipos que cuenta con un total de 10.981,04.

5.3.3. Proyección de la depreciación

Tabla 56

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Computadoras escritorio | \$859,91 | \$859,91 | \$859,91 | | |
| Radios comunicadores | \$7,00 | \$7,00 | \$7,00 | \$7,00 | \$7,00 |
| Cámaras de vigilancia | \$10,50 | \$10,50 | \$10,50 | \$10,50 | \$10,50 |
| Impresoras | \$166,65 | \$166,65 | \$166,65 | \$166,65 | \$166,65 |
| Aire Acondicionado | \$160,00 | \$160,00 | \$160,00 | \$160,00 | \$160,00 |
| Pistas de Bolos | \$2.100,00 | \$2.100,00 | \$2.100,00 | \$2.100,00 | \$2.100,00 |
| Mesas de Billar | \$120,00 | \$120,00 | \$120,00 | \$120,00 | \$120,00 |
| Sofás sala de espera | \$69,99 | \$69,99 | \$69,99 | \$69,99 | |
| Sillas de mesa de espera | \$124,99 | \$124,99 | \$124,99 | \$124,99 | |
| Máquina de dardos | \$15,00 | \$15,00 | \$15,00 | \$15,00 | \$15,00 |
| Máquina de baile | \$300,00 | \$300,00 | \$300,00 | \$300,00 | \$300,00 |
| Mesa de hockey de aire | \$300,00 | \$300,00 | \$300,00 | \$300,00 | \$300,00 |
| juego de disparos | \$337,00 | \$337,00 | \$337,00 | \$337,00 | \$337,00 |
| Árcade Simulador de juego de carreras | \$410,00 | \$410,00 | \$410,00 | \$410,00 | \$410,00 |
| Total | \$4.981,04 | \$4.981,04 | \$4.981,04 | \$4.121,13 | \$3.926,15 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

5.3.4. Detalle de Costos

Los costos necesarios con la prestación de servicios los cuales se relacionan con los costos de mano de obra implementada en la realización de la guía y el costo total del servicio tal como se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 57
Detalle de costo

| Descripción del producto | Unidad de medida | Cantidad | Costos Unitario | Costo mensual | Costos anuales |
|--|------------------|----------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Mano de Obra | | | | \$ 1.870,00 | |
| Gerente | persona | 1 | \$ 600,00 | \$ 600,00 | \$ 7.200,00 |
| Atención al cliente | persona | 1 | \$ 425,00 | \$ 425,00 | \$ 5.100,00 |
| Recepcionista | persona | 1 | \$ 425,00 | \$ 425,00 | \$ 5.100,00 |
| Mantenimiento | persona | 1 | \$ 420,00 | \$ 420,00 | \$ 5.040,00 |
| Costos Indirectos | | | | | |
| Energía | kw/h | | \$ 38,00 | \$ 38,00 | \$ 456,00 |
| Agua Potable | m3 | | \$ 8,00 | \$ 8,00 | \$ 96,00 |
| Internet | | | \$ 30,00 | \$ 30,00 | \$ 360,00 |
| Teléfono | | | \$ 21,00 | \$ 21,00 | \$ 252,00 |
| Materiales y Suministro | | | | | |
| Aire Acondicionado | | 2 | \$ 700,00 | \$ 116,67 | \$ 1.400,00 |
| Mesas de Billar | | 3 | \$ 250,00 | \$ 62,50 | \$ 750,00 |
| Sofás sala de espera | | 6 | \$ 35,00 | \$ 17,50 | \$ 210,00 |
| Sillas de mesas | | 15 | \$ 25,00 | \$ 31,25 | \$ 375,00 |
| Máquina de Baile | | 2 | \$ 1.500,00 | \$ 250,00 | \$ 3.000,00 |
| Mesa de hockey de aire | | 3 | \$ 1.000,00 | \$ 250,00 | \$ 3.000,00 |
| Dardos | | 2 | \$ 50,00 | \$ 4,17 | \$ 50,00 |
| Mesa de hockey de aire | | 2 | \$ 500,00 | \$ 83,33 | \$ 1.000,00 |
| Pulsera magnéticas de activación de juegos | | 200 | \$ 2,00 | \$ 33,33 | \$ 400,00 |
| TOTALES | | 0 | \$ 6.029,00 | \$ 2.815,75 | \$ 33.789,00 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

