



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO

**Incursión en el sector de servicios de entretenimiento y distracción con la
Creación de una Bolichera en el Cantón de Milagro, Provincia del Guayas.**

AUTORES

LLANOS ROBLES ADRIANA LISSETT

GARCÍA PÉREZ ALAN ANDRES

TUTORA

ING. ZÚÑIGA SANTILLAN XIOMARA, MAE.

MILAGRO, ABRIL DEL 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la El Sr. Alan Andrés García Pérez y la Srta. Adriana Lissett Llanos Robles, para optar al título de Ingeniero Comercial y que acepto tutorar los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, Abril del 2013

Ing. Xiomara Zúñiga Santillán, MAE.

Firma de la tutora

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, Abril del 2013

Adriana Lissett Llanos Robles

Alan Andres García Pérez

Firma del egresado (a)

CI: 0927007039

Firma del egresado (a)

CI: 0927155713

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

La recompensa del presente trabajo es el resultado del esfuerzo y sacrificio día a día, un esfuerzo total es una victoria completa; es por eso que quiero dedicar este proyecto de tesis a Dios quien me ha concedido todo en la justa medida.

Dedico este trabajo en especial a mis queridos padres, a mi madre Sra. Miriam Pérez Toral quien es merecedora de todos mis triunfos y alegrías, a mi padre Sr. Jesús García Moyano, quien ahora es un ángel para mí y desde el cielo guía mis pasos, a mis hermanos Boris y Ariel García Pérez, con quienes me siento comprometido a ser mejor persona cada día para ser ejemplo y orgullo en sus vidas, a mi enamorada Andrea Ayala, quien me ha motivado a cumplir todos mis propósitos con mucho entusiasmo y cariño, todos ellos son merecedores de mis triunfos porque siempre han estado presentes en mis buenos y malos momentos.

Para finalizar, con mucha gratitud, dedico este trabajo de investigación a la Universidad Estatal de Milagro, que es el lugar donde he podido cristalizar uno de tantos sueños anhelados.

Alan García Pérez

DEDICATORIA

Dedico esta tesis, la cual ha sido elaborada con mucho esfuerzo y dedicación, a quienes siempre han estado ahí para apoyarme en todo momento. Se la dedico a Dios, porque es él quien siempre ha estado conmigo, guiándome y ayudándome, fortaleciéndome para continuar en mi carrera a pesar de las pruebas tan difíciles que se me han presentado.

A mis Padres, mis dos grandes amigos, por su esfuerzo y comprensión en toda hora, por apoyarme en el transcurso de mi carrera universitaria, quienes siempre me han aconsejado y han estado ahí para que no decaiga, gracias por darme su amor que es lo más valioso e importante para mí, los amo con todo mi corazón. A mi querida hermana, Ruth Llanos, que siempre tuvo y tiene una palabra de aliento para mí y quien comparte conmigo grandes momentos. A mis abuelos, Fulbio Llanos, Rosario Alarcón y Gloria Soriano, por sus palabras y consejos. Gracias a cada uno de ellos, los amo con todo mi corazón y este logro es para ustedes.

Adriana Llanos Robles.

AGRADECIMIENTO

Es muy importante para mí agradecer en primer lugar a Dios nuestro Señor, por el aliento y la vida que me da día a día.

De manera especial quiero agradecer a mi madre Sra. Miriam Pérez por su apoyo incondicional y amor que siempre me ha brindado; a mi querido padre Sr. Jesús García, quien desde los cielos me cuida y protege y estoy seguro se siente orgulloso de que pude finalizar mi carrera universitaria; a mis hermanos Boris y Ariel García, porque cada uno de ellos han aportado grandes enseñanzas en mi diario vivir; a una persona especial en mi vida, Andrea Ayala, porque me brinda su apoyo y me ha motivado a dar lo mejor de mí en todo momento; a mi Tía Rocío Pérez por ser una segunda madre en mi vida, a todos ellos GRACIAS de corazón.

Quiero expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a mi maestra y tutora Ing. Xiomara Zúñiga, por su profesionalismo, conocimiento y gran criterio al momento de guiarme en la realización de este proyecto de tesis.

Quiero agradecer conjuntamente a todos quienes forman Universidad Estatal de Milagro y a sus profesores, porque clase a clase dejaron en mí la semilla del conocimiento y con su dedicación y experiencia lograron inspirarme para ejercer con orgullo y responsabilidad mi futura profesión.

Quiero hacer extenso mi agradecimiento a mi compañera de tesis Adriana Llanos, por su dedicación y compromiso con nuestro proyecto de grado, sus aportes e ideas han sido de gran valor para que el resultado de nuestra investigación sea satisfactorio.

Para finalizar, quiero agradecer a todas las personas que han aportado su granito de arena para realización de este importante trabajo que marca el fin de una etapa inolvidable y el comienzo de nuevos retos en mi vida personal y profesional.

Alan García Pérez

AGRADECIMIENTO

Primeramente doy gracias a mi Padre Celestial, por guiarme en cada decisión que he tomado, por escuchar cada una de mis oraciones y por estar conmigo siempre. Gracias a mi familia por su amor incondicional, por su gran esfuerzo y comprensión, los amo y siempre estaré agradecida a Dios por contar con ustedes.

Agradezco a mi tutora, la Ing. Xiomara Zúñiga, por brindarnos su confianza y apoyo en el transcurso de este proyecto, por estar ahí cada vez que la hemos necesitado, guiándonos en cada momento. Muchas Gracias Ingeniera.

También agradezco a mis amigos, que me han ayudado con la realización de este proyecto, aportando con sus ideas, a mis grandes amigas quienes me han apoyado en cada instante. Agradezco a mi compañero de tesis y amigo, Alan García, por el tiempo que hemos compartido, su dedicación y esfuerzo en la realización de este gran proyecto, juntos hemos podido terminar con éxito y alegría una meta de suma importancia en nuestra carrera profesional.

Dejo expresa mi constancia de mis más grandes sinceros agradecimientos a los docentes de la Universidad Estatal de Milagro, quienes me brindaron sus conocimientos y me ayudaron a alcanzar mis aspiraciones como una profesional. Gracias a cada uno de ellos.

Son muchas las personas que han formado y seguirán formando parte de mi vida, tanto profesional como personal, a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, y compañía. A todos GRACIAS.

Adriana Llanos Robles.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Msc. Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la incursión en el sector de servicios de entretenimiento y distracción con la Creación de una Bolichera en el Cantón de Milagro, Provincia del Guayas, que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Abril del 2013

Adriana Lissett Llanos Robles

Alan Andres García Pérez

Firma del egresado (a)

CI: 092707039

Firma del egresado (a)

CI: 0927155713

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del Problema	4
1.1.3 Formulación del problema	4
1.1.4 Sistematización del problema	4
1.1.5 Determinación del tema	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo General de la Investigación	5
1.2.2 Objetivos específicos	6
1.3 JUSTIFICACIÓN	6
CAPÍTULO II	
MARCO REFERENCIAL	8
2.1 MARCO TEÓRICO	8
2.1.1 Antecedentes Históricos	8
2.1.2 Antecedentes Referenciales	10
2.1.3 Fundamentación	14
2.2 MARCO LEGAL	41
2.3 MARCO CONCEPTUAL	51
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	53
2.4.1 Hipótesis General	53
2.4.2 Hipótesis Particulares	53
2.4.2 Declaración de Variables	54
2.4.3 Operacionalización de las Variables	55

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO	58
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	58
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	60
3.2.1 Características de la población	60
3.2.2 Delimitación de la población	60
3.2.3 Tipo de muestra	62
3.2.4 Tamaño de la muestra	62
3.2.5 Proceso de selección	65
3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	65
3.3.1 Métodos teóricos	65
3.3.2 Métodos empíricos	66
3.3.3 Técnicas e instrumentos	67
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	67

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	68
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	68
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	100
4.3 RESULTADOS	101
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	102

CAPÍTULO V

PROPUESTA	108
5.1 TEMA	108
5.2 FUNDAMENTACIÓN	108
5.3 JUSTIFICACIÓN	111
5.4 OBJETIVOS	112

5.4.1	Objetivo General de la propuesta	112
5.4.2	Objetivos Específicos de la propuesta	112
5.5	UBICACIÓN	113
5.6	FACTIBILIDAD	114
5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	125
5.7.1	Actividades	125
5.7.1.1	Filosofía corporativa	125
5.7.1.2	Estructura Orgánica del negocio	127
5.7.1.3	Análisis del mercado	144
5.7.1.4	Estrategias de Marketing Mix	155
5.7.2	Recursos, análisis financiero	161
5.7.3	Impacto	185
5.7.4	Cronograma	186
5.7.5	Lineamientos para evaluar la propuesta	187
	CONCLUSIONES	188
	RECOMENDACIONES	189
	BIBLIOGRAFÍA	191
	ANEXOS	196

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	
Operacionalización de las Variables	55
Cuadro 2	
Presencia en Milagro, de opciones de entretenimiento y sana distracción	69
Cuadro 3	
Deseos de emprender	70
Cuadro 4	
Distracción y entretenimiento, una buena opción para emprender	71
Cuadro 5	
Alta inversión para negocios de entretenimiento y distracción	73
Cuadro 6	
El capital, un limitante en el emprendimiento novedoso	74
Cuadro 7	
Disponibilidad de espacio, en el cantón, para emprender en el sector de entretenimiento y distracción	75
Cuadro 8	
Infraestructura, requisito fundamental en emprendimiento de distracción	77
Cuadro 9	
Tradicionalismo en emprendimientos de distracción	78
Cuadro 10	
Deseos de emprender en actividades novedosas de distracción y entretenimiento	79
Cuadro 11	
La Municipalidad fuente de apoyo y asesoría en emprendimiento	81
Cuadro 12	
Conocimientos sobre trámites legales para crear negocios	82

Cuadro 13	
Disposición para emprender en una Bolichera	83
Cuadro 14	
Apreciación de la existencia de demanda para una Bolichera	84
Cuadro 15	
Variedad de opciones de entretenimiento en nuestro cantón	86
Cuadro 16	
El entretenimiento, actividad familiar	87
Cuadro 17	
Deseos de practicar actividades de distracción novedosas	89
Cuadro 18	
Tradicionalismo e insatisfacción por las actividades de entretenimiento en nuestro cantón	90
Cuadro 19	
Escaso nivel de riesgo asumido por los emprendedores milagreños	91
Cuadro 20	
El juego de bolos una actividad que promueve lazos de amistad	93
Cuadro 21	
Existencia de demanda para una Bolichera	94
Cuadro 22	
Necesidad de que las bolicheras cuenten con personal que instruya sobre el juego	95
Cuadro 23	
Entrevista	97
Cuadro 24	
2da Entrevista	99
Cuadro 25	
Verificación de hipótesis	102

Cuadro 26	
Manual de Funciones (Administrador)	128
Cuadro 27	
Manual de Funciones (Supervisor de pista)	129
Cuadro 28	
Manual de Funciones (Cajero)	130
Cuadro 29	
Manual de Funciones (Contador)	131
Cuadro 30	
Manual de procedimientos (Cobro a clientes)	132
Cuadro 31	
Manual de procedimientos (Pago a proveedores)	135
Cuadro 32	
Manual de procedimientos (Pago a empleados)	138
Cuadro 33	
Manual de procedimientos (Instrucción del Juego de Bolos)	141
Cuadro 34	
Análisis de las 5 Fuerzas de Michael Porter	144
Cuadro 35	
Barreras de Entrada	145
Cuadro 36	
Productos sustitutos	145
Cuadro 37	
Determinantes de la Rivalidad	146
Cuadro 38	
Poder de compradores	146
Cuadro 39	
Negociación con los proveedores	147

Cuadro 40	
Resumen de las 5 Fuerzas de Porter	148
Cuadro 41	
Análisis FODA	150
Cuadro 42	
Rejillas FODA (FO)	151
Cuadro 43	
Rejillas FODA (FA)	151
Cuadro 44	
Rejillas FODA (DO)	152
Cuadro 45	
Rejillas FODA (DA)	152
Cuadro 46	
Matriz de Estrategias FOFA-DODA	153
Cuadro 47	
Muebles y enseres de oficina	161
Cuadro 48	
Maquinaria y Equipos para el juego de bolos	161
Cuadro 49	
Maquinarias, Equipos y Herramientas	162
Cuadro 50	
Equipo de Oficina	162
Cuadro 51	
Equipo de Computación	162
Cuadro 52	
Activos Fijos	163
Cuadro 53	
Depreciación de los Activos Fijos	164
Cuadro 54	
Activos Diferidos	164

Cuadro 55	
Detalle de los Gastos (Anual)	165
Cuadro 56	
Detalle de los Gastos (Costos Indirectos - anual)	166
Cuadro 57	
Costos de Ventas (Anual)	166
Cuadro 58	
1ra alternativa Ingreso por Línea de Bolos	167
Cuadro 59	
Ingresos por pistas de bolos	168
Cuadro 60	
Propuesta por hora de juego	168
Cuadro 61	
Alternativa aceptada para el juego de bolos (Presupuesto de Ingreso)	169
Cuadro 62	
Presupuesto de Ingresos (Anual)	170
Cuadro 63	
Inversión del Proyecto	172
Cuadro 64	
Financiación del Proyecto	173
Cuadro 65	
Tasa anual de interés (Préstamo Bancario)	173
Cuadro 66	
Tabla de Amortización Financiamiento (Anual)	174
Cuadro 67	
Tabla de Amortización Financiamiento (Mensual)	175
Cuadro 68	
Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado	176

Cuadro 69	
Balance General	177
Cuadro 70	
Flujo de Caja Proyectado	178
Cuadro 71	
Índices Financieros (Flujos Netos)	179
Cuadro 72	
Tasa de Descuento	179
Cuadro 73	
Tasa de Rendimiento Promedio	180
Cuadro 74	
VAN y TIR	180
Cuadro 75	
Ratios Financieros	181
Cuadro 76	
Punto de Equilibrio y Capital de Trabajo	182
Cuadro 77	
Rendimiento Corriente	182
Cuadro 78	
Rendimiento de Liquidez	183
Cuadro 79	
Evaluación del Proyecto (PAYBACK)	183
Cuadro 80	
Periodo de Recuperación de inversión	184

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1

Pista de Bolos 34

Figura 2

Aceite en las pistas 35

Figura 3

Pinos 36

Figura 4

Colocación de los pinos 37

Figura 5

Estructura de un pino 37

Figura 6

Bolas para el Juego de Bolos 38

Figura 7

Bolas de remate 38

Figura 8

Bolas reactivas 39

Figura 9

Presencia en Milagro, de opciones de entretenimiento y sana distracción 69

Figura 10

Deseos de emprender 70

Figura 11

Distracción y entretenimiento, una buena opción para emprender 72

Figura 12

Alta inversión para negocios de entretenimiento y distracción 73

Figura 13

El capital, un limitante en el emprendimiento novedoso 74

Figura 14	
Disponibilidad de espacio, en el cantón, para emprender en el sector de entretenimiento y distracción	76
Figura 15	
Infraestructura, requisito fundamental en emprendimiento de distracción	77
Figura 16	
Tradicionalismo en emprendimientos de distracción	78
Figura 17	
Deseos de emprender en actividades novedosas de distracción y entretenimiento	80
Figura 18	
La Municipalidad fuente de apoyo y asesoría en emprendimiento	81
Figura 19	
Conocimientos sobre trámites legales para crear negocios	82
Figura 20	
Disposición para emprender en una Bolichera	83
Figura 21	
Apreciación de la existencia de demanda para una Bolichera	84
Figura 22	
Variedad de opciones de entretenimiento en nuestro cantón	86
Figura 23	
El entretenimiento, actividad familiar	88
Figura 24	
Deseos de practicar actividades de distracción novedosas	89
Figura 25	
Tradicionalismo e insatisfacción por las actividades de entretenimiento en nuestro cantón	90
Figura 26	
Escaso nivel de riesgo asumido por los emprendedores milagreños	92

Figura 27	
El juego de bolos una actividad que promueve lazos de amistad	93
Figura 28	
Existencia de demanda para una Bolichera	94
Figura 29	
Necesidad de que las bolicheras cuenten con personal que instruya sobre el juego	96
Figura 30	
Ubicación	113
Figura 31	
2da Ubicación	113
Figura 32	
Logotipo de Play Zone	149
Figura 33	
Esquema de la Estructura Física del Negocio	156
Figura 34	
Pista de Bolos	156
Figura 35	
Billar	157
Figura 36	
Anuncio por prensa escrita	159
Figura 37	
Diseño del volante	159
Figura 38	
Diseño de la tarjeta de presentación	160
Figura 39	
Diseño de la página de Facebook	160

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	
Organigrama Descriptivo	127
Gráfico 2	
Organigrama Funcional	127
Gráfico 3	
Diagrama de Manual de procedimientos (Cobro a clientes)	134
Gráfico 4	
Diagrama de Manual de procedimientos (Pago a proveedores)	137
Gráfico 5	
Diagrama de Manual de procedimientos (Pago a empleados)	140
Gráfico 6	
Diagrama de Manual de procedimientos (Instrucción del Juego de Bolos)	143
Gráfico 7	
Punto de Equilibrio	171
Gráfico 8	
Gráfico del Punto de Equilibrio	172

RESUMEN

El presente proyecto de investigación está constituido por cinco capítulos que han permitido un diagnóstico sobre los niveles de emprendimiento que se generan en el mercado milagreño, brindando información que permitió definir una propuesta sobre un nuevo emprendimiento, aprovechando sectores de mercado que están por explotar.

El primer capítulo contiene el planteamiento, origen y descripción del problema donde se analiza toda la perspectiva del tema para definir el lugar y área en que será planteada la investigación con el fin de fijar objetivos que permita llegar a una solución óptima. En el segundo capítulo se realiza un estudio de los antecedentes referenciales e históricos sobre la temática tratada, a su vez, se han establecido las teorías que sustentan a cada variable (marco teórico) para dar paso al establecimiento de hipótesis con sus variables y operacionalización de las mismas. En el tercer capítulo mencionamos el tipo de investigación, que en este caso es descriptiva, explicativa, correlacional y de campo, junto con las técnicas e instrumentos de investigación (encuestas, entrevistas) que permitieron obtener datos precisos de los informantes calificados. En el cuarto capítulo se reflejan los resultados obtenidos al momento de aplicar la correspondiente encuesta, mediante la tabulación y elaboración de figuras o gráficos estadísticos que permitieron una lectura interpretativa y análisis preciso para llegar a la verificación de las hipótesis planteadas. Por último en el quinto capítulo se establece la propuesta con las actividades que permitirán el correcto desarrollo de las actividades del negocio, minimizando el riesgo de la inversión al proyectar los ingresos económicos que se generarían, esto se realizará mediante el estudio de los Estados Financieros proyectados, la utilización de indicadores como el VAN, la TIR, entre otros.

Palabras clave: emprendimiento, entretenimiento, distracción, bolichera, inversión y riesgo.

ABSTRACT

This research project consists of five chapters that have allowed a diagnosis on entrepreneurship levels generated milagreño market, providing information that allowed us to define a proposal for a new venture, taking advantage of market sectors that are untapped.

The first chapter contains the approach, source and description of the problem which analyzes the whole perspective of the field to define the location and area of research that will be raised in order to set targets that would lead to an optimal solution. The second chapter is a study of the background and historical references on the subject treated, in turn, have been established theories underpinning each variable (framework) to make way for the establishment of their hypotheses and operationalization of variables thereof. In the third chapter we list the type of research, which in this case is descriptive, explanatory, correlational and field, along with techniques and research instruments (surveys, interviews) that allowed accurate data from the informants. In the fourth chapter reflects results when applying the corresponding survey by tabulation and preparation of figures or statistics charts that allowed an interpretive reading and precise analysis to get to the testing of hypotheses. Finally in the fifth set the proposal with activities that allow the proper development of business activities, minimizing investment risk to project the income that would be generated, this will be done by studying the projected financial statements The use of indicators such as VAN, TIR, among others.

Keywords: entrepreneurship, entertainment, distraction, bolichera, investment and risk.

INTRODUCCIÓN

El mercado actualmente presenta oportunidades de ingreso a nuevos sectores de negocios; sin embargo, no siempre se las aprovechan, por ello se requiere que al tomar la decisión de invertir, sobre todo grandes capitales, se efectúen estudios sobre los aspectos que definen el mercado, definiendo el problema o la necesidad insatisfecha en relación a la escasez de sitios de distracción que lleva a las personas a tener la gran necesidad de disfrutar momentos agradables y de entretenimiento; los centros de entretenimiento son una alternativa llamativa, los cuales buscan nuevas formas de diversión en lugares atractivos. El área de entretenimiento se ha desarrollado en los últimos tiempos en las principales ciudades del país ofreciendo así a los habitantes una amplia gama de alternativas en diversión, pero sin embargo el Cantón de Milagro, al ser uno de los cantones con mayor crecimiento comercial y su población es económicamente activa, tiene un segmento de mercado, el cual no ha sido satisfecho en su totalidad en lo que respecta a este tipo de servicios.

La crisis política y económica por la que ha pasado el país, ha ocasionado que las personas busquen nuevas formas de subsistir, por ello es necesario explotar un sector que no se ha desarrollado a gran medida como es el de entretenimiento.

Dada la necesidad existente de este tipo de negocios en el cantón, surge la idea de esta investigación que tiene como propósito ofrecer a la población una nueva opción de entretenimiento donde se podrá disfrutar en compañía de amigos y familiares en un ambiente agradable, sin la necesidad de tener que irse a otro cantón o ciudad, así nace la idea de una Bolichera, cuyo elemento de negocio radica en brindar una opción de entretenimiento diferente a los habituales en el cantón para la satisfacción de las necesidades de las personas en cuanto a distracción.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

En el transcurso de los últimos años el Cantón de Milagro se ha visto afectada en las actividades de distracción, puesto que solo cuenta con dos tipos de centros de entretenimiento: el paseo shopping y las canchas sintéticas; se observa la clara evidencia de escasos lugares en donde se puedan realizar actividades de distracción y diversión; las cuales que contribuyen a formar parte del proceso de recuperación de energías y ánimos, debido al limitado nivel de emprendimiento de las personas en este cantón.

Las actividades de entretenimiento mencionadas anteriormente no ofrecen variedad en sus servicios, además influye la forma en la que la población ha crecido hasta la actualidad, por lo tanto, no se logran satisfacer en su totalidad las necesidades que la sociedad demanda. Ahora bien, implementar negocios de distracción requiere de una alta inversión de capital, esto se ha constituido en una barrera de entrada; por lo tanto, es fácil observar que existe una escasez en el desarrollo de nuevos proyectos de negocios de distracción, siendo esto un factor limitante para potenciar este sector industrial dentro del Cantón Milagro.

Los espacios físicos que se requieren para implementar negocios dedicados a la distracción, generalmente son amplios; lamentablemente en el Cantón Milagro existe una escasez de espacios físicos disponibles; ofreciéndose una limitada infraestructura en los negocios dedicados a esta actividad. Las personas que deciden invertir generalmente presentan temor, sobre todo en lo que es emprender nuevos negocios con actividades que se diferencien o que sean totalmente nuevas a lo que se presentan en la sociedad; por lo tanto, se puede observar que solo se implementan negocios tradicionales que representen poco riesgo a dicho nivel de inversión.

Existe un escaso apoyo de las autoridades locales, en este caso la Municipalidad, para la generación e implementación de nuevos proyectos, esto lleva a un bajo nivel de inversión de parte del sector privado, limitando el contar con negocios de distracción caracterizados por ser innovadores. Ahora bien, cuando se desea invertir en ciertos negocios, la falta de conocimientos sobre los requisitos y permisos para el funcionamiento de los mismos, se ha convertido en una causa que limita el que este sector pueda crecer, generándose en forma constante errores en el desarrollo y trámites de apertura, además los negocios de distracción son un sector que no se ha explotado al máximo dentro de nuestro Cantón.

Pronóstico

Cabe destacar que al no darse una solución al problema existente, las personas del Cantón de Milagro continuarán con el limitado nivel de emprendimiento; en lo que respecta a negocios de distracción, dejando una demanda latente como resultado de no aprovechar sectores de mercado que esperan una amplia satisfacción a quienes los integran. Además esto conllevará al bajo desarrollo del turismo y de otras actividades adicionales, afectando no solo al desarrollo socioeconómico del cantón sino también al del País.

Control de Pronóstico

Debido a la existencia de escasos lugares de distracción, las personas de nuestro cantón acuden a ciudades cercanas para encontrar los servicios novedosos que satisfagan sus necesidades, afectándose a la economía de Milagro, esto ratifica la necesidad de la implementación de centros o negocios que fomenten la sana diversión y distracción de las personas, con la finalidad de que dichas actividades contribuyan al desarrollo socioeconómico del cantón.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Urbano

Área: Emprendimiento - Entretenimiento

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo incide el nivel de emprendimiento en la implementación de los escasos negocios de entretenimiento y distracción existentes en el Cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

- ¿Cómo influye la alta inversión de capital en la escasez de desarrollo de nuevos proyectos de negocios de distracción?

- ¿De qué forma la escasez de espacios físicos disponibles afecta a la limitada infraestructura que presentan los negocios dedicados a generar distracción?
- ¿De qué forma el temor al riesgo de emprender en nuevos negocios ha llevado a generar negocios tradicionales y de escaso riesgo de inversión?
- ¿Cómo afecta el escaso apoyo de la Municipalidad para la implementación de nuevos proyectos en el bajo nivel de inversión por parte del sector privado que se genera en nuestro Cantón?
- ¿Cómo incide la falta de conocimientos de los requisitos y permisos para el funcionamiento en negocios en los errores que se suelen cometer en el desarrollo de trámites de apertura de negocios de distracción?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio del nivel de emprendimiento de los servicios de entretenimiento y distracción en el Cantón de Milagro, en el año 2012.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Determinar de qué manera incide el limitado nivel de emprendimiento de las personas en la implementación de los escasos negocios de entretenimiento y distracción existentes en el Cantón de Milagro, mediante una investigación que emplee instrumentos como la encuesta y entrevista, para identificar la posibilidad de ingresar a este sector industrial.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Determinar de qué manera influye la alta inversión de capital en la escasez de desarrollo de nuevos proyectos de negocios de distracción.
- Analizar cómo afecta la escasez de espacios físicos en la limitada infraestructura que presentan los negocios dedicados a generar distracción.
- Establecer de qué manera el temor al riesgo de emprender en nuevos negocios ha llevado a generar negocios tradicionales y de escaso riesgo de inversión.
- Indagar cómo afecta el escaso nivel de apoyo de la Municipalidad para la implementación de nuevos proyectos en el bajo nivel de inversión por parte del sector privado que se genera en nuestro Cantón.
- Investigar de qué forma incide la falta de conocimientos de los requisitos y permisos para el funcionamiento y los errores que se suelen cometer en el desarrollo de trámites de apertura de negocios de distracción.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El análisis efectuado a la problemática existente en el Cantón de Milagro ha sido considerado de gran importancia ya que debido al limitado nivel de emprendimiento de las personas, la falta de apoyo por parte de la Municipalidad de Milagro con respecto a la lentitud en la realización de los trámites necesarios, conjuntamente con los otros factores ya mencionados, traen consigo la escasez de nuevos negocios en el cantón.

Si bien es cierto, crear un negocio requiere de cumplir con una serie de requisitos legales y posteriormente administrativos, nuestro cantón aun no explota otras áreas de negocios; sin embargo, la población, en su mayoría desconocen de estas posibilidades de inversión y otra porción de personas se sienten desalentados por los trámites e inversiones de capital que se deben efectuar, sintiendo ese aspecto como una desmotivación que los limita a establecer nuevos negocios, especialmente cuando se

tratan de sitios de distracción, donde las normativas deben cuidarse al máximo para no afectar la tranquilidad de la ciudadanía de hacer de esta actividad una inversión segura y rentable que pueda permanecer a través del tiempo y no de forma estacionaria como una moda o actividad estacional.

El desarrollo de todos los pueblos depende de cómo va mejorando el nivel económico y comercial que se genera en dicho sector, por lo tanto, siendo Milagro un cantón netamente comercial que durante la última década ha demostrado un crecimiento poblacional, sobre todo en el segmento que corresponde a población joven, es necesario pensar que las necesidades de este segmento se van incrementando a través del tiempo, entre ellas tenemos las necesidades de distracción, puesto que en la agitada vida cotidiana en la que viven las personas sienten una gran necesidad de tener momentos agradables de entretenimiento, debiendo generarse tipos de negocios diferentes, incursionando así en forma innovadora en sitios de distracción que tiendan a satisfacer estas necesidades; por consiguiente se observa la importancia que tiene la presencia de espacios físicos para contar con una infraestructura que brinde las comodidades requeridas por los clientes. Además el generar apoyo por parte de las autoridades locales, en este caso de los municipios, contribuirá a disminuir el nivel de riesgo, al contar con estudios que demuestren la factibilidad de ciertos sectores de negocios y de saber cuáles son los trámites que se deben emplear para evitar cometer errores desde el aspecto legal hasta el aspecto administrativo.

Todo lo expuesto lleva a afirmar la importancia de generar investigaciones sobre nuevas actividades que se puedan desarrollar dentro del Cantón de Milagro, además de conocer la gran influencia que tiene el nivel de emprendimiento dentro del cantón, para mejorarlo y dar lugar a proyectar inversiones destinadas a el crecimiento de los factores económicos de nuestra comunidad milagreña, dando a la población un alto nivel de satisfacción.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El juego de bolos es uno de los más antiguos deportes no combativos. Los egipcios utilizaban pequeñas piedras redondas para poder derribar unas piedras alargadas o bastones en una especie de bolera hace aproximadamente 7200 años. Uno de los países en también adoptar esta actividad fue Italia, pues hasta el cuarto siglo Egipto tuvo bajo su mandato al imperio romano. Esta es la razón por la cual Italia hizo a los bolos más populares; en Italia la mecánica del juego era bolear una bola hacia otra bola blanca sobre una superficie de césped, pero alrededor del año 1100 d.C. el Rey de Inglaterra prohibió el juego de los bolos sobre el césped, debido a que los hombres jugaban demasiado a ese juego y no practicaban el tiro con arco.

En Alemania, los religiosos tenían como deporte el Kegling, que era algo muy parecido al juego de bolos, se trataba de derribar un pin, y la persona que lo pudiera hacer, significaba que llevaba una vida honrada. El juego de bolos fue llevado a Estados Unidos por los holandeses al principio del siglo XVII. Después el juego de bolos empezó

a jugarse en los callejones situados entre los edificios pero luego llegó a ser tan popular que más tarde algunas autoridades de Nueva Inglaterra prohibieron el juego de los 9 bolos ya que mucha gente se dedicaba a apostar en el juego; ahora bien, con respecto a los pinos usados en ese período eran altos y delgados, muy parecidos a los del juego moderno de Candlepins, cerca del año 1850 se introdujeron los pinos en forma de botella. El juego de bolos era un deporte muy popular en la ciudad de Nueva York, tanto así que se reportaban 400 pistas en la ciudad en ese mismo año. Más tarde un hombre emprendedor cambió las posiciones de los bolos, aumentó la anchura del carril e inventó el actual juego de los 10 bolos. Todos los intentos para normalizar el juego de los 10 bolos no tuvieron éxito, hasta que un pequeño grupo de hombres se reunieron en la ciudad de Nueva York en el año de 1985 y constituyeron el Congreso Americano de Bowling (American Bowling Congress) el cual regula todos los aspectos del juego.

El entusiasmo por el juego se ha incrementado en mayor proporción desde 1952 con la introducción de máquinas que recolocan automáticamente los bolos después de cada tirada; este juego también recibió otro gran empuje de popularidad en la década de los 80s, cuando se extendieron las máquinas automáticas de puntuación. En nuestros días, el juego de bolos se ha convertido en uno de los deportes con más popularidad ya que puede ser practicado sin ningún tipo de limitaciones de género, edad, fuerza física o tamaño de los participantes. Sin embargo, exige la suficiente actividad corporal para de esta manera mantenerse en buena forma.

Los Campeonatos del Mundo fueron inaugurados en 1923 y desde el año 1963 se celebran cada 4 años. También en ese año participaron por primera vez las mujeres. Suecia, Estados Unidos y Gran Bretaña han dado, con diferencia la mayoría de campeones masculinos; mientras que de las mujeres, las mejores provienen de Estados Unidos, Portugal, Suecia, Alemania e Italia. El acontecimiento anual más importante que organiza el Congreso Americano de Bolos es el Masters Bowling Tournament, que tuvo lugar por primera vez en el año 1951. Cada campeonato de este congreso se celebra anualmente desde 1901. En 1916 empezó a funcionar el campeonato femenino de más prestigio organizado por la WIBC (Women's International Bowling Congress).

Bowling en Latinoamérica

El Bowling fue introducido en América desde Europa durante la época colonial; los holandeses, ingleses y los alemanes trajeron sus propias versiones del juego para el nuevo mundo, donde se goza de la popularidad continua aunque no sin cierta controversia. El deporte de bolos, que tuvo su origen en Egipto, después practicado por los italianos, además difundido en los Estados Unidos y después alrededor del mundo, llegó al Ecuador hace aproximadamente 40 años y cada vez son más los apasionados por este deporte.

Según datos del Periódico HOY, el 1 de Enero del 2005; en una entrevista realizada a la Gerente de Mercadeo del Centro Comercial Iñaquito (CCI), Verónica Espinosa; el CCI fue el primero de Latinoamérica en contar con una sala de bolos, tiene 35 años de funcionamiento, y fue el pionero en implementar la diversión dentro del área comercial con multicines, bingo, patinaje en hielo.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Se han efectuado varios estudios sobre las diversas actividades de distracción y la forma de cómo éstas han llevado a crear otros tipos de negocios, destinados a prácticas que generen satisfacción a quienes deseen distraerse y llevar a cabo acciones de diversión novedosas y más atractivas. Estos factores han llevado a las siguientes investigaciones:

El esparcimiento y la diversión se han vuelto bienes inalcanzables para la mayoría de las personas, debido a la compleja situación económica en la actualidad, por ejemplo, de acuerdo con estudios realizados de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México, y también del Consejo de Evaluación del Desarrollo Social del Distrito Federal, en la Ciudad de México, en enero del año 2011, solo una minoría tiene la posibilidad de salir del Distrito Federal en los periodos de vacaciones, y el 44% de las familias llega a destinar sólo casi el 12% de sus ingresos a la diversión, ya que la prioridad la tiene los alimentos con 40%, mientras que las deudas un 23%, el pago de servicios 17% y la salud un 8%.