5.3.5. Proyección de Costos

Al ya haber determinado el valor mensual del costo requerido para realizar el servicio, es posible hacer un pronóstico anual de los valores que se tendrán, utilizando el indicador del promedio de la inflación anual de los últimos 5 años, los cuales son los años que serán proyectados para reflejar los valores que se determinan a lo largo de la vida del proyecto.

Tabla 58
Proyección de Costos

| Descripción | Costo | Costos | | Total | Costos | | Total | Costos | | Total | Costos | | Total | Costos | | Total |
|--------------------------|------------------|--------------------|-----------------|--------------------|--------------------|-----------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------------|
| | mensual | Fijos | Variables | año 1 | Fijos | Variables | año 2 | Fijos | Variables | año 3 | Fijos | Variables | año 4 | Fijos | Variables | año 5 |
| Materiales y suministros | \$ 94,31 | \$ 1.131,67 | \$ - | \$ 1.131,67 | \$ 1.267,47 | \$ - | \$ 1.267,47 | \$ 1.419,56 | \$ - | \$ 1.419,56 | \$ 1.589,91 | \$ - | \$ 1.589,91 | \$ 1.780,70 | \$ - | \$ 1.780,70 |
| Mano de Obra | \$ 405,82 | \$ 4.869,86 | \$ - | \$ 4.869,86 | \$ 5.454,24 | \$ - | \$ 5.454,24 | \$ 6.108,75 | \$ - | \$ 6.108,75 | \$ 6.841,80 | \$ - | \$ 6.841,80 | \$ 7.662,81 | \$ - | \$ 7.662,81 |
| Costos Indirectos | \$ 84,60 | \$ 84,60 | \$ 84,60 | \$ 169,20 | \$ 94,75 | \$ 94,75 | \$ 189,50 | \$ 106,12 | \$ 106,12 | \$ 212,24 | \$ 118,86 | \$ 118,86 | \$ 237,71 | \$ 133,12 | \$ 133,12 | \$ 266,24 |
| TOTALES | \$ 584,73 | \$ 6.086,12 | \$ 84,60 | \$ 6.170,72 | \$ 6.816,46 | \$ 94,75 | \$ 6.911,21 | \$ 7.634,43 | \$ 106,12 | \$ 7.740,55 | \$ 8.550,56 | \$ 118,86 | \$ 8.669,42 | \$ 9.576,63 | \$ 133,12 | \$ 9.709,75 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Esteban Pico

5.3.6. Detalle de Gastos

Para la realización del emprendimiento, los gastos contemplados fueron los Gastos Financieros y de Ventas, no se planteó la realización de un crédito, los valores obtenidos en cada uno de estas variables se detallan a continuación:

Tabla 59
Detalle de Gastos

| | Unidad de Medida | Valor Unitario | Frecuencia Mensual | Valor Mensual | Valor Anual |
|-----------------------------|------------------|----------------|--------------------|-----------------|------------------|
| Gasto Administrativo | | | | | 30.873,54 |
| Servicios Básicos | | | | | 91,00 |
| Agua | M3 | 8,00 | 1,00 | 8,00 | 96,00 |
| Luz | Kw/h | 22,00 | 1,00 | 22,00 | 264,00 |
| Internet | Mybite | 28,00 | 1,00 | 40,00 | 480,00 |
| Teléfono | Min | 25,00 | 1,00 | 21,00 | 252,00 |
| Depreciación | | | | | 611,80 |
| Muebles y Enseres | Unidad | | | 26,25 | 314,98 |
| Equipo de Computación | Unidad | | | 85,55 | 1.026,56 |
| Instalaciones | Unidad | | | 500,00 | 6.000,00 |
| Sueldos y Salarios | | | | | 1.870,00 |
| Gerente | Dólares | 600,00 | 1,00 | 600,00 | 7.200,00 |
| Recepcionista | Dólares | 425,00 | 1,00 | 425,00 | 5.100,00 |
| Atención al cliente | Dólares | 425,00 | 1,00 | 425,00 | 5.100,00 |
| Mantenimiento | Dólares | 420,00 | 1,00 | 420,00 | 5.040,00 |
| Gasto de Ventas | | | | | 600,00 |
| Publicidad | | | | | 50,00 |
| Redes Sociales | Unidad | 25,00 | 1,00 | 25,00 | |
| Página web | Unidad | 25,00 | 1,00 | 25,00 | |
| Total | | | | 2.622,80 | 31.473,54 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

5.3.7. Proyección Gastos

Tabla 60

Proyección de gastos

| Descripción | Gasto Mensual | Total Año 1 | Total Año 2 | Total Año 3 | Total Año 4 | Total Año 5 |
|-----------------------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Gasto Administrativo | | 1.956,36 | 1.962,95 | 1.963,73 | 1.981,14 | 1.983,97 |
| Servicios Básicos | 91,00 | 91,08 | 91,09 | 91,10 | 91,66 | 91,67 |
| Agua | 8,00 | 8,07 | 8,07 | 8,07 | 8,07 | 8,08 |
| Luz | 22,00 | 22,00 | 22,01 | 22,01 | 22,01 | 22,01 |
| Internet | 40,00 | 40,00 | 40,01 | 40,01 | 40,37 | 40,38 |
| Teléfono | 21,00 | 21,00 | 21,01 | 21,01 | 21,20 | 21,20 |
| Depreciación | 408,75 | 411,33 | 413,93 | 414,52 | 418,25 | 420,90 |
| Muebles y Enseres | 61,67 | 61,67 | 61,68 | 62,24 | 62,80 | 62,80 |
| Equipo de Computación | 284,58 | 287,14 | 289,73 | 289,76 | 292,37 | 295,00 |
| Instalaciones | 62,50 | 62,51 | 62,52 | 62,52 | 63,09 | 63,09 |
| Sueldos y Salarios | 2.214,35 | 1.453,95 | 1.457,93 | 1.458,11 | 1.471,23 | 1.471,40 |
| Gerente | 600,00 | 600,07 | 600,14 | 600,22 | 605,62 | 605,69 |
| Recepcionista | 425,00 | 428,83 | 432,68 | 432,74 | 436,63 | 436,68 |
| Atención al cliente | 425,00 | 425,05 | 425,10 | 425,15 | 428,98 | 429,03 |
| Mantenimiento | 420,00 | 423,78 | 427,59 | 431,44 | 435,33 | 439,24 |
| Gasto de Ventas | | 50,45 | 50,90 | 51,36 | 51,82 | 52,29 |
| Publicidad | | 50,45 | 50,46 | 50,46 | 50,47 | 50,47 |
| Redes Sociales | 25,00 | 25,23 | 25,23 | 25,23 | 25,23 | 25,24 |
| Página web | 25,00 | 25,23 | 25,23 | 25,23 | 25,23 | 25,24 |
| TOTALES | | 2.380,14 | 2.390,54 | 2.395,17 | 2.416,46 | 2.423,22 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

5.4. Plan de Financiamiento

5.4.1. Forma de financiamiento

Lo autores Morales y Morales, (2014), maifiestan que la planeación financiera

Es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en una empresa pronósticos, metas económicas y financieras por

alcanzar, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo (s/p).