El entretenimiento define las actividades destinadas a dar a la gente relajación o placer, una diversión con la intención de fijar la atención de las personas participantes; el entretenimiento está muy relacionado con el tiempo libre y el ocio; es decir, el que no utilizamos para trabajar, dormir o comer, sino que lo dedicamos a hacer lo que nos gusta y para el crecimiento personal. Las actividades que se relacionan con el entretenimiento son consideradas como la industria del entretenimiento; la cual es el conjunto de instituciones y empresas, cuya actividad económica principal es la producción de servicios y productos que se consumen durante los ratos de ocio. Esto incluye típicamente elementos como la radio, televisión, las revistas y diarios, la música, el cine, la danza, juegos, entre otros.

Martínez López (2011), expone lo siguiente:

La diversión como industria nació y se desarrolló en Europa, lugar donde se consolidó y desde el cual se proyectaron a nivel global las industrias simbólicas que hoy caracterizan la diversión como un valor higiénico y social. Sin embargo, es fundamental advertir que el multimillonario negocio del entretenimiento de modo germinal, es una eminente creación de los Estados Unidos. Y es que los norteamericanos son quienes más han desarrollado y propagado la sociedad del entretenimiento, exportando de forma amplia, rápida y eficaz su cultura de masas. Al grado que son muchos los críticos que señalan que éste país se ha convertido hoy en la Sodoma del entretenimiento. La sociedad del entretenimiento es aquella que sin duda pretende satisfacer el antiquísimo apetito lúdico-recreativo y momentáneamente convencernos, mediante la fabricación industrial de diversión, de la idea de que el único fin de la vida es pasársela bien. (pág. 9)

Aceptación que tiene el juego de bolos como un deporte y elemento de distracción.

El juego de Bolos, es realizado por miles de personas en casi todos los lugares del mundo, esto ha ocasionado que sea considerado una de las preferencias dentro de la Industria del Entretenimiento en la actualidad. La actividad del Juego de Bolos continúa registrando valores de gran crecimiento con resultados muy favorables con el pasar de los años. Su aceptación y atracción como una actividad combinada de deporte y de distracción para todas las personas es la principal causa de su acelerada expansión. Según informaciones recolectadas por el Censo Nacional de Instalaciones Deportivas, hay casi más de 500 Bolicheras en España y según periódicos, informes y revistas especializadas, Portugal, España y Latinoamérica, tienen capacidad de absorber casi aproximadamente 50.000 canchas de Bowling sin correr el riesgo de que el mercado se sature.

El juego de Bolos en la actualidad, es un deporte muy novedoso y atractivo, esto lo comprueba un hecho; el cual es que todos los grupos de inversionistas que actualmente edifican centros comerciales incluyen este juego dentro de las actividades anheladas para dicho centro comercial, por considerarlo un pilar fundamental para el mismo. En los sitios donde se encuentra presente los Juegos de Bolos, se ha podido demostrar que se ha convertido en un evidente éxito, debido principalmente a su alta rentabilidad. Podemos darnos cuenta que en países como en España con el transcurso de los años mantiene un flujo de caja de casi del 32%, esto convierte a este negocio como una inversión estable.

A continuación se presentan como referencias proyectos que han permitido la creación de un centro de entretenimiento con juego de bolos.

1) Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Entretenimiento con servicios de juego de bolos "Bowling", en la ciudad de Loja (2011), Facultad de ciencias administrativas, Escuela politécnica nacional, Autor: Danilo Alexander Peláez Ramos

Resumen: Los centros de distracción y ocio en esta ciudad son establecimientos dedicados al pasatiempo de gente joven, cuenta con lugares de esparcimiento familiar como piscinas, canchas deportivas, bares pero no cuenta con un centro de entretenimiento que ofrezca un servicio de juego de bolos, es por esto que el presente proyecto fue elaborado con el objetivo de brindar un centro de entretenimiento que brinde el servicio de bolos en la Ciudad de Loja con la finalidad de que satisfaga las necesidades de diversión y esparcimiento a la que la gente pueda optar. Además con esa investigación se pretendió elaborar un estudio organizacional para identificar cual debería ser la estructura organizacional para la implementación del proyecto.

2) Proyecto de creación de una Sala de Bolos en el Sur de la Ciudad de Guayaquil, (2009), Facultad de Economía y Negocios, Escuela Politécnica del Litoral.

Autores: María Fernanda Andramuño Benítez, Luis Miguel Brito Velarde y Olga Elizabeth Layana Cevallos

Resumen: Guayaquil cuenta con dos pistas de bolos pero estas se ubicaban en el sector Norte de la ciudad; esto provoca que las personas del Sur tengan que movilizarse hasta el Norte para poder disfrutar de dicho deporte. Dada esta necesidad existente, surge la idea de este proyecto, con el objetivo de satisfacer las necesidades de la población brindando un sitio de distracción en los que puedan desarrollar habilidades y técnicas en sus ratos libres, logrando evitar desperdiciar el tiempo.

3) Proyecto de factibilidad para la Creación de un Bowling - Bar en la Ciudad de Ambato (2010, Facultad de Turismo y Preservación Ambiental, Universidad Tecnológica Equinoccial. Autor: Carlos Esteban Miño Romo

El proyecto está dirigido a un target que comprende entre los 15 a los 60 años y de clase media alta. La creación de este proyecto permitirá tener una nueva opción de distracción en la Ciudad de Ambato. El factor primordial de este proyecto es satisfacer las necesidades del cliente posicionando una imagen de calidad en atención y de

servicio en la mente de cada consumidor. Además del servicio de Bowling se ofrecerá el servicio de Bar a la clientela. El proyecto de la creación de este centro tendrá: área de juegos, área del bar y área de alimentos. El área de juegos incluirá además del Bowling en el cual constará de 6 pistas de bolos; 2 mesas de billar, 2 mesas de ping pong y 2 futbolines; cada juego tendrá sus respectivos implementos.

4) Creación de la Empresa Bolo-Center, como una Nueva Opción de Entretenimiento para la Ciudad de Machala (2009), Escuela Politécnica del Litoral.

Autores: Wilmer Fernando Bajaña Flores y Rosibel Pontón Zambrano

Resumen: El objetivo de este proyecto básicamente es estudiar la factibilidad de la construcción de un centro de boliche; la investigación de este proyecto es entender el comportamiento de la población con respecto a la construcción de dicho proyecto; el cuál comprende diferentes áreas. En Machala se ha visto un crecimiento en la actividad económica, esto ha generado oportunidades de crear nuevas empresas, es por esto que se pretende crear empresas de este tipo puesto que los negocios que hay en Machala no presentan variedad en sus servicios.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación teórica

El Entretenimiento:

El concepto de entretenimiento es utilizado para designar a aquellas actividades que están concernidas con el ocio y el divertimento de una persona o de un grupo de personas. El entretenimiento está relacionado con la palabra entretener, esto hace referencia al acto de mantener la atención de alguien fijada a algo a través de juegos, diversión, etc.

Actividades que pueden considerarse como entretenimiento

Cuando nos referimos a entretenimiento, nos referimos a actividades que conciernen con el mundo del espectáculo, como son los shows en vivo, la televisión, el cine, actividades deportivas, etc. Estas actividades son consideradas como entretenimiento ya que sirven para mantener a los individuos entretenidos en situaciones en las que la participación es voluntaria además de que tiene que ver con el deseo de buscar placeres, acceder al ocio y divertirse. Las posibilidades, dependiendo de cada caso, pueden ser entretenimiento privado así también como el entretenimiento público.

El entretenimiento, en la actualidad, se podría describir mucho más desde el punto de vista mediático que del ámbito doméstico. Por otra parte, los negocios tradicionales de entretenimiento han perdido valor frente a nuevos espacios como los nuevos tipos de espectáculos, tecnología moderna, etc.; con el transcurso de los años de tradición el entretenimiento ha tenido algunos significados que varían de acuerdo a las preferencias e intereses de cada ciudad, en este sentido, esto se refiere a que lo que en otros momentos podría ser considerado como parte de entretenimiento, probablemente no lo podría ser hoy, esto es debido a la actual presencia de un sinnúmero de opciones y sobre todo se debe a la importancia que poseen las comunicaciones y la tecnología moderna, las cuales permiten que la información y las mejoras tecnológicas lleguen a todo el mundo en forma mucho más rápida.

Uno de los negocios que más prometen en los siguientes años es el negocio de entretenimiento; pues centros comerciales que están especializados en diversión y entretenimiento, también salas de cine, se están convirtiendo en el foco de atención de todo empresario hoy en día. En la actualidad existen miles de familias que están a la disposición para gastar millones de dólares solo con el objetivo de pasar un rato agradable con sus familias. El negocio del entretenimiento es una de las industrias más generadoras de flujos de caja, es decir genera dinero muy rápidamente; aunque las inversiones son grandes, los tiempos de recuperar el dinero y los márgenes de ganancias no son precisamente los mejores, los proyectos sí producen dinero muy rápido, lo que le da a los inversionistas miles de posibilidades de estrategias en el plano financiero.

El juego de bolos como una actividad de entretenimiento y distracción.

Este fascinante y apasionante juego de bolos es interesante por sus seculares tradiciones; no todo el mundo sabe que todo en el Bowling debe corresponder a las tradiciones: el acabado de las pistas y la longitud, el tamaño y peso de las bolas, los zapatos especiales y hasta las pistas, además de la forma de las boleras. El Bowling se ha convertido en un tipo de entretenimiento bastante activo, este juego compite no sólo con las formas tradicionales de ocio, como las discotecas, sino también con nuevos juegos diseñados con tecnologías modernas, tales como los videojuegos, además de los deportes extremos, pero con la diferencia de que Bowling es un deporte de sano entretenimiento que incentiva a la competitividad con amigos y familiares.

El emprendimiento

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar un objetivo o una meta, siendo luego utilizada también para referirse a la persona que iniciaba un nuevo proyecto, este término después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores y actualmente se refiere además a la actitud que debe tener una persona proactiva. Este término está siendo utilizado en todo el mundo, en las últimas décadas este concepto se ha vuelto de gran importancia ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

El emprendimiento es uno de los aspectos más populares en el ámbito empresarial, por su impacto positivo en la actividad económica. Solo la acción humana está en el origen del crecimiento económico, lo que ha justificado el desarrollo de la literatura desde las ciencias de la economía y la gestión centrada en la figura de un emprendedor.

Los emprendedores exitosos son aquellos que basan sus esfuerzos en su capacidad individual y en el trabajo en equipo; ahora bien, es difícil determinar el perfil emprendedor o qué acciones hace a una persona ser emprendedora, como también es

complicado determinar por qué muchos emprendedores tienen problemas al ir creciendo, sobre todo en los primeros años de haber iniciado una aventura de negocios y esto es mas allá de cuestiones financieras. En los últimos tiempos los llamados intrapreneurs son gente con mucha iniciativa y creatividad, y estas habilidades son ocupadas para desarrollar nuevas oportunidades en desarrollar negocios diferentes e innovadores. Muchos piensan que los emprendedores y los ejecutivos son dos razas opuestas, pero no es así, tanto ejecutivos como emprendedores pueden aprender juntos y apoyarse para hacer crecer los negocios.

Koontz Harold, Wejhrich Heinz y Cannice Mark (2008), exponen lo siguiente:

“Los emprendedores tienen la habilidad de ver una oportunidad, de obtener el capital, además de la mano de obra y otros materiales necesarios y luego unirlos en una operación exitosa. Están dispuestos asumir el riesgo personal de ya sea el éxito y el fracaso”. (pág. 210)

En Harvard Business Review, John Hamn presentó un artículo donde identifica cuatro tendencias que se han convertido en los puntos débiles de emprendedores en el tiempo que sus empresas empiezan a crecer aumentando sus necesidades y prioridades; por lo general los emprendedores suelen ser excesivamente leales, pero tiene como defecto la posibilidad de ver las debilidades de los miembros del equipo y con esto poner en peligro la aventura del negocio que están emprendiendo.

Importancia de los emprendimientos

Hoy en día el emprendimiento ha ganado una gran importancia debido a la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos índices de desempleo y la disminución de la calidad de los empleos existentes en el

país, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de emprender sus propios negocios.

Koontz Harold, et al. (2008), exponen lo siguiente:

Convertirse en emprendedor es una alternativa en la carrera cada vez más popular para muchos individuos por múltiples razones. Para hacer frente a este creciente interés en el espíritu emprendedor, más universidades han empezado a impartir la materia. De hecho, el espíritu emprendedor es un campo de aprendizaje que se ofrece en instalaciones universitarias y no sólo dentro de las facultades de administración. (pág. 212)

Mientras que Olmos Jorge (2007), expone lo siguiente:

Una descripción común de los emprendedores es que son personas que toman una oportunidad y se aferran a ella; en la mayoría de los casos, esa oportunidad representará la ocasión para generar beneficios económicos que producirán cambios en el mercado, impactarán al individuo y a la comunidad por sí mismos y generarán un desarrollo económico. Recordemos a personas como Alva Edison, Ford o Bill Gates, que fueron capaces de crear nuevos mercados, mientras identificaban necesidades e inventaban algunas soluciones. Definitivamente, los emprendedores contribuyen a sus comunidades mientras adaptan productos y/o servicios, y son personas con iniciativas que serán consideradas innovadoras. (pág. 10)

En casi todos los países Latinoamericanos, muchos profesionales piensan que la única forma de obtener un ingreso, es mediante la elaboración y desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleos, en gran parte de nuestras economías, rondan por

casi el 20% por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, permitiendo así mejorar la calidad de vida de la población ecuatoriana.

De Cenzo Robbins y Moon Henry (2009), exponen lo siguiente:

En el dinámico mundo actual de competencia global, si las organizaciones quieren competir con éxito deben innovar continuamente nuevos productos y servicios. Sabemos que la innovación es la característica clave de los proyectos emprendedores. De hecho, se podría decir que la innovación es lo que hace que los proyectos sean “emprendedores. (pág. 210)

Los gobiernos han entendido muy bien la gran importancia del emprendimiento, tanto que han iniciado programas de apoyo para emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propio proyecto. Solo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en diversas situaciones de crisis. No siempre se podrá contar con un gobierno que sea protector y que esté presto a ofrecer ayuda en esas situaciones. El emprendimiento es la mejor vía para crecer económicamente y para ser independientes, además de tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas, lo que implica desarrollar una cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de ciertas personas a dejar de ser dependientes.

Cómo se administran los emprendimientos

Una de las muchas preocupaciones que tiene el emprendedor es como poder administrar el emprendimiento. La mayoría de emprendedores no tienen idea de los costos, resultados y no pueden medir las consecuencias de cada acción y los cambios efectuados con el fin de mejorar. Si los emprendedores no comprenden el objetivo básico de la administración, lo más posible es que se manejen infinidad de números que no significarán nada. La administración que haga el emprendedor es un elemento

importante de cómo se realizarán las cosas, si es una buena administración las cosas saldrán bien, pero si no es así, el emprendimiento estará condenado a tener problemas que lo puedan llevar hasta su desaparición.

De Cenzo Robbins y Moon Henry (2009), exponen lo siguiente:

Los emprendedores deben tener en cuenta cuatro pasos clave mientras inician y administran sus proyectos emprendedores. El primer paso es explorar el contexto emprendedor, lo cual incluye las realidades de la nueva economía, las leyes y los reglamentos sociales que conforman el entorno legal, y el cambiante mundo laboral. Es importante analizar cada uno de los aspectos del contexto emprendedor porque son los que determinan las “reglas” del juego y las decisiones y acciones que podrían tener éxito. Asimismo, es a través de la exploración de dicho contexto que los emprendedores confrontan el siguiente paso de crucial importancia: identificar las oportunidades y posibles ventajas competitivas. Una vez que los emprendedores han explorado el contexto empresarial e identificando las oportunidades y posibles ventajas competitivas, deben prestar atención a los temas relacionados con la realización de su proyecto.

Por tanto, el siguiente paso en el proceso emprendedor es iniciar el proyecto. Esta fase incluye investigar la viabilidad del proyecto, y planearlo, organizarlo y lanzarlo al mercado. Por último, una vez que el proyecto emprendedor esté en funcionamiento, el último paso del proceso es administrar el proyecto, y el emprendedor lo hace al manejar los procesos, las personas, y el crecimiento. (pág. 55)

La administración del emprendimiento, forma parte integral de la organización, y aunque al inicio solo tengamos un cliente, tenemos que tener en cuenta toda la parte administrativa que nos ayudará a:

- Realizar un seguimiento a cada uno de nuestros clientes
- Responder rápidamente a las consultas
- Brindar soluciones inmediatas y eficientes ante los reclamos por parte de nuestros clientes
- Llevar la contabilidad de nuestras ganancias netas y
- Evaluar los resultados de nuestras inversiones.

El emprendedor además de lo anteriormente mencionado, debe saber una serie de nociones básicas de cómo administrar de una mejor forma el emprendimiento, esto incluye poder ser capaz de tener reglamentación propia, con esto nos referimos a sus propias reglas y normas, ya que cada emprendimiento es un universo propio; en conclusión, esta característica debe ser aprovechada por el emprendedor. En segundo lugar el emprendedor debe ser capaz de formar una serie de estrategias que permitan que el emprendimiento sea original, el emprendedor debe dar énfasis a la creatividad para distinguirse de los demás, ya sea aprendiendo y de esta forma ofrecer al mercado un producto original. Además de todo esto se debe considerar en esta administración, el hecho de que el emprendedor debe conocer cada lugar del emprendimiento, en otras palabras, se debe realizar una lista para saber con lo que se cuenta. En el caso de que se encuentre potenciales valores, estos deben ser aprovechados y explotados al máximo. Por último es tener muy en claro con que ritmo se quiere producir emprendiendo, es decir, con qué velocidad se quiere hacer cada cosa; por esto es necesario saber con la cantidad de gente que se contará, el presupuesto y cuantos insumos se requieren.

El marketing y los emprendimientos.

El marketing es el esfuerzo por tratar de comprender a cada cliente, para así poder ofrecer bienes y servicios que satisfagan sus deseos. La filosofía de marketing de centrarse en las necesidades de los clientes debe estar en el corazón de cualquier nuevo negocio. Tanto la publicidad de la confianza, la fortaleza de las comunidades y el marketing de la calidad, son claves para emprender e invertir.

Moyano José y otros autores (2011), exponen lo siguiente:

El sistema comercial o marketing de la empresa es el nexo de unión entre la organización y el entorno, y sus funciones son estudiar la forma de iniciar, facilitar y llevar a cabo relaciones aceptables de intercambio voluntario, mediante la concepción, fijación del precio, comunicación y distribución de productos que satisfagan las necesidades de los clientes, de la organización y de la sociedad. (pág. 151)

Olmos Jorge (2007), expone lo siguiente:

A menudo los emprendedores llevan a cabo actividades de marketing como la publicidad o la promoción. Pero el marketing debe concebirse como algo más que eso. Muchas actividades de marketing se realizan antes de la elaboración de un producto a fin de que esté listo para el mercado. En otras palabras, aun antes de llevar a cabo el proyecto se puede “pedir” una opinión acerca del mismo, diseñar un logo o investigar en periódicos, Internet o base de datos, las características, precios, lugares, etc., de productos y/o servicios similares que identifican como competidores potenciales. Burstiner (1997) menciona un método de concepto de marketing, el cual dice que el marketing es la manera en la que un producto es presentado, tasado, vendido y distribuido a los clientes potenciales así como para sociedades

lucrativas. El marketing consta de aquellas actividades que relacionan al proyecto con la gente que es más probable que se sienta atraída por él, por lo que se establecerá una relación y el producto o servicio pasará del área de influencia del emprendedor al cliente. (pág. 53)

Muchos emprendedores han fracasado por no contar con un plan de marketing. Es importante porque cuando la realidad es cambiante, es fundamental poder prever los posibles cambios para saber cómo influirán e impactarán en nuestro negocio y/o sobre un emprendimiento. Todo plan de negocio debe ir acompañado de una estrategia, desde el primer día se debe empezar a diseñar un buen plan de marketing. Ahora bien, el plan de marketing es un documento previo a una inversión para comenzar un negocio, en él se detallarán lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que va a costar y los recursos a utilizar para su consecución, además un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos.

El marketing juega un papel sumamente importante a la hora de poner en marcha un negocio ya que da respuesta a la ineludible necesidad de captar clientes y, sobre todo a mantenerlos en el tiempo para así garantizar la supervivencia y rentabilidad de dicho proyecto empresarial. El paso de la captación a la fidelización de clientes ha marcado en los últimos años la evolución del marketing, puesto que el marketing permite detectar las necesidades existentes en el mercado y crea una oferta con esas necesidades; y mediante esta oferta, la empresa busca activamente que se produzca un intercambio comercial.

El elemento importante del marketing es el cliente, en él se sintetiza todo lo que representa el marketing en cualquier negocio o empresa que quiera ser competitiva. Es el principio y el fin de cualquier actividad del marketing; todas las técnicas que configuran el marketing se orientan a conocer mejor a los clientes del negocio para conseguir satisfacer sus necesidades y así asegurar su fidelidad; la rentabilidad de la empresa proviene de sus clientes, por ello el marketing se articula en torno a la figura del cliente.

Desde el punto de vista del marketing, el emprendedor para lograr la permanencia en el tiempo de su negocio deberá tener presente dos estrategias indispensables:

- La fidelización del cliente: El negocio debe orientarse desde el inicio, no a hacer transacciones puntuales, sino lograr la satisfacción continúa del cliente, de forma que se establezca una relación comercial duradera entre las dos partes.
- Los mercados amplios: El emprendedor a lo largo del proceso de creación y mantenimiento del negocio entrará en contacto con diversos agentes con los que establecerá relaciones que influirán decisivamente en la competitividad del negocio. Por lo tanto el emprendedor debe identificar a los más importantes agentes para el desarrollo del negocio y establecer relaciones fructíferas y a largo plazo.

Una idea empresarial sólo va a triunfar si consigue ser aceptada por el mercado. Esto significa que el emprendedor no sólo tiene que hacer un esfuerzo para hacer realidad su proyecto, encontrar la financiación que necesita, buscar el local, la maquinaria, los empleados; también debe considerar cuales van ser los clientes de su negocio, las necesidades concretas que va a cubrir con su producto y/o servicio, y consecutivamente el potencial de crecimiento que podrá lograr, sin olvidar quien puede ser su competencia. El marketing debe ser entendido como un elemento que posibilita el éxito del negocio, pues la gestión del marketing da a conocer el producto y/o servicio, lo aproxima al cliente y de esta forma se genera la satisfacción del cliente y los ingresos del empresario; por ello el emprendedor debe conocer los elementos esenciales del marketing y dedicar un tiempo para reflexionar sobre su negocio en términos de marketing.

Nivel de emprendimiento en Ecuador

Ecuador es un país con un alto nivel de emprendimiento, según el Global Entrepreneurship Monitor de la Espae (Espol). El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) nació en el año de 1997 como una iniciativa de Babson College y London Business School para crear una red internacional de la investigación en el entorno de la creación de empresas; el índice de Actividad Emprendedora Temprana se ubicaba en casi el 21,30% en el año 2011 (en el año 2009 fue de 15,8%). Se han registrado Programas de capacitación y apoyo estructural para emprendimientos a lo largo de los últimos años.

Emprender en Ecuador no es igual que hacerlo en países denominados del primer mundo, tampoco es lo mismo si lo hace una persona que terminó el colegio comparando con otra que terminó la universidad. Álvaro Vargas Llosa escritor peruano señala en uno de sus libros que está demostrado que en la adversidad y la pobreza es posible resurgir una y otra vez. Ecuador, a pesar de todo es un país de emprendedores, casi la mitad de los ecuatorianos cree que hay buenas oportunidades para poder iniciar un negocio, el 75% de la población adulta considera que tiene conocimientos y habilidades necesarias para iniciarlo. Además de esperar una estabilidad económica y política por parte del estado lo que se debe mejorar es la relación necesidad vs oportunidad, para cambiar el actual escenario en el cual el desempleo es el mayor detonante de la actividad emprendedora en este país.

El análisis del emprendimiento por necesidad frente al emprendimiento de oportunidad no solo es un tema importante para Ecuador sino también a nivel mundial. Mientras mayor es la necesidad económica mayor será la predisposición que tiene para emprender, es decir en países en los cuales los ingresos por cada persona sean menores, serán mayores las tasas de emprendimiento. Ahora en cuanto a la actividad emprendedora temprana, Ecuador es el séptimo país en el mundo, debido al alto número de emprendimientos por necesidad existentes, podemos ver como en el Ecuador, año a año la cantidad de emprendedores que emprenden por oportunidad sigue en aumento lo cual conlleva a que cada día existan más emprendimientos

productivos rentables que generen empleo y que se originan de la detección de una oportunidad en el mercado.

Ecuador es uno de los 10 países más emprendedores de todo el mundo, si se consideran todos los tipos de emprendimientos, desde los de subsistencia hasta lo de más alta innovación. En base a esa consideración todos los ecuatorianos tienen un espíritu emprendedor que les ayuda a seguir adelante superando obstáculos y problemas que se les presentan. Ahora bien, en base a lo planteado anteriormente se puede previamente determinar que todo el país es emprendedor, pero hay que tener en cuenta dependiendo del tipo de emprendimiento que se acentúa en uno u otro perfil. De todas formas en líneas generales: Ecuador en cuanto a emprendimientos innovadores que tengan alto potencial para convertirse en PYMEs, está relacionada con el tejido empresarial de cada provincia, siendo así Guayas y Pichincha, las ciudades con mayor tendencia al desarrollo de este tipo de emprendimientos.

En Ecuador y en cualquier lugar del mundo los emprendimientos solo pueden sostenerse en el tiempo si nacen de la determinación de una oportunidad, cabe señalar que a nivel mundial el 100% de los emprendimientos que inician como empresa logran superar los 2 años, pero los que logran superar ese tiempo tienen altas posibilidades de mantenerse.

La Inversión

La generación de negocios o empresas es clave, son los emprendedores los protagonistas de la generación no sólo de ingresos sino también de empleos directos e indirectos que permiten el sano desarrollo de cualquier economía. El riesgo de un negocio implica un buen análisis de cómo se invertirá y cómo se proyectarán los flujos de caja, por lo tanto, lo primero que se debe conocer es el concepto de inversión; la inversión es la colocación de dinero (capital) con la finalidad de obtener una ganancia en el futuro.

Según MOYANO, Fuentes, José., BRUQUE, Sebastián., MAQUEIRA, Juan., FIDALGO, Fermín., MARTÍNEZ, Pedro (2001), nos dicen que:

La inversión puede definirse como aquel acto mediante el cual se cambia la posibilidad de una satisfacción cierta e inmediata, a la que se renuncia, por una esperanza que se adquiere y de la cual el bien invertido es su soporte.

Las inversiones son los gastos que hacen las empresas para el mantenimiento de los activos existentes o para adquirir activos cuyo propósito es aumentar la producción y/o ventas de productos. Existen diversas formas de generar ideas de proyectos de inversión, entre las cuales se destacan las que recogen los representantes de ventas de los clientes, las que proviene de los ejecutivos creativos, clientes, empleados, directivos, reclamaciones, demandas, etc.

Las empresas suelen realizar inversiones en todo momento; algunas inversiones son necesarias para el funcionamiento cotidiano de la empresa, otras son concretadas con vistas a futuro; por ejemplo para poner en marcha un negocio.

Requisitos a cumplir en los proyectos de inversión

Un proyecto debe cumplir con 3 requisitos necesarios para que al ser ejecutado sus resultados cumplan satisfactoriamente con las metas y objetivos propuestos. A continuación se detallan estos requisitos:

- **Coherencia**
El proyecto será coherente cuando sus objetivos, metas y sus características concuerden con los objetivos y metas sectoriales, regionales y nacionales o de la empresa.

Con respecto a esto Morales Arturo y Morales José Antonio (2009), exponen lo siguiente:

“Se debe analizar y evaluar principalmente si ellas cumplen con los requisitos exigidos por la dependencia gubernamental o ley que así lo establezca.” (pág. 20)

- Viabilidad
Un proyecto cumplirá con este requisito cuando en el medio en que se piensa desarrollar existe los recursos necesarios para su ejecución y luego su funcionamiento.
- Factibilidad
Además el proyecto antes de ser ejecutado será sometido a esta última prueba que es la de factibilidad para saber si el proyecto es realizable o no, es decir en la que se califican las posibilidades de obtener éxito en la ejecución cuya viabilidad y coherencia anteriormente ya fueron probadas.

El riesgo a invertir

Uno de los principales frenos para poder tomar la decisión de convertirse en inversionistas es la palabra riesgo, pues ante la volatilidad de los mercados, muchas personas entienden este factor como un peligro grave para sus recursos. El riesgo debe entenderse como la posibilidad de que la inversión no se esté desempeñando según las expectativas que se tenían al momento de invertir.

Según MORALES, Arturo y MORALES, José Antonio, (2009), Proyectos de Inversión, evaluación y formulación nos dicen que:

El riesgo es la posibilidad de que exista una variación en los resultados esperados, es decir, es cualquier desviación de lo que se esperaba que ocurriera bajo ciertas premisas. Hay inversionistas cuya propensión al

riesgo es muy grande, pero todos desean que su inversión les otorgue un rendimiento mayor que la inflación, por lo que buscan oportunidades que satisfagan estas expectativas, entre las cuales se encuentran invertir en proyectos de inversión. Las inversiones se caracterizan por los beneficios, el tiempo de recuperación es a largo plazo, la presencia del riesgo expresado por la probabilidad de perder la inversión por múltiples causas y el cambiante ambiente en que se desarrollan las inversiones. La elaboración de un proyecto de inversión implica los cálculos y planes así como la proyección de asignación de recursos financieros, humanos y materiales con la finalidad de fabricar un producto o prestar un servicio. Los proyectos de inversión se caracterizan porque la recuperación es a largo plazo, son de carácter irreversible, comprometen en gran medida los recursos, la inversión se hace en activos o actividades que aumenten el valor de mercado de la empresa y debe basarse en estudios que permitan justificar la viabilidad y adecuada recuperación de la inversión. (pág. 20, 212)

Todas las empresas están sujetas a riesgos, los cambios en los gustos del consumidor, las fluctuaciones del coste de materias primas, la entrada de nuevos competidores y tras innumerables incertidumbres. Se puede reducir el riesgo mediante la toma de decisiones prudentes de inversión en los proyectos.

Según MORALES, Arturo y MORALES, José Antonio, (2009), nos dicen que:

Los proyectos de inversión se enfrentan a factores internos y externos que afectan directamente los resultados esperados. Los riesgos de negocios comprenden la ocurrencia de eventos que afectan el funcionamiento de una industria o de un sector específico de la economía; incluso, estos riesgos pueden ocasionar que el negocio fracase. Los elementos que representan un riesgo para los negocios se refieren a: cambio de gustos de los consumidores, innovación

tecnológica en los procesos de producción, distribución, almacenaje, etc., diseño del producto que pueda influir en sus usos, modificación de la normatividad que regula la operación del proyecto, etc. (pág. 20, 212)

Muchas veces a falta de capital para invertir, bajan el riesgo, apoyando su accionar en grandes clientes, con éstos prueban y experimentan, y si llegan a fallar lo hacen rápido corrigiendo tempranamente el rumbo. Así como el tamaño inicial afecta de forma positiva la sobrevivencia de un negocio naciente, el endeudamiento en los comienzos afecta en forma negativa las posibilidades de sobrevivir en un nuevo negocio. Es por esto que se hace necesario pensar en mecanismos diferentes del crédito para poder impulsar iniciativas nuevas, aún más si éstas son innovadoras; resulta necesario imaginar una gama de alternativas que ayuden a sembrar o fertilizar nuevos emprendimientos sobre todo si son innovadores.

Otra de las formas para reducir el riesgo y más que todo una ayuda son los ángeles inversores, se les llama así a los inversionistas que apoyan un proyecto luego de que el financiamiento propio, el de los familiares y amigos se ha agotado, son una parte de la inversión informal que en toda economía funciona para así poder despegar y hacer crecer negocios nuevos de gran potencial de crecimiento.

HIDALGO, Gabriel, (2009) dice que:

Investigaciones recientes reafirman lo que era de sentido común, que la mayoría de los emprendedores son más orientados a la acción antes que el análisis al momento inicial, esto quiere decir que en lugar de seleccionar los medios óptimos antes de partir, elaborando un plan estratégico o plan de negocios, optan en cambio por actuar en base a los medios existentes en el momento, los recursos disponibles, dejando que los fines se acomoden de manera adaptativa dando forma a fines completamente nuevos.

Medición del riesgo en los negocios:

Todos los emprendedores tienen una fuerte orientación a asumir riesgos en el momento de emprender un negocio, de lo contrario, no darían nunca el paso final. Lo que a menudo les falla es la capacidad para medir el riesgo que están dispuestos a asumir, y muchos de ellos descubren demasiado tarde que no están dispuestos a sacrificar todo lo que exige un negocio y el nivel de riesgo que pueden llegar a asumir. Al valorar el riesgo que se produce en la creación de un negocio, muchos emprendedores se limitan a analizar la inversión económica que van a realizar y se olvidan del riesgo familiar y personal, que implica esta decisión.

Según GALLAGHER, Timothy y ANDREW, Joseph, (2001), dicen que:

La medición del riesgo cuantitativamente no es fácil. Todo el mundo sabe cuándo hay una situación de mucho riesgo, pero a menudo no se puede cuantificar. En los negocios, la medición del riesgo se concentra en el grado de incertidumbre presente en una situación, la posibilidad, o probabilidad, de un resultado inesperado. Cuánto más probabilidad haya de que se presente un resultado inesperado, mayor será el grado de riesgo.

El grado de incertidumbre acerca de los ingresos operativos depende de la volatilidad en los ingresos operativos. Si los ingresos operativos son relativamente constantes, entonces existirá una incertidumbre relativamente pequeña asociada a este negocio. La variabilidad de los ingresos operativos de una compañía se puede medir al calcular la desviación estándar del pronóstico de ingresos operativos. Una pequeña desviación estándar indica poca variabilidad y, por consiguiente, poca incertidumbre. Una gran desviación estándar indica una gran variabilidad y una mayor incertidumbre.

Los emprendimientos relacionados con las prácticas de juegos de bolos

El juego de Bolos es una actividad familiar divertida y disfrutada por personas de toda profesión. Una actividad familiar perfecta para jóvenes y adultos, es ideal para fiestas de cumpleaños, eventos corporativos y además reuniones con amigos. Bowling es un deporte hábil que proporciona un buen ejercicio además de una sana competencia.

Pocos segmentos en el mundo de los negocios proporcionan una rentabilidad comparable al Bowling y presentan un futuro tan prometedor. Algunos indicativos evidencian que montar un Centro de Entretenimiento teniendo como ancla el Bowling es una excelente inversión.