Tabla 61

Plan de financiamiento "Space Bowling"

| Descripción | Parcial | Total (USD) | Parcial (%) | Total (%) |
|-----------------------------|----------------|--------------------|--------------------|------------------|
| Recursos Propios | | 57.329,47 | 0,00 | 100% |
| - Efectivo | 30.000,00 | | 52% | |
| - Bienes | 27.329,47 | | 48% | |
| Recursos de terceros | | 0,00 | | 0% |
| Colaboradores | | | | |
| - Préstamo bancario | | | | |
| TOTAL | | 57.329,47 | 100% | 100% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

No se generará un crédito, ya que se cuenta con efectivo que consta de un valor de \$30,000 que representa el 52% y en bienes el 48% que consta de \$27,329,47.

5.5. Cálculo de Ingresos

Para el cálculo de los ingresos se procedió principalmente a determinar el valor total por ventas en el cual se detallan las ventas mensuales que se tendrán tomadas de los resultados obtenidos en el capítulo 2 en la capacidad de atención que tendrá el centro de bolos.

Tabla 62

Determinación del precio de venta unitario

| Servicios | Precio Unitario | Costo Unitario | Cantidad de Servicios Mensuales | Margen de Utilidad | | Ingresos Mensuales |
|---|-----------------|----------------|---------------------------------|--------------------|-------|--------------------|
| | | | | \$ | % | |
| Servicios de centro de deporte de salón | 13,65 | | 977 | 10.521,56 | 78,89 | 13.337,31 |
| Total | 13,65 | 0,00 | | | | 13.337,31 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

Se determinó el precio de venta al público que será de 13,65\$ por renta de cada pista de juego de bolos.

5.5.1. Proyección de Ingresos

Tabla 63

Cálculo de Ingreso Anual

| Años | Ingresos Año 1 | | | Ingresos Año 2 | | | Ingresos Año 3 | | | Ingresos Año 4 | | | Ingresos Año 5 | | |
|---|----------------|----------|------------------|----------------|----------|------------------|----------------|----------|------------------|----------------|----------|------------------|----------------|----------|------------------|
| | Servicios | Cantidad | Precio | Total, Año 1 | Cantidad | Precio | Total, Año 2 | Cantidad | Precio | Total, Año 3 | Cantidad | Precio | Total, Año 4 | Cantidad | Precio |
| Servicios de centro de deporte de salón | 977,00 | 13,65 | 13.337,31 | 999,28 | 13,65 | 13.667,67 | 1.022,06 | 13,65 | 13.978,69 | 1.045,36 | 13,65 | 14.296,81 | 1.069,20 | 13,65 | 14.622,18 |
| Total | | | 13.337,31 | | | 13.667,67 | | | 13.978,69 | | | 14.296,81 | | | 14.622,18 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

5.6. Punto de equilibrio

Según Márquez (2015), el punto de equilibrio se define

Como el nivel de ventas en cifras monetarias o en unidades por vender en la cual la empresa no gana ni pierde, es decir aquel nivel en el cuál el margen de contribución a la diferencia entre el precio neto de venta y el costo unitario variable (s/p).

Tabla 64

Datos del Punto de equilibrio

| Descripción | Fijo | Variable | Total |
|--------------------------|-------------|-----------|-----------|
| Costos | \$ 6.170,72 | 84,60 | 6.255,32 |
| Gasto Administrativo | 30.873,54 | | 30.873,54 |
| Gasto de Ventas | 600,00 | | 600,00 |
| Capacidad de Atención | | 977 | 977 |
| SUMAN | | | |
| Ingresos Totales | | 13.337,31 | 13.337,31 |
| Número de personas | | 977,00 | 977,00 |
| Precio Unitario de Venta | | 13,65 | 13,65 |
| Costo Variable Unitario | | 0,09 | 0,16 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

Punto de Equilibrio Unitario

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\frac{6.170,72}{13,65 - 0,09}$$