Cuando pensamos en invertir en un Bowling, debemos tener claro la realización de un proyecto de evaluación económica y financiera del negocio, para poder estimar nuestra inversión, además los ingresos estimados, los costos de las operaciones y proyecciones del negocio. Estas informaciones nos ayudarán en poder fijar nuestras metas y objetivos del negocio, de tal forma que se podrá llevar una administración eficaz y eficiente. Ahora bien cuando hablamos del retorno de la inversión del Bowling es para referirnos al período de recuperación de nuestra inversión, para esto es necesario tener clara la oferta y definir bien cada uno de los productos y servicios que se ofrecerán. Lo que necesitamos saber para realizar esta proyección serán los precios del producto, horarios y tiempos del local, costos tanto de la inversión del negocio como los costos de operación del negocio, impuestos, los ingresos mensuales y anuales, entre otros.

El juego de bolos ha demostrado ser una buena inversión en los últimos años, de hecho la gran mayoría de centros comerciales a nivel mundial ven al juego de bolos como parte fundamental del mix comercial que desean ofrecer a sus clientes; pero los inversores de Bowling han de tener claro que se trata de una inversión de gran proporción, debido al tamaño de los locales, los propios equipos y la adecuación.

Las claves de esta gran inversión y en general del simple hecho de invertir en estas bolicheras son específicas:

- Un centro de Bowling no requiere mantener stocks, tampoco de la reposición de los mismos, lo cual disminuye los apalancamientos financieros provenientes de esas necesidades que en otros negocios de gran volumen como por ejemplo pizzerías a domicilio, son indispensables.
- Con respecto al tamaño de los centros de Bowling, este es adaptable al nivel de población que respecta a cada ciudad; además otro de los motivos que induce a invertir es su alto índice de rentabilidad, lo cual convierte a esta inversión como estable.

Requerimientos o equipos que se necesiten.

El campo de juego se lo conoce como bolera. Los techos preferiblemente deben tener forma de sierra para así de esta forma poder disminuir el impacto producido por el ruido; además de la adecuada ubicación de luces. Desde la superficie de la pista o juego al techo falso debe haber unos 3,66 metros de altura, es decir entre unos 10 a 12 pies.

Por lo general las boleras se distribuyen en cinco áreas:

- La zona social y de acceso.
- La segunda es la zona de jugadores.
- La tercera zona es la zona de acercamiento y de pistas.
- La cuarta es la zona de las máquinas para pinos y por último
- La quinta zona del hall de mecánica.

Ahora bien desde la zona de acceso hasta el final de la zona de pistas, las boleras se extienden cerca de unos 40 metros.

Generalmente las pistas de Bowling se instalan por pares; cada par de pistas ocupan a lo ancho unos 3,51 metros u 11,6 pies. Para conocer el espacio requerido en la construcción de una bolichera se deberá multiplicar el número de unas herraduras que se quiere instalar por dicha medida; a la izquierda de la primera pista conocida como herradura y a la derecha de la última, se debe adicionar un espacio libre de 91 cm por lo menos; como aislamiento de muros laterales.

Elementos del juego de bolos

Pista de juego: La pista es un espacio reducido, tiene 18 metros de largo desde el bolo uno, hasta la línea de límite que es desde donde se efectuará el lanzamiento. Está montada en una estructura de madera no visible al público llamada fundación. Antes las pistas estaban conformadas por 38 o 39 tablas de un ancho de un poco más de una pulgada, con una longitud de siquiera unos 59 a 60 pies cada una. Cada pista está conformada por: la línea de falta, la cabecera, la zona donde se ubican los pinos, remate, los canales y el retorno de bolas. Actualmente estas superficies son láminas de material sintético, por la variación de los colores se pueden diferenciar las mismas 39 tablas.

Figura No 1.



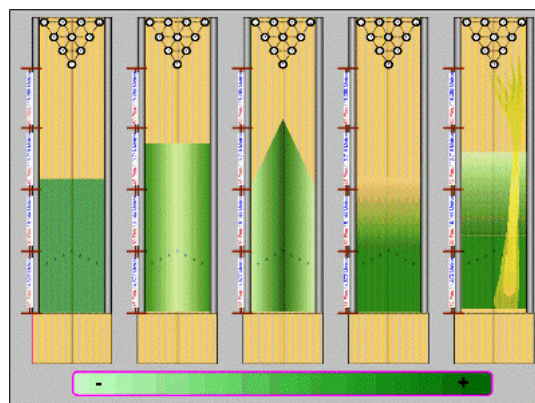
Fuente: Pista de bolos de Bolocentro

No todas las boleras tienen la misma cantidad de pistas, lo que significa que no todas podrán tener iguales posibilidades de fuerza laboral; además en la mayoría de boleras, la línea de falta está dada por sensores de movimientos que detectan y generan un aviso sonoro cuando esta es tocada por el jugador. La cabecera inicia en la línea de falta y se extiende hasta los primeros 14 o 15 pies sobre la pista. La lámina sintética es montada generalmente sobre una fundación de madera de arce del árbol de maple; esta madera debe ser resistente porque la cabecera es en donde son lanzadas las bolas produciendo un impacto fuerte.

El juego consiste en lanzar la bola hacia las filas de bolos ordenados en forma de triángulo. El puntaje se sumará de acuerdo a la cantidad de bolos que han sido volteados y la forma en que se logró. El jugador, deberá lanzar la bola, la cual pesa entre 5 o 6 kilos o más; desde el punto de velocidad cero, comienza el lanzamiento y desarrolla una velocidad un poco más de unos 20 km por hora, para después frenar repentinamente sobre la línea y efectuar el lanzamiento.

Aceite en las pistas: Cuando una bola rueda por la pista genera una fricción, esto suele alterar la trayectoria de la bola. Es por esto que debe aplicarse aceite a las pistas, así de esta forma disminuye un poco la fricción.

Figura No 2.



Fuente: equibar.com

A continuación mencionamos los tipos de aceites:

Existen muchos tipos de aceites usados en las pistas; una pista es más rápida cuando hay aceite solo en los primeros metros de una pista, en cambio si una pista se vuelve lenta es porque el aceite sobrepasa más de la mitad de ella. Por lo general cuando recién se construye la pista existen partes mojadas y secas que se encuentran bien definidas, pero conforme se va jugando el aceite se va desplazando.

Pinos

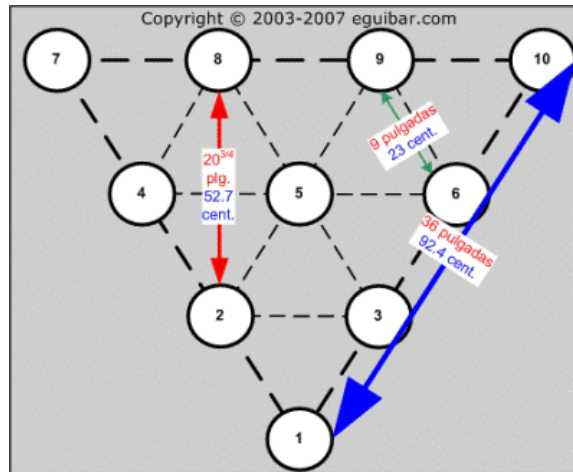
Figura No 3.



Fuente: Pinos de Bolocentro

Los pinos también conocidos como palos o pins son de madera dura y están recubiertos por una capa de polietileno, es decir de plástico para que no se rompan; tienen un peso mínimo de un kilo. El cuello es estrecho, sus lados forman una curva cónica hacia la base. Todos los pinos tienen una medida. Estos pinos se colocan al final de la pista para así poder ser derribados por la bola. Y así como las bolas, los pinos son recogidos de manera automática por un mecanismo instalado también al final de la pista. Son 10 pinos, puestos en forma de triángulo y con una distancia específica.

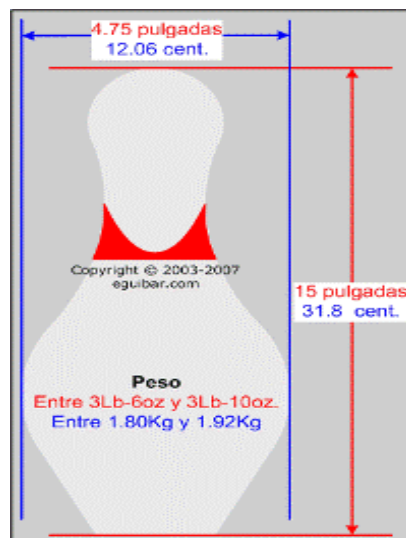
Figura No 4.



Fuente: equibar.com

Antes una persona se situaba en la parte final de la pista y era a encargada de recoger los pinos y acomodarlos nuevamente. Ahora bien, el sistema de conteo es automático en la mayoría de boleras.

Figura No 5.



Fuente: equibar.com

Bolas

La bola tiene un diámetro de 218 milímetros, y 88 centímetros de circunferencia, pesa desde 4 hasta 7 kilogramos. Para poder sostener la bola, la cual cuenta con 3 superficies para de esta poder introducir los dedos y así hacer un buen lanzamiento. En las bolicheras, además de tener variedad de bolas con diferente peso, también hay bolas con hoyos en varias posiciones y distribuciones, de esta forma podemos escoger la que mejor se ajuste a nosotros.

Figura No 6.

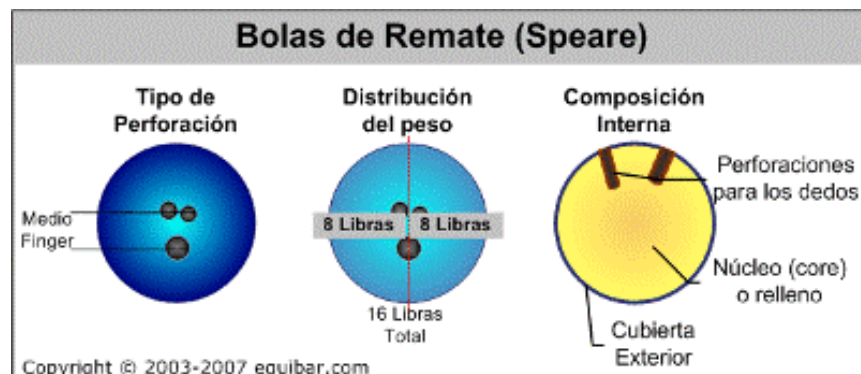


Fuente: Bolas de Bolocentro

A continuación presentamos las diferentes tipos de bolas:

Bola de remate: Se las conocen también como speare a aquellas bolas que en su propia rotación no tiene efecto, es decir que no dan vuelta por si solas sobre su eje vertical.

Figura No 7.

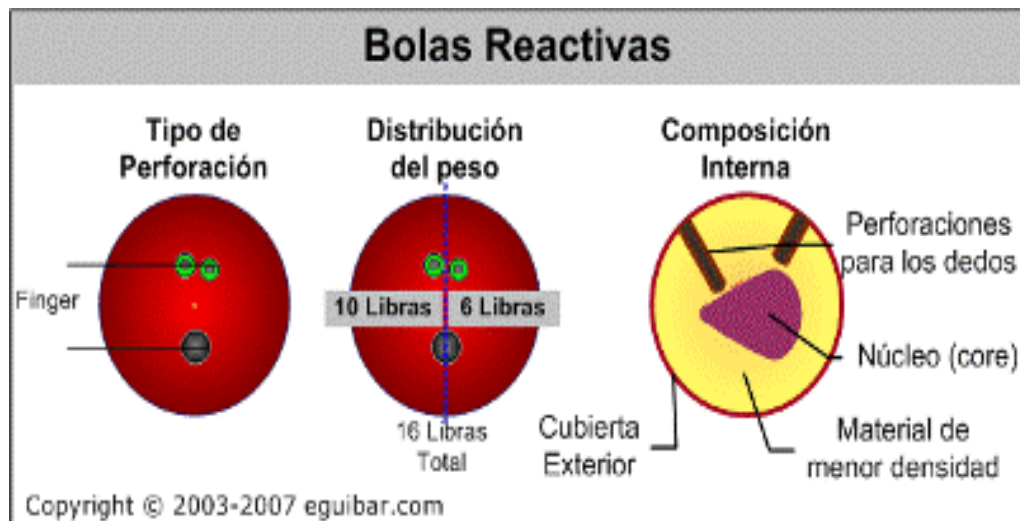


Fuente: eguibar.com

Los profesionales usan este tipo de bolas cuando necesitan hacer un remate, con esto nos referimos a que las usarán cuando necesitan derrumbar menos de 4 pinos o bolos, en su segundo tiro; ya que se necesita mayor precisión y este tipo de bolas ayudará mucho en estos casos para un mejor lanzamiento.

Bolas reactivas: Las bolas reactivas no se asemejan para nada a las bolas de remate, pues a diferencia de ellas, estas si giran por si solas, esto se debe a que el peso de la bola está distribuido de diferente manera dentro de ella misma. Esta clase de bolas ayudan al jugador a derribar más bolos o pinos; pero lo general son perforadas tipo finger, es decir que los dedos medio y anular solo se introduce la primera falange dentro de unos chupones que son de goma.

Figura No 8.



Fuente: eguibar.com

Zapatos: Para este juego, los zapatos serán de suela lisa y generalmente son de goma, aunque, si bien es cierto, podrán encontrarse una gran variedad de suelas, e inclusive se pueden intercambiar para de esta forma ajustarse a las condiciones de la pista.

Según FERNANDEZ, Cecilia (2009):

Reglamento de bolos

- Puede jugar una cantidad variada de personas. Realizarán sus tiros alternativamente en ronda, anotándose los puntos de cada jugada.
- Al momento de voltear todos los bolos con dos bolas, anota un “spare”, se indica con una raya / y se da un bono. El bono que se da es solo 10 puntos, más lo que acumulará con la primera bola de la siguiente tirada.
- A cada jugador se le permite lanzar la bola dos veces en cada oportunidad, excepto cuando tumba todos los bolos con la primera bola y no necesita jugar por segunda vez. Es decir, un “strike”.
- Si en el primer lanzamiento de una casilla no se voltean todos los bolos, la puntuación es el total de bolos que se logró voltear.
- Si pisa más allá de la línea que marca el comienzo de la pista (line) donde se lanza la bola comete una falta.
- La puntuación más alta en el juego es de 300 puntos, y consta de 12 “strikes” corridos. Las puntuaciones buenas dependen de la destreza que tiene cada jugador. La regla general es que si se tiene una puntuación entre unos 150-200 puntos es considerada como buena, mientras que una puntuación de por lo menos unos 201 puntos en adelante se la considerará como excelente.
- Los llamados “handicaps” son puntos adicionales que se les dará a los jugadores para que tengan las mismas oportunidades de ganar cuando se enfrentan a

jugadores que tiene mejores promedios de puntuación, que generalmente es un porcentaje entre casi el 70% o a veces el 80% entre la diferencia de su promedio habitual.

El espacio físico y su importancia en la infraestructura de las bolicheras.

Uno de los primeros pasos en una planificación para la creación de un centro de entretenimiento está en la definición de un área adecuada. El espacio físico es muy importante ya que para montar un par de carreras de larga duración de 30 metros, es necesario 3,43 m de ancho; aquí incluye el área de jugadores y el espacio necesario para implementar el software de la máquina re-armadora de mantenimiento. Ahora, en cuanto al espacio físico total, será necesario aproximadamente entre 80 a 100 metros cuadrados por piso; este espacio, más allá de las pistas, también incluye el área y otros artículos relacionados con la industria del entretenimiento.

2.2 MARCO LEGAL

La Constitución de la República, 2008, establece la importancia de fomentar el deporte, a través de actividades físicas, lo que contribuirá con una mejor calidad de vida, desde el punto de vista de la salud. A continuación se establecen los siguientes artículos:

Responsabilidades

Art. 83 Inciso 9.- Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios.

Inciso 12.- Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.

Cultura y ciencia

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Salud

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Jóvenes

Art. 39.- El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público.

El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Sistema financiero

Art. 308.- Las actividades financieras son un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley; tendrán la finalidad fundamental de preservar los depósitos y atender los requerimientos de financiamiento para la consecución de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras intermediarán de forma eficiente los recursos captados para fortalecer la inversión productiva nacional, y el consumo social y ambientalmente responsable.

El Estado fomentará el acceso a los servicios financieros y a la democratización del crédito. Se prohíben las prácticas colusorias, el anatocismo y la usura.

La regulación y el control del sector financiero privado no trasladarán la responsabilidad de la solvencia bancaria ni supondrán garantía alguna del Estado. Las administradoras y administradores de las instituciones financieras y quienes controlen su capital serán responsables de su solvencia.

Se prohíbe el congelamiento o la retención arbitraria o generalizada de los fondos o depósitos en las instituciones financieras públicas o privadas.

Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 329.- Las jóvenes y los jóvenes tendrán el derecho de ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de autosustento, cuidado familiar e iniciativas comunitarias. Se impulsarán condiciones y oportunidades con este fin.

Para el cumplimiento del derecho al trabajo de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el Estado adoptará medidas específicas a fin de eliminar discriminaciones que los afecten, reconocerá y apoyará sus formas de organización del trabajo, y garantizará el acceso al empleo en igualdad de condiciones.

Se reconocerá y protegerá el trabajo autónomo y por cuenta propia realizado en espacios públicos, permitidos por la ley y otras regulaciones.

Se prohíbe toda forma de confiscación de sus productos, materiales o herramientas de trabajo.

Los procesos de selección, contratación y promoción laboral se basarán en requisitos de habilidades, destrezas, formación, méritos y capacidades. Se prohíbe el uso de criterios e instrumentos discriminatorios que afecten la privacidad, la dignidad e integridad de las personas.

El Estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. El Estado velará por el respeto a los derechos laborales de las trabajadoras y trabajadores ecuatorianos en el exterior, y promoverá convenios y acuerdos con otros países para la regularización de tales trabajadores.

Intercambios económicos y comercio justo

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 381.- El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los y las deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos u Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad.

Ecuador posee una ley deportiva cuya finalidad es fomentar las prácticas del deporte, regularlo y hacer de esta actividad una forma de distracción.

Ley del Deporte, Educación Física y Recreación

Art. 1 Ámbito.- Las disposiciones de la presente Ley, fomentan, protegen y regulan al sistema deportivo, educación física y recreación, en el territorio nacional, regula técnica y administrativamente a las organizaciones deportivas en general y a sus dirigentes, la utilización de escenarios deportivos públicos o privados financiados con recursos del Estado.

Art. 2 Objeto.- Las disposiciones de la presente Ley son de orden público e interés social. Esta Ley regula el deporte, educación física y recreación; establece las normas a las que deben sujetarse estas actividades para mejorar la condición física de toda la población, contribuyendo así, a la consecución del Buen Vivir.

Art. 3 De la práctica del deporte, educación física y recreación.- La práctica del deporte, educación física y recreación debe ser libre y voluntaria y constituye un derecho fundamental y parte de la formación integral de las personas. Serán protegidas por todas las Funciones del Estado.

Art. 80 De la recreación.- La recreación comprenderá todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida. Estas actividades incluyen las organizadas y ejecutadas por el deporte barrial y parroquial, urbano y rural.

Art. 89.- De la recreación.- La recreación comprenderá todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida. Estas actividades incluyen las organizadas y ejecutadas por el deporte barrial y parroquial, urbano y rural.

Art. 92 Regulación de actividades deportivas.- El Estado garantizará:

- a) Planificar y promover la igualdad de oportunidades a toda la población sin distinción de edad, género, capacidades diferentes, condición socio económica o intercultural a la práctica cotidiana y regular de actividades recreativas y deportivas;
- b) Impulsar programas para actividades recreativas deportivas para un sano esparcimiento, convivencia familiar, integración social, así como para recuperar valores culturales deportivos, ancestrales, interculturales y tradicionales;
- c) Fomentar programas con actividades de deporte, educación física y recreación desde edades tempranas hasta el adulto mayor y grupos vulnerables en general para fortalecer el nivel de salud, mejorar y elevar su rendimiento físico y sensorial;
- d) Garantizar, promover y fomentar en la Administración Pública, la práctica de actividades deportivas, físicas y recreativas; y
- e) Garantizar y promover el uso de parques, plazas y demás espacios públicos para la práctica de las actividades deportivas, físicas y recreativas.

Décimo Octava (glosario) de la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación

Actividad Física.- Cualquier movimiento que contribuye al gasto energético total del ser humano. Cualquier movimiento que eleva el metabolismo por encima del de reposo. Este concepto incluye la recreación y la educación física.

Deporte.- El Deporte es toda actividad física y mental caracterizada por una actitud lúcida y de afán competitivo de comprobación o desafío, dentro de disciplinas y normas preestablecidas constantes en los reglamentos de las organizaciones nacionales y/o internacionales correspondientes, orientadas a generar valores morales, cívicos y sociales y desarrollar fortalezas y habilidades susceptibles de potenciación.

Deportista.- Mujer u hombre dotado de talento o de condiciones necesarias en los aspectos de habilidades técnicas, capacidades físicas, constitución física y cualidades psicológicas en una disciplina deportiva específica desde su etapa de iniciación con el objetivo de alcanzar los mejores resultados a nivel internacional.

Recreación.- Son todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada para constituirse en una verdadera terapia para el cuerpo y la mente, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida.

Código de Comercio Art. 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Art. 2.- Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Art 2 Definiciones.- Para efectos de la presente Ley, se entenderán por:

Anunciante.- Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

Contrato de Adhesión.- Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificialmente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, precios al productor o de precios al consumidor.

Información Básica Comercial.- Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta.- Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

Distribuidores o comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

Regulación de la publicidad y su contenido

Art. 7 Infracciones Publicitarias.- Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

1. País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
2. Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;
3. Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretenden satisfacer y otras; y,
4. Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.

Art. 8 Controversias Derivadas de la Publicidad.- En las controversias que pudieren surgir como consecuencia el incumplimiento de lo dispuesto en los artículos precedentes, el anunciante deberá justificar adecuadamente la causa de dicho incumplimiento.

El proveedor, en la publicidad de sus productos o servicios, mantendrá en su poder, para información de los legítimos interesados, los datos técnicos, fácticos y científicos que dieron sustento al mensaje.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Bowling.- Es un deporte que se realiza en lugares cerrados. El objetivo de este juego es derribar los pinos (piezas de madera) con el lanzamiento de una bola.

Bolera.- Se les llama así a los lugares donde se practica el juego de bolos.

Deporte.- El deporte es una actividad mental y física; es una actividad que implica diversión o ejercicio físico; y en ocasiones enlazada con el desarrollo de la inteligencia y habilidades.

Entretenimiento.- Es la actividad, la cual da a la gente la relajación o el placer. Esta actividad está muy relacionada con el ocio y la diversión.

Línea de falta.- Es la línea de color oscuro, de medio centímetro; la cual separa la pista de la zona de acercamiento y que sirve para indicar la validez de un lanzamiento.

Lúdica.- Es una actitud, una forma de estar en la vida, de relacionarse en esos espacios en que se puede disfrutar; hay interacciones sociales que se pueden considerar lúdicas como por ejemplo el amor, el afecto.

Ocio.- El ocio es el tiempo libre o descanso de las ocupaciones habituales que tiene una persona.

Competitividad.- Es la capacidad que tiene una empresa de poder obtener rentabilidad en el mercado compitiendo a su vez con sus competidores.

Capacidad.- Es el conjunto de condiciones intelectuales para el desempeño de un cargo o el cumplimiento de una función.

Meta.- Es el fin al que se dirigen los deseos o acciones de una persona; es un pequeño objetivo que conlleva a conseguir el objetivo como tal.

Proyecto.- Es un conjunto de acciones que se planifican a fin de conseguir una meta que ya fue previamente establecida y para lo cual ya cuenta con una serie de recursos.

Emprendedor.- Un emprendedor es alguien capaz de detectar oportunidades, siempre está dispuesto a arriesgar para lograr sus objetivos y aplica a sus emprendimientos tanto su conocimiento como su intuición.

Negocios.- Son toda actividad donde exista un intercambio ya sea de servicios y/o bienes con el objetivo de satisfacer una necesidad de los consumidores y obtener una ganancia a favor de los propietarios del negocio.

Insumos.- Este término se lo utiliza para hacer referencia a todos aquellos implementos que sirven para un fin determinado, denominados como materias primas.

Competencia.- Son las capacidades de poner en funcionamiento los diferentes conocimientos, habilidades, etc. que tienen los seres humanos para la vida en todo ámbito, ya sea en el personal, social y laboral.

Administración.- Es el proceso de poder planificar, organizar, dirigir y controlar el uso adecuado de los recursos que tiene la organización y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos de manera eficiente y eficaz.

Reglamentos.- Es una colección de preceptos o reglas que se dan para la ejecución de una ley o para el régimen de una corporación, empresa o negocio.

Estrategias.- Es un conjunto de acciones, principios y rutas que se llevan a cabo para lograr un objetivo.

Creatividad.- Es la facultad que alguien tiene para crear, producir cosas nuevas y valiosas; la creatividad permite cumplir deseos personales de forma sencilla, eficiente, económica y más veloz.

Inventario.- Es un conjunto de artículos acumulados en un almacén en espera de ser vendidos o utilizados.

Marketing.- Es el conjunto de actividades como planear, fijar precios, etc., destinadas a lograr la satisfacción del consumidor mediante un servicio o producto,

PYMES.- Son pequeñas y medianas empresas, con un número no muy grande de trabajadores.

Activos.- Son bienes tangibles o intangibles que posee una empresa.

Premisas.- Son indicios, conjetura o síntomas que permiten inferir algo y sacar una conclusión.

Inflación.- Es el crecimiento de los precios de los bienes y servicios de una economía a lo largo del tiempo.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La escasa implementación de negocios de entretenimiento y distracción existentes en el Cantón Milagro se debe al limitado nivel de emprendimiento de las personas.

2.4.2. Hipótesis Particulares

- La escasez de desarrollo de nuevos proyectos de negocios de distracción se debe a los requerimientos de alta inversión de capital.
- La escasa disponibilidad de espacios físicos afecta a la limitada infraestructura que presentan los negocios dedicados a generar distracción en nuestro Cantón.
- El temor al riesgo de emprender en nuevos negocios ha llevado a generar negocios tradicionales y de escaso riesgo de inversión.

- El bajo nivel de inversión que se genera en nuestro cantón por parte del sector privado se ve afectado por el escaso apoyo de la Municipalidad.
- Los errores que se suelen cometer en el desarrollo de trámites de apertura de negocios de distracción se deben a la falta de conocimientos sobre los requisitos y permisos establecidos por las leyes respectivas.

2.4.2 Declaración de Variables

Variables Independientes

- Nivel de Emprendimiento
- Inversión de capital
- Infraestructura
- Riesgo
- Apoyo de la Municipalidad
- Requisitos y permisos

Variables Dependientes

- Negocios de entretenimiento y distracción
- Espacios físicos
- Negocios tradicionales
- Nivel de inversión
- Trámites de apertura

2.4.3 Operacionalización de las Variables

Cuadro No. 1

VARIABLE	DEFINICIÓN	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Nivel de Emprendimiento	Es aquella aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos proyectos.	<ul style="list-style-type: none"> Número de emprendimientos del sector industrial de distracción, en el Cantón de Milagro. 	Observación de la base de datos del Municipio.
Inversión de capital	Es la inversión de dinero para adquirir un recurso tangible.	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de créditos financieros otorgados por las entidades crediticias para la inversión en nuevos sitios de distracción. Nivel de apalancamiento de los emprendimientos del sector de distracción y entretenimiento. 	Observación de Base de datos de las entidades crediticias. Observación de los Estados Financieros
Infraestructura	Conjunto de elementos que se consideran necesarios para el funcionamiento de una organización. Es la base material de una sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> Número de lugares disponibles y acuerdos para los centros de entretenimiento en el Cantón de Milagro. 	Base de datos del Dpto. de Avalúos y Catastro de la Municipalidad.

Riesgo	El riesgo es la amenaza concreta de daño que yace sobre nosotros.	<ul style="list-style-type: none"> Número de emprendimientos del sector industrial de distracción, en el Cantón de Milagro. 	Observación de la base de datos del Municipio.
Apoyo de la Municipalidad	Es una organización, la cual se encarga de la administración de una ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> Número de actividades de la municipalidad dedicadas a brindar asesoría en el área de proyectos y emprendimientos. 	Entrevista (al Alcalde).
Requisitos y permisos	Son condiciones indispensables para que pueda realizarse una cosa.	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de trámites que se deben efectuar para crear un negocio Número de negocios legalmente constituidos, en el Cantón de Milagro. 	Observación de reglamentaciones del SRI y la Superintendencia de Compañías. Entrevista a funcionarios del SRI.
Negocios de entretenimiento y distracción	Son lugares donde se puede pasar el tiempo de manera agradable y entretenida.	<ul style="list-style-type: none"> Número de negocios de entretenimiento del sector industrial de distracción, en el Cantón de Milagro. 	Observación de Base de datos en la Cámara de Comercio.
Espacio Físico	Son escenarios, responde al lugar o lugares en donde se desarrollan los acontecimientos.	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de lugares destinados a alquiler para negocios, en el sector urbano y céntrico de la ciudad. 	Base de datos del Dpto. de Avalúos y Catastro de la Municipalidad.
	Son negocios	<ul style="list-style-type: none"> Número de 	Base de datos

Negocios tradicionales	trasmítidos de generación en generación, donde uno invierte una gran suma de dinero para un emprendimiento.	negocios tradicionales del sector industrial de distracción, en el Cantón de Milagro.	en la Cámara de Comercio.
Nivel de inversión	Es una colocación de capital para obtener una ganancia futura.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de emprendimientos del sector industrial de distracción, en el Cantón de Milagro. • Nivel de capital invertido en los emprendimientos. 	<p>Observación de Base de datos en la Cámara de Comercio.</p> <p>Observación de los Estados Financieros.</p>
Trámites de apertura	Son gestiones o formalismos que se necesitan para la apertura de un negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de emprendimientos del sector industrial de distracción, en el Cantón de Milagro. • Número de emprendimientos que han cumplido con los trámites de ley para su creación. 	Observación de Base de datos en la Cámara de Comercio.

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Descriptiva

El presente trabajo correspondió a una Investigación Descriptiva, por ello fue fundamental recopilar información sobre cada una de las variables (independientes y dependientes), a través de la información presentada en la fundamentación teórica, a fin de establecer inferencias sobre el comportamiento de las mismas y encontrar las bases que sustenten lo establecido en las hipótesis.

Investigación Explicativa

Este tipo de investigación requirió de la combinación de los métodos deductivo - inductivo en conjugación con el analítico - sintético; es decir, se trató de responder el “por qué” del objeto que se investiga; esta investigación permitió conocer el comportamiento de las causas de la problemática y posteriormente de la aplicación de instrumentos de recolección de datos, se calificó, interpretó y estableció valoraciones de

la información para la sustentación de cada una de las variables de las hipótesis hasta su verificación.

La investigación se constituyó en explicativa porque se realizó una descripción y explicación de las variables, su comportamiento dentro del campo de investigación y la forma en que afectan a los resultados proporcionados por los informantes calificados.

Investigación Correlacional

La investigación correlacional tiene como propósito mostrar y a su vez examinar la relación entre variables o los resultados de las variables. Este tipo de investigación nos permitió medir el grado existente entre las variables manifestadas en las hipótesis.

Investigación de Campo

Por último hemos utilizado la Investigación de Campo; este tipo de investigación se basó en informaciones que provienen de entrevistas, encuestas, cuestionarios y observaciones. Ahora bien para nuestra investigación nos hemos basado en la recopilación de la información necesaria a través de las encuestas realizadas. En pocas palabras, se recogió información cualitativa y posteriormente se la transformó en cuantitativa para dar una interpretación objetiva en base a lo expuesto por cada informante calificado.

Diseño de la Investigación

El diseño de la Investigación que desarrollamos es de tipo cuantitativo y cualitativo puesto que las variables tienen características que fueron medidas durante el proceso de investigación. Aquí, se cumplió con los parámetros de la Teoría de la Complejidad que expresa la importancia del método cualitativo, debido a la relación de causas y efectos que se presentan en las hipótesis y que no excluyen los resultados, al contrario,

estos fueron asociados a manera de bucles que caen en la recursividad, dando paso al empleo de toda información para trabajar en un ambiente objetivo.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Para el presente estudio se presentaron varias poblaciones, integradas por segmentos que difieren en aspectos demográficos, a continuación se detallan estas poblaciones:

- **Población 1.-** Habitantes del cantón Milagro con deseos y capacidades de emprender, cuyas edades oscilan de 25 a 44 años.
- **Población 2.-** Habitantes del cantón Milagro que deseen acceder a los servicios de distracción relacionados con el juego de bolos, cuyas edades oscilan entre los 15 a 64 años.
- **Población 3.-** Alcalde del Cantón Milagro.
- **Población 4.-** Administradores de emprendimientos de distracción “Bolicheras”

3.2.2 Delimitación de la población

Población 1.- Habitantes del cantón Milagro que tiene deseos y capacidad de emprender en los negocios relacionados con el juego de bolos, cuyas edades oscilan entre los 25 a 44 años.

Delimitación o segmentación geográfica:

País: Ecuador

Región: Cinco

Ciudad o Cantón: Milagro

Delimitación o segmentación demográfica:

Edad: 25 a 44 años

Género: Masculino y femenino

Clase social o económica: Media, Media alta y Alta

Delimitación psicográfica:

Comportamiento: Deseos de emprender en negocios de distracción relacionados con la práctica de juegos de bolos u otras actividades de distracción novedosas.

Por lo tanto la población es de 37.223 de acuerdo a los datos del último CENSO 2010 del INEC.

Población 2.- Habitantes del cantón Milagro que deseen acceder a los servicios de distracción relacionados con el juego de bolos, cuyas edades oscilan entre los 15 a 64 años.

Delimitación o segmentación geográfica:

País: Ecuador

Región: Cinco

Ciudad o Cantón: Milagro

Delimitación o segmentación demográfica:

Edad: 15 a 64 años

Género: Masculino y femenino

Clase social o económica: Media, Media alta y Alta

Delimitación psicográfica:

Comportamiento: Gustos por la práctica de juegos de bolos u otras actividades de distracción novedosas.