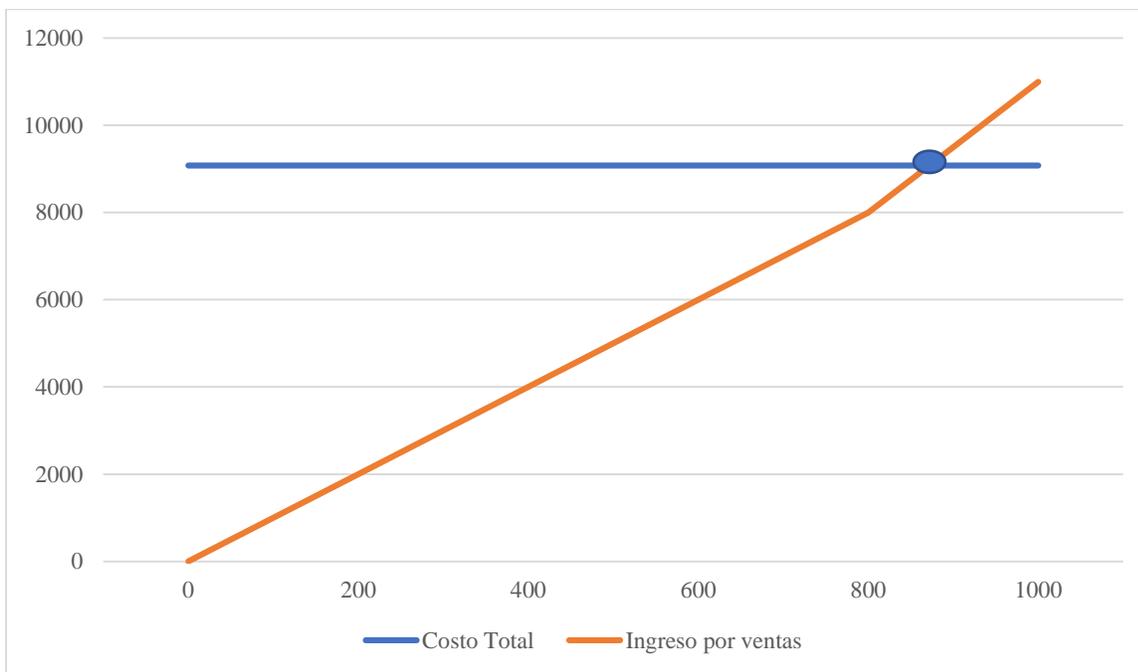
$$\frac{6.170,72}{13,56}$$

455

El punto de equilibrio en manillas que la empresa deberá vender es de 455, esta cantidad de manillas deben ser vendidas al mes.

Gráfico 12

Gráfico punto de equilibrio



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

Punto de Equilibrio Unitario

Punto de Equilibrio Unidades Monetarias

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\frac{6.170,72}{1 - \frac{84,60}{13.337,31}}$$

$$\frac{6.170,72}{1 - 0,0063}$$

$$\frac{6.170,72}{0,99}$$

$$6210,11$$

Punto de Equilibrio Porcentaje

$$PE \% = \frac{PE \$}{IT} 100$$

$$\frac{6170,72}{11.000,00} \times 100$$

$$=0,56$$

$$56,09$$

$$\text{P.E \%} = 56,09$$

5.7. Estado de Resultado Proyectado

Según Actualícese (2016) El estado de resultados es uno de los cinco estados financieros básicos de propósito general, en este estado se relacionan los ingresos, costos y gastos en los que incurrió un ente económico durante un período determinado, con la finalidad de calcular el resultado financiero. El resultado obtenido en este estado financiero permite concluir si la empresa obtuvo utilidades o pérdidas (S/p).

Tabla 65

Estado de Resultados Proyectado

| | Descripción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | Ingresos por ventas | 13.337,31 | 13.667,67 | 13.978,69 | 14.296,81 | 14.622,18 |
| (-) | Costo de Ventas | \$ 6.170,72 | \$ 6.911,21 | \$ 7.740,55 | \$ 8.669,42 | \$ 9.709,75 |
| (=) | UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 7.166,59 | 6.756,46 | 6.238,14 | 5.627,39 | 4.912,43 |
| (-) | Gastos de venta | 50,45 | 50,90 | 51,36 | 51,82 | 52,29 |
| (=) | UTILIDAD NETA EN VENTAS | 7.116,14 | 6.705,56 | 6.186,78 | 5.575,56 | 4.860,13 |
| (-) | Gastos Administrativos | 1.956,36 | 1.962,95 | 1.963,73 | 1.981,14 | 1.983,97 |
| (=) | UTILIDAD OPERACIONAL | 5.159,78 | 4.742,61 | 4.223,04 | 3.594,42 | 2.876,16 |
| (-) | Gastos Financieros | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (+) | Otros Ingresos | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (-) | Otros Egresos | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (=) | UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES | 5.159,78 | 4.742,61 | 4.223,04 | 3.594,42 | 2.876,16 |
| (-) | 15% Participación trabajadores | 773,97 | 711,39 | 633,46 | 539,16 | 431,42 |
| (=) | UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 4.385,81 | 4.031,22 | 3.589,59 | 3.055,26 | 2.444,74 |
| (-) | Impuesto a la renta | 877,16 | 806,24 | 717,92 | 611,05 | 488,95 |
| (=) | UTILIDAD o PÉRDIDA DEL EJERCICIO | 3.508,65 | 3.224,97 | 2.871,67 | 2.444,21 | 1.955,79 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

5.8. Flujo de caja

Esta herramienta le permite al proponente demostrar la capacidad de pago en efectivo y su utilidad radica en determinar los montos de ingresos y el calendario de desembolsos, lo que le permitirá tomar decisiones relacionadas a recuperaciones de ventas, requerimientos de crédito que conceden los proveedores y las instituciones crediticias, manejo de inventarios, nuevas inversiones, etc.

Tabla 66

Flujo de caja

| Descripción | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------------|-----------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| INGRESOS OPERACIONALES | 0,00 | 13.337,31 | 13.667,67 | 13.978,69 | 14.296,81 | 14.622,18 |
| Ingresos por ventas | 0,00 | 13.337,31 | 13.667,67 | 13.978,69 | 14.296,81 | 14.622,18 |
| EGRESOS OPERACIONALES | 0,00 | 8.177,53 | 8.925,06 | 9.755,65 | 10.702,38 | 11.746,01 |
| Costos | | \$ 6.170,72 | 6.911,21 | 7.740,55 | 8.669,42 | 9.709,75 |
| Gastos Administrativos | | 1.956,36 | 1.962,95 | 1.963,73 | 1.981,14 | 1.983,97 |
| Gastos de Ventas | | 50,45 | 50,90 | 51,36 | 51,82 | 52,29 |
| FLUJO OPERACIONAL (A - B) | 0,00 | 5.159,78 | 4.742,61 | 4.223,04 | 3.594,42 | 2.876,16 |
| INGRESOS NO OPERACIONALES | 67.001,00 | | | | | |
| Recursos propios | 67.001,00 | | | | | |
| Créditos a corto plazo o largo plazo | 0,00 | | | | | |
| Otros ingresos | 0,00 | | | | | |
| EGRESOS NO OPERACIONALES | 0,00 | 1.651,13 | 779,23 | 638,48 | 455,10 | 247,01 |
| Gastos financieros | | | | | | |
| Pago de créditos a largo plazo | | | | | | |
| Pago de participación de utilidades | | 773,97 | 711,39 | 633,46 | 539,16 | 431,42 |
| Pago de impuesto a la renta | | 877,16 | 67,84 | 5,02 | -84,06 | -184,41 |
| Otros ingresos | | | | | | |
| FLUJO NO OPERACIONAL (D - E) | 67.001,00 | -1.651,13 | -779,23 | -638,48 | -455,10 | -247,01 |

| | | | | | | |
|------------------------------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
| FLUJO NETO GENERADO (C - F) | -67.001,00 | 6.810,91 | 5.521,84 | 4.861,52 | 4.049,53 | 3.123,18 |
| Depreciaciones | | \$13.672,27 | \$11.094,58 | \$9.774,40 | \$8.150,88 | \$6.298,64 |
| SALDO FINAL DE CAJA (G + H) | -67.001,00 | 20.483,18 | 16.616,42 | 14.635,93 | 12.200,41 | 9.421,82 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