Por lo tanto la población es de 84.457, de acuerdo a los datos del último CENSO 2010 del INEC.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que se aplicó a esta investigación fue del tipo No probabilística, esto significa que la muestra que se tomó quedó al criterio del investigador.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Fórmula:

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

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

p: Posibilidad de que ocurra un evento

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento

E: Error, se considera el 5%

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1,96

Cálculo de la Muestra para la Población 1:

Habitantes del cantón Milagro con deseos y capacidades de emprender, cuyas edades oscilan de 25 a 44 años.

$$n = \frac{37.223 * 0.5 * 0.5}{\frac{(17.223 - 1) (0,05)^2}{(1,96)^2} + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{9.305,75}{\frac{(37.222) (0,0025)}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{9.305,75}{\frac{93,005}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{9.305,75}{24,472980}$$

$$n = 380,24 = 380 \text{ habitantes (muestra)}$$

Cálculo de la Muestra para la Población 2:

Habitantes del cantón Milagro que deseen acceder a los servicios de distracción relacionados con el juego de bolos, cuyas edades oscilan entre los 15 a 64 años.

$$n = \frac{84.457 * 0.5 * 0.5}{\frac{(84.457 - 1) (0,05)^2}{(1,96)^2} + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{21.114,25}{\frac{(84.456) (0,0025)}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{21.114,25}{\frac{211,14}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{21.114,25}{55,211474}$$

$$n = 382,42 = 382 \text{ habitantes (muestra)}$$

En lo que respecta a la población 3 y 4 no se requiere el cálculo de la muestra.

En lo referente a la población 4 se trabajará con el personal que trabaja en la siguiente Bolichera ubicada en Guayaquil:

- Cosmic Bowling

3.2.5 Proceso de selección

La selección de la muestra se la realizó a la población de las edades entre 25 a 44 años los cuales tienen deseos y capacidades de emprender en nuevos negocios, además también se realizó la investigación a la población cuyas edades oscilan entre los 15 a 64 años, con la finalidad de conocer su interés y preferencia por este tipo de negocios. La selección es en forma aleatoria, considerando aquellos que recaen en el intervalo de la edad antes establecida.

3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Métodos teóricos:

Los métodos teóricos que se utilizaron para procesar la investigación son:

Método Inductivo – deductivo

El método deductivo es el que demuestra en forma interpretativa, mediante lógica pura la conclusión en su totalidad de manera que se garantiza la veracidad de las conclusiones; mientras que el método inductivo es aplicado a partir de la observación de los hechos; se emplea al trabajar en forma particular con cada variable y basada en la fundamentación teórica, por lo cual este método nos permitió analizar cómo cada una de estas variables afectó a la investigación, para posteriormente ser derivadas en la deducción, a través de inferencias que generalicen si las hipótesis planteadas se pueden o no verificar desde el punto de vista teórico y cuanti-cualitativo.

Método Hipotético – deductivo

En este método se propone una hipótesis como el resultado de la deducción del conjunto de datos, principios generales. En este método se planteó una hipótesis que se puede analizar de manera deductiva o inductiva.

Método lógico

El método lógico investiga las leyes que son generales y esenciales para el funcionamiento y desarrollo de los fenómenos. Lo lógico reproduce en el plano teórico, lo cual es lo más importante del fenómeno histórico, es decir, lo que constituye su esencia. Este método permitió la formación de hipótesis y la investigación de los fenómenos que las integran, recogiendo así información objetiva y real, desde sus procesos históricos hasta su funcionamiento en la actualidad.

Método Analítico-sintético

El método analítico- sintético es aquel que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes para observar causas, naturaleza y efectos; el análisis y la síntesis son complementarios, es por esto que en el presente trabajo de investigación hemos utilizado este método. Para poder comprobar las hipótesis tuvimos que analizar el problema planteado descomponiendo sus partes y cada uno de los elementos que interviene para poder tener una mejor claridad del objeto de estudio para llegar al fin perseguido.

3.3.2 Métodos empíricos

En esta investigación se utilizó como método empírico la encuesta; la cual nos permitió analizar cuál es el comportamiento de las personas y así de esta forma poder medir el

grado de aceptación de la población en cuanto a nuestro centro de entretenimiento en el Cantón de Milagro.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos que utilizamos para realizar nuestra investigación fueron las encuestas para lo cual se elaboró dos cuestionarios que nos ayudaron a verificar las hipótesis planteadas. El primer cuestionario que acompaña a la encuesta está formado por 13 preguntas y fue elaborado para la población con características de emprendedores, el segundo cuestionario está formado por 8 preguntas, elaborado para la población con deseos de acceder a servicios de entretenimiento y distracción.

Además de las encuestas se trabajó con la técnica de la entrevista:

La primera entrevista, dirigida a los administradores o personal de sitios de distracción que ofrecen como entretenimiento el juego de bolos, el instrumento que la acompaña es la guía de preguntas, la misma que será estructurada y constará de 5 preguntas.

La segunda entrevista, dirigida al Alcalde de nuestro Cantón Milagro, con la finalidad de obtener información objetiva sobre las actividades que efectúa la Municipalidad para promover la inversión en nuevos proyectos de negocios relacionados con actividades de distracción y entretenimiento y constará de 4 preguntas.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para realizar el proceso estadístico de la información recolectada a través de las encuestas hemos utilizado el programa EXCEL; este programa nos permitió una fácil tabulación, además hemos presentado los resultados a través de gráficos, en este caso las barras, las cuales nos ayudó a presentar los resultados en forma clara.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

La investigación desarrollada se centró en los siguientes tipos de informantes calificados: Habitantes del cantón Milagro con deseos de emprender y habitantes del mismo cantón con deseos de acceder a los servicios de entretenimiento y distracción ofertados por una bolichera. Además de tener como referente a un empresario en la actividad antes mencionada y al Coordinador de Mercados de la Ilustre Municipalidad de Milagro.

Para obtener información validada, se aplicaron técnicas de investigación con sus respectivos instrumentos, tomando como base las encuestas y la entrevista.

ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN MILAGRO CON DESEOS Y CAPACIDAD DE EMPRENDER EN NEGOCIOS RELACIONADOS CON EL JUEGO DE BOLOS.

A continuación se exponen los resultados

1. Como habitante del Cantón Milagro, considera que existen varias opciones para lograr un entretenimiento y distracción sana.

Cuadro No. 2

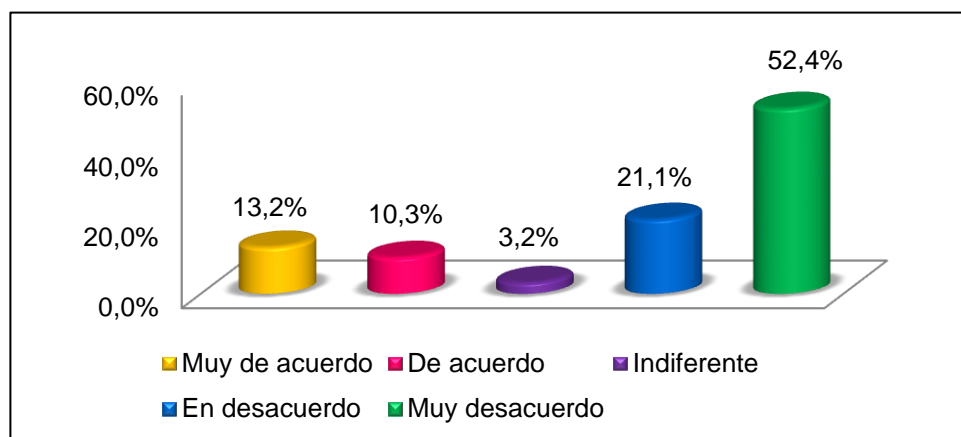
Presencia en Milagro, de opciones de entretenimiento y sana distracción

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	50	13,2%
De acuerdo	39	10,3%
Indiferente	12	3,2%
En desacuerdo	80	21,1%
Muy desacuerdo	199	52,4%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 9

Presencia en Milagro, de opciones de entretenimiento y sana distracción



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

En la encuesta efectuada a los habitantes del Cantón Milagro con deseos de emprender, podemos observar que solo el 13,2% está muy de acuerdo en que si existen varias opciones para lograr un entretenimiento y distracción sana, los cuales

cumplen con sus expectativas y el 10,3% está de acuerdo también con estas opciones, en cambio el 3,2% de los encuestados les es indiferente a este tipo de opciones para entretenimiento, mientras que el 21,1% está en desacuerdo y el 52,4% está en total desacuerdo; dichos habitantes creen conveniente que deben haber nuevas opciones de entretenimiento para tener una distracción sana.

2. Actualmente, ¿Tiene deseos de emprender algún negocio?

Cuadro No. 3

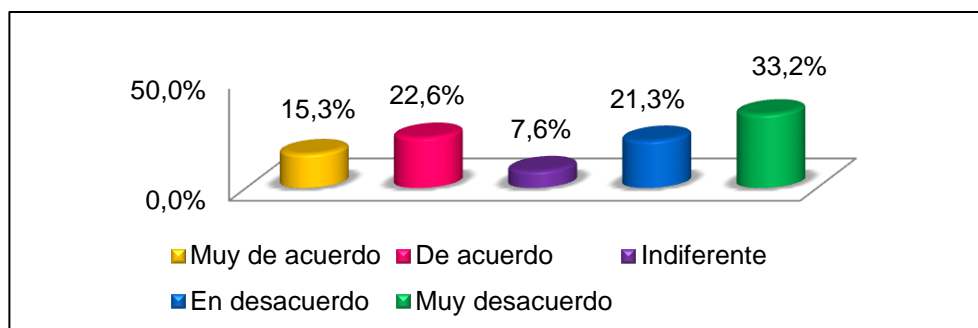
Deseos de emprender

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	58	15,3%
De acuerdo	86	22,6%
Indiferente	29	7,6%
En desacuerdo	81	21,3%
Muy desacuerdo	126	33,2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 10

Deseos de emprender



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Con respecto al emprender algún tipo de negocio, el 15,3% y el 22,6% respectivamente de las personas que fueron encuestadas tienen en mente alguna iniciativa por emprender un negocio actualmente, un 7,6% de las personas les es indiferente emprender o no en algún tipo de negocio por el momento; mientras que el 21,3% y el 33,2% respectivamente de la población; representa un considerable porcentaje que refleja el poco interés de las personas al querer emprender un negocio en la actualidad.

Esto nos refleja que los habitantes del Cantón Milagro carecen de una visión emprendedora y esto conlleva a la falta de negocios relacionados con actividades de entretenimiento y diversión o con alguna otra actividad.

3. ¿Considera usted que el sector de entretenimiento y distracción es una excelente opción para emprender (crear nuevos negocios)?

Cuadro No. 4

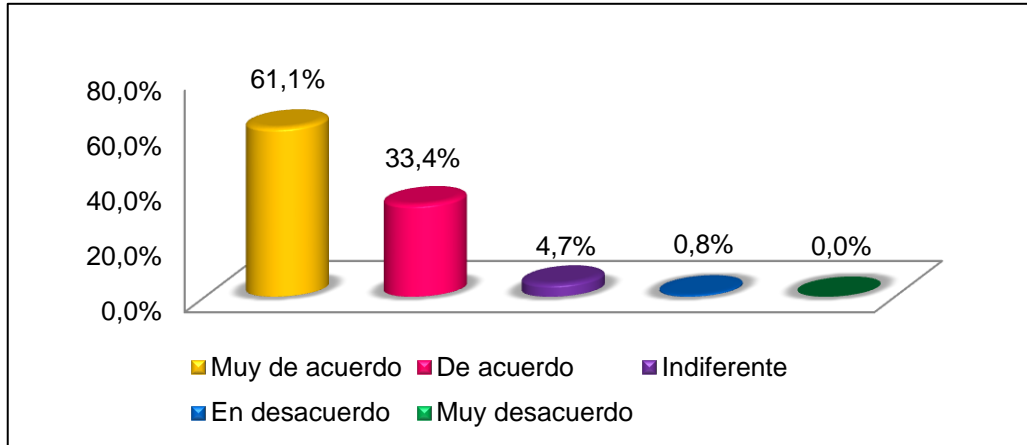
Distracción y entretenimiento, una buena opción para emprender

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	232	61,1%
De acuerdo	127	33,4%
Indiferente	18	4,7%
En desacuerdo	3	0,8%
Muy desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 11

Distracción y entretenimiento, una buena opción para emprender



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

El análisis efectuado mediante la encuestas realizadas, constataron que el sector de entretenimiento y distracción es una excelente opción para emprender en el Cantón de Milagro, puesto que el 61,1% y el 33,4% estuvieron de acuerdo con esto, mientras que el 4,7% se encontraron indiferente a este tipo de opción; y solo el 0,8% no estuvieron de acuerdo con este tipo de opción para emprender.

Con los resultados obtenidos podemos constatar que el negocio relacionado con actividades de entretenimiento y distracción en el Cantón de Milagro es una excelente opción para las personas que deseen emprender.

4. Los negocios relacionados con el entretenimiento y distracción requieren de una alta inversión.

Cuadro No. 5

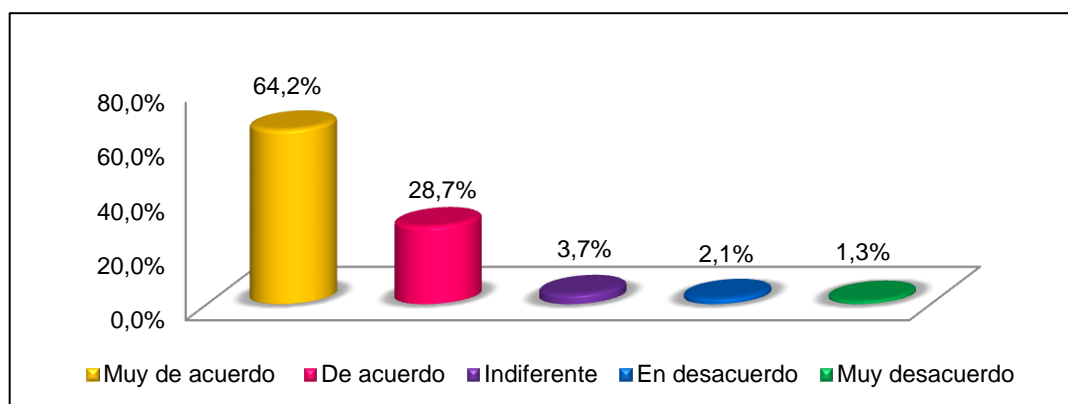
Alta inversión para negocios de entretenimiento y distracción

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	244	64,2%
De acuerdo	109	28,7%
Indiferente	14	3,7%
En desacuerdo	8	2,1%
Muy desacuerdo	5	1,3%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 12

Alta inversión para negocios de entretenimiento y distracción



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

El 64,2% de la población están muy de acuerdo en que los negocios relacionados con el entretenimiento y distracción requieren de una alta inversión, así también el 28,7% están de acuerdo en que crear un negocio relacionado con este tipo de servicios como

es el de brindar entretenimiento y distracción requieren de tener una gran suma de dinero para invertir y solo el 2,1% no estuvieron de acuerdo con esto, mientras que el 1,3% estuvieron muy desacuerdo.

5. ¿La disponibilidad de capital es un limitante para emprender en proyectos de negocios novedosos y diferentes a los tradicionales?

Cuadro No. 6

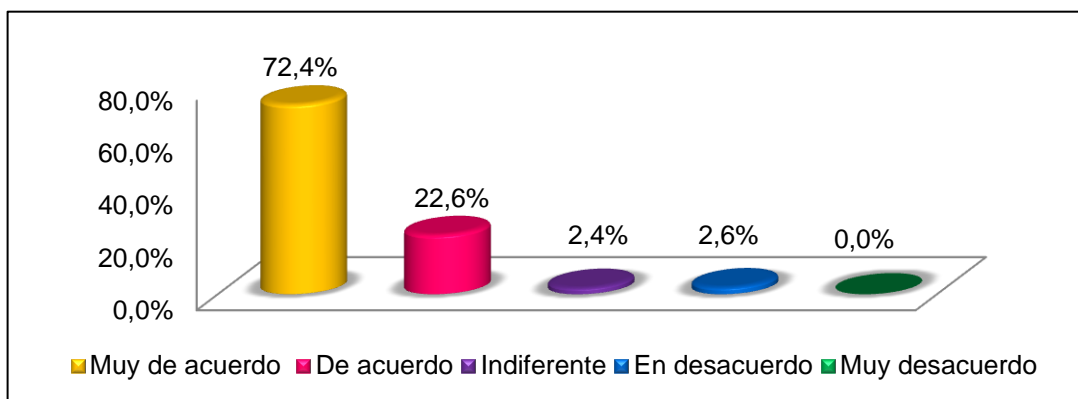
El capital, un limitante en el emprendimiento novedoso

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	275	72,4%
De acuerdo	86	22,6%
Indiferente	9	2,4%
En desacuerdo	10	2,6%
Muy desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 13

El capital, un limitante en el emprendimiento novedoso



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Mediante esta pregunta realizada a la población seleccionada se puede reflejar que el 72,4% de las personas consideran que la disponibilidad de capital es un factor fundamental al momento de querer poner un negocio novedoso y diferente a los tradicionales en este cantón; el 22,6% también están de acuerdo; y tan solo el 2,6% consideran que la disponibilidad de capital no es un limitante al momento de emprender en este tipo de negocios.

6. El Cantón Milagro se caracteriza por disponer de grandes espacios físicos, óptimos para negocios cuya actividad este ligada con el entretenimiento y la distracción.