5.9. Evaluación financiera

5.9.1. Indicadores

Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 67

Cálculo de TMRA

| | % PARTICIPACIÓN | TASA RENTABILIDAD | DE PROMEDIO PONDERADO |
|--------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|
| Fondos propios | 100% | 25% | 27% |
| Fondos de terceros | 0% | 0% | 0% |
| | | TMAR | 27% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Esteban Pico

El TMRA para el cálculo del VAN será del 27, ya que los fondos propios son mayores a los de terceros por lo cual es rentable el emprendimiento.

Tasa Interna Retorno (TIR)

La tasa de descuento que genera el valor presente en los flujos de caja que genera el proyecto deben ser exactamente igual a la inversión realizada.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

Beneficio Costo

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

$$B/C = \frac{5.731,76}{1.127,43}$$

$$B/C = 5,08$$

El beneficio que se generara es de \$5,08, es decir que por cada dólar que se invierta se obtendrá un beneficio de \$0,08 dólares.

Periodo de Recuperación

En el periodo de recuperación este nos indicará el tiempo estimado en el cual el emprendimiento podrá recuperar su inversión.

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

$$Payback = \frac{57.329,47}{20.483,18}$$

$$Payback = 2,79$$

El tiempo de recuperación será de 3 años.

Bibliografía

- Carlos Henry Murillo Vilela; Juan Carlos Erazo Álvarez; Jorge Oswaldo Quevedo Vázquez; Cecilia Ivonne Narváez Zurita. (2019). Plan de inversión como herramienta de la gestión del capital intelectual. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 245-273.
- Martínez, M. M. (2012). *Blank Leland, T. Ingeniería Económica, 6th Edition. McGraw-Hill Interamericana.*
- Murillo Vilela, Carlos Henry. (2019). Plan de inversión como herramienta de la gestión del capital intelectual. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 245-273.
- Alarcón Parra, G. J., & Alarcón Parra, P. I. (2018). *La Nueva Concepción: fundamentos, conceptos y principios de la Gestión por Procesos.* Riobamba: Alpa Editores.
- Alcalde San Miguel, P. (2007). *Calidad.* editorial Paraninfo.
- Medina León, A., Nogueira Rivera, D., Hernández-Nariño, A., & Comas Rodríguez, R. (2019). Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(2), 328-342.
- Ley de Compañías [CC]. Art. 92. Sección V. p. 23. 29 de diciembre del 2017. https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wpcontent/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- Polimeni, Ralph y otros. *Contabilidad de Costos. Conceptos y Aplicaciones para la Toma de Decisiones Gerenciales.* Tercera Edición. Mc Graw Hill Interamericana, S.A. Colombia. 2005.
- Actualícese. (26 de 02 de 2016). Actualícese. Recuperado el 17 de 05 de 2019, de <https://actualicese.com/actualidad/2016/02/26/depreciacion-definicion-y-metodos-avalados-por-el-estandar-internacional/>
- International Accounting Standards Boards (IASB) (2006), *IFRS. Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)*, IASCF Publications Department, Londres, Reino Unido.
- Kieso D. y Weygandt, J. (1999), *Contabilidad Intermedia*, Limusa, S. A. de C. V., México.
- Marquez, M. (23 de 01 de 2015). *Contador Contado.* Recuperado el 17 de 09 de 2018, de <https://contadorcontado.com/2015/01/23/como-obtener-el-punto-de-equilibrio/>
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. (2009). *Proyectos de Inversión.* (J. Mares Chacón, Ed.) México D.F., México: McGraw Hill.
- Morales, C. A., & Morales, C. j. (2014). *Planeación Financiera (Primera ed., Vol. I).* (J. E.

Callejas, Ed.) México, México: Grupo Editorial Patria.