Cuadro No. 7

Disponibilidad de espacio, en el cantón, para emprender en el sector de entretenimiento y distracción

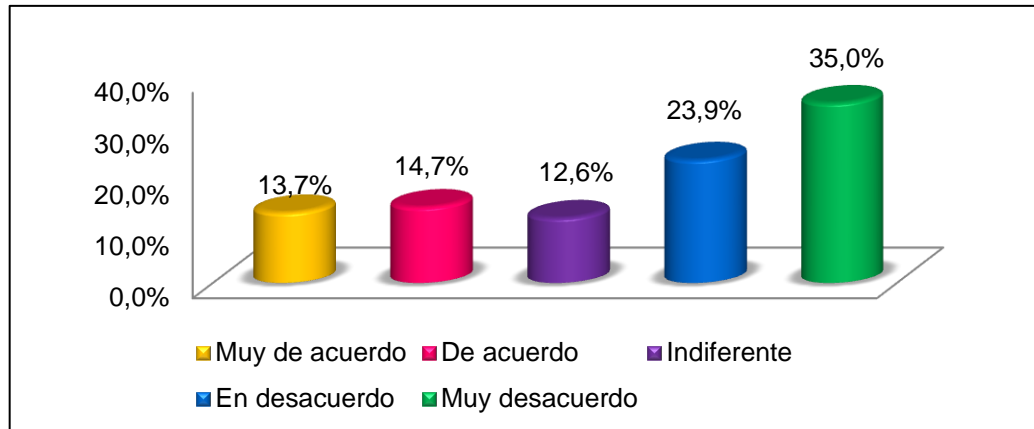
ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	52	13,7%
De acuerdo	56	14,7%
Indiferente	48	12,6%
En desacuerdo	91	23,9%
Muy desacuerdo	133	35,0%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 14

Disponibilidad de espacio, en el cantón, para emprender en el sector de entretenimiento y distracción



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

El 35% de los encuestados consideran que el Cantón Milagro no se caracteriza por tener grandes espacios físicos, ideales para este tipo de servicios como es el de entretenimiento y distracción, además el 23,9% están en desacuerdo y consideran que el espacio físico es un factor importante para este tipo de negocios; mientras que el 12,6% les es indiferente este recurso para emprender un negocio; en cambio el 13,7% están muy de acuerdo y el 14,7% están de acuerdo.

7. ¿Considera usted que la infraestructura es un factor fundamental en los negocios de entretenimiento y distracción?

Cuadro No. 8

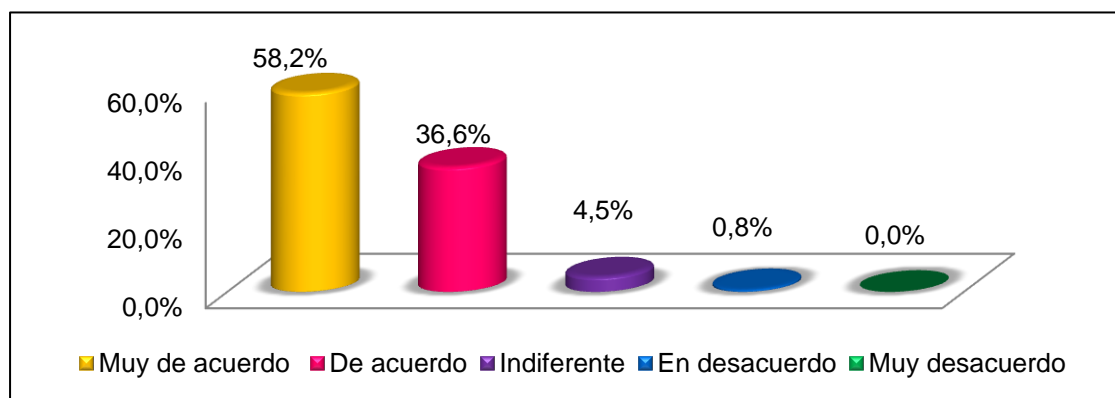
Infraestructura, requisito fundamental en emprendimientos de distracción.

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	221	58,2%
De acuerdo	139	36,6%
Indiferente	17	4,5%
En desacuerdo	3	0,8%
Muy desacuerdo	0	0,0%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 15

Infraestructura, requisito fundamental en emprendimientos de distracción.



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

De las personas encuestadas, el 58,2% están muy de acuerdo en considerar la infraestructura como un factor fundamental en los negocios de entretenimiento y distracción, el 36,6% de las personas piensan que un componente primordial al

establecer un negocio de este tipo es la infraestructura; mientras que el 4,5% exponen que este factor les es indiferente.

8. Actualmente, los negocios dedicados a generar entretenimiento y distracción solo son tradicionales, como resultado de una escasa visión emprendedora.

Cuadro No. 9

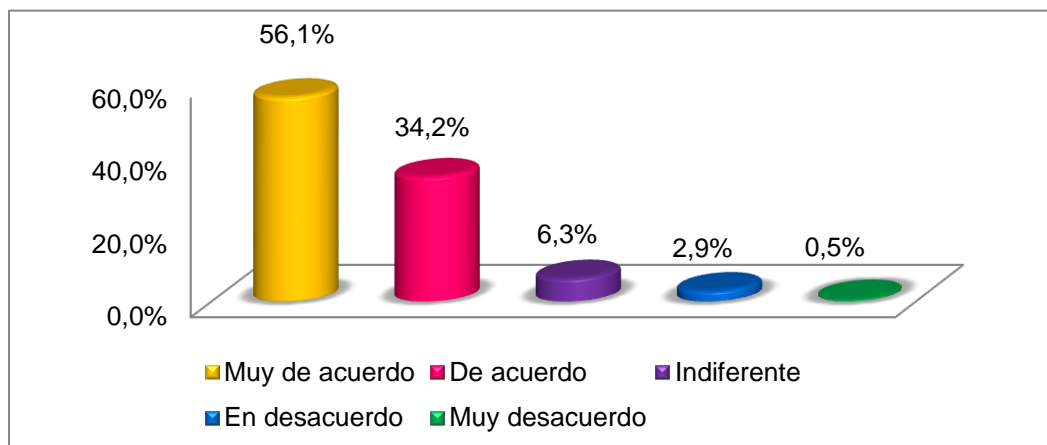
Tradicionalismo en emprendimientos de distracción.

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	213	56,1%
De acuerdo	130	34,2%
Indiferente	24	6,3%
En desacuerdo	11	2,9%
Muy desacuerdo	2	0,5%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 16

Tradicionalismo en emprendimientos de distracción.



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Como podemos observar el 56,1% de las personas están muy de acuerdo en que en la actualidad los negocios que están dedicados a generar entretenimiento y distracción solo son tradicionales a causa de una escasa visión emprendedora por parte de los ciudadanos de este cantón; el 34,2% de los encuestados están de acuerdo en que en el cantón solo existan negocios tradicionales por la falta de personas emprendedoras con nuevas ideas; y tan solo el 2,9% de la población está en desacuerdo.

9. Si tuviese la oportunidad de emprender, ¿Lo haría en actividades de distracción y entretenimiento totalmente diferentes a los bares y discotecas que actualmente se encuentran en nuestro cantón?

Cuadro No. 10

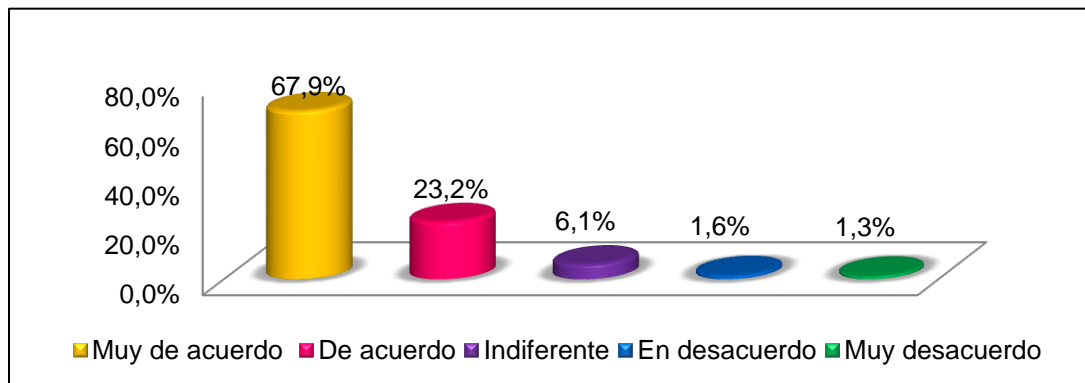
Deseos de emprender en actividades novedosas de distracción y entretenimiento

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	258	67,9%
De acuerdo	88	23,2%
Indiferente	23	6,1%
En desacuerdo	6	1,6%
Muy desacuerdo	5	1,3%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 17

Deseos de emprender en actividades novedosas de distracción y entretenimiento



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Con respecto al emprender en negocios relacionados con actividades de distracción y entretenimiento novedosas, el 67,9% de la población encuestada están muy de acuerdo en que si tuviesen la oportunidad de emprender lo harían en este tipo de negocios en este cantón, así mismo el 23,2% consideran que emprender en este tipo de negocios serían una buena opción; podemos observar que el 6,1% de las personas se encuentran indecisas en emprender en este tipo de negocios, mientras que el 1,6% está en desacuerdo y el 1,3% están en total desacuerdo en empezar algún tipo de negocio dentro de este sector. Como podemos observar la mayor parte de la población consideran una excelente opción el emprender en este tipo de negocios en este cantón, puesto que el sector de entretenimiento y distracción representan ideas innovadoras que no solo cumplirán con las expectativas de los clientes sino también colaborará con el desarrollo económico del Cantón de Milagro.

10. En caso que quisiera emprender, ¿Consideraría recurrir a la Municipalidad, como fuente de apoyo y asesoría?

Cuadro No. 11

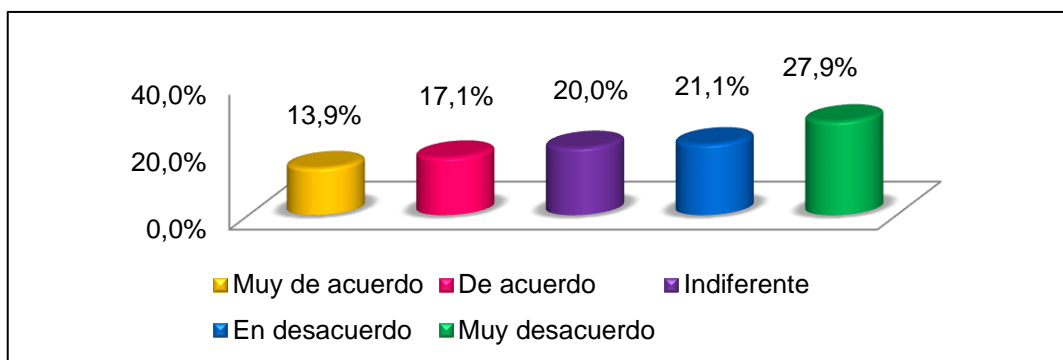
La Municipalidad fuente de apoyo y asesoría en emprendimientos.

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	53	13,9%
De acuerdo	65	17,1%
Indeciso	76	20,0%
En desacuerdo	80	21,1%
Muy desacuerdo	106	27,9%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 18

La Municipalidad fuente de apoyo y asesoría en emprendimientos.



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

De las personas encuestadas, el 13,9% está muy de acuerdo y el 17,1% está de acuerdo, es decir estos dos porcentajes muestran que si los habitantes de este cantón quisieran emprender buscarían como fuente de apoyo a la Municipalidad; mientras que el 20% estarían indecisos frente a esta situación; sin embargo por otro lado el 21,1% y

el 27,9% de la población respectivamente, se encuentran en desacuerdo con esto y preferirían otras fuentes de apoyo para emprender algún tipo de negocio.

11. Amplio Conocimiento sobre los trámites para aperturar un negocio relacionado con la distracción y el entretenimiento.

Cuadro No. 12

Conocimientos sobre trámites legales para crear negocios.

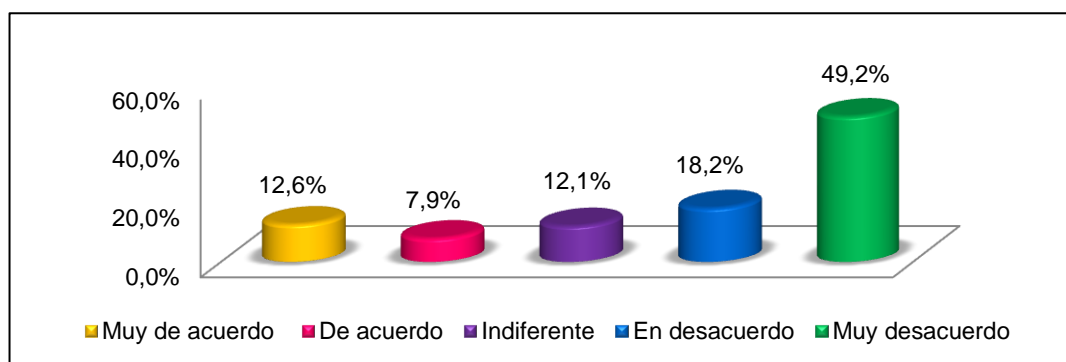
ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	48	12,6%
De acuerdo	30	7,9%
Indiferente	46	12,1%
En desacuerdo	69	18,2%
Muy desacuerdo	187	49,2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 19

Conocimientos sobre trámites legales para crear negocios.



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Mediante esta pregunta hemos constatado que la mayor parte de la población no conoce cuales son los trámites para poder aperturar un negocio relacionado con este

tipo de actividades que encierra tanto el entretenimiento como la distracción, así lo afirman el 49,2% de los encuestado; mientras que el 18,2% también están desacuerdo en el desconocimiento de este tipo de trámites, por otro lado, vemos que el 12,6% está muy de acuerdo y el 7,9% están de acuerdo con respecto a este tipo de información.

12. Disposición para convertirse en un emprendedor, tomando como opción la creación de una Bolichera (entretenimiento y distracción relacionado con el juego de bolos).

Cuadro No. 13

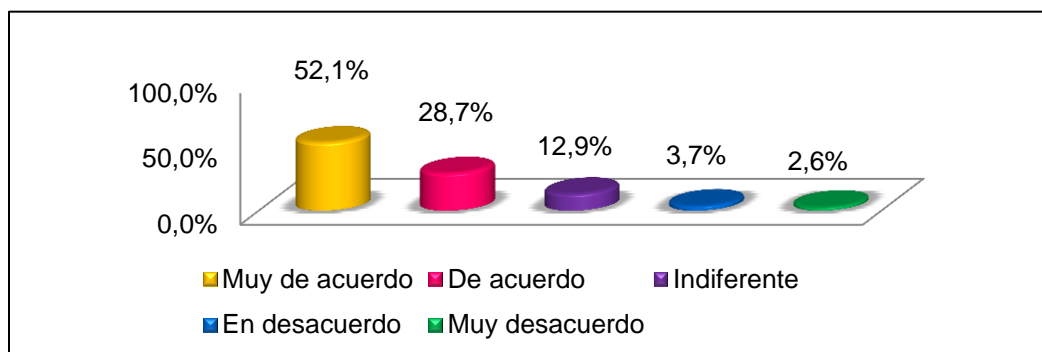
Disposición para emprender en una Bolichera

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	198	52,1%
De acuerdo	109	28,7%
Indiferente	49	12,9%
En desacuerdo	14	3,7%
Muy desacuerdo	10	2,6%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 20

Disposición para emprender en una Bolichera



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Mediante el análisis efectuado de las encuestas podemos observar que el 52,1% de los habitantes con deseos de emprender estarían muy de acuerdo en iniciar en negocios relacionados con actividades de distracción y entretenimiento, específicamente en la creación de una Bolichera; así también consideran como una buena opción de negocio el 28,7% de las personas encuestadas; mientras que el 3,7% y el 2,6% respectivamente se encuentran en total desacuerdo.

13. ¿Considera usted que existiría demanda para una Bolichera (entretenimiento y distracción relacionado con el juego de bolos)?

Cuadro No. 14

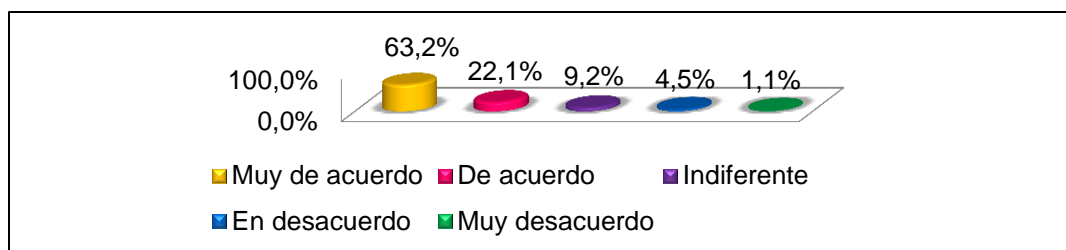
Apreciación de la existencia de demanda para una bolichera

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	240	63,2%
De acuerdo	84	22,1%
Indiferente	35	9,2%
En desacuerdo	17	4,5%
Muy desacuerdo	4	1,1%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 21

Apreciación de la existencia de demanda para una bolichera



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Los datos obtenidos muestran que del total de las personas que desean y están en capacidad de emprender en negocios relacionados con entretenimiento y distracción, opinan que sí existiría una demanda para establecer una bolichera en el Cantón Milagro, el 63.2% muy de acuerdo y el 22,1% de acuerdo. Con lo que el 9,2% de la personas se mostró indiferente, un 4,5% en desacuerdo y tan solo el 1.1% está muy desacuerdo.

Estos datos pueden ayudar a establecer posibles futuros socios inversionistas para poder hacer viable la creación del negocio.

Encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Milagro que deseen acceder a los servicios de distracción relacionados con el Juego de Bolos.

1. Nuestro Cantón le ofrece una variedad de opciones para entretenimiento y distracción

Cuadro No. 15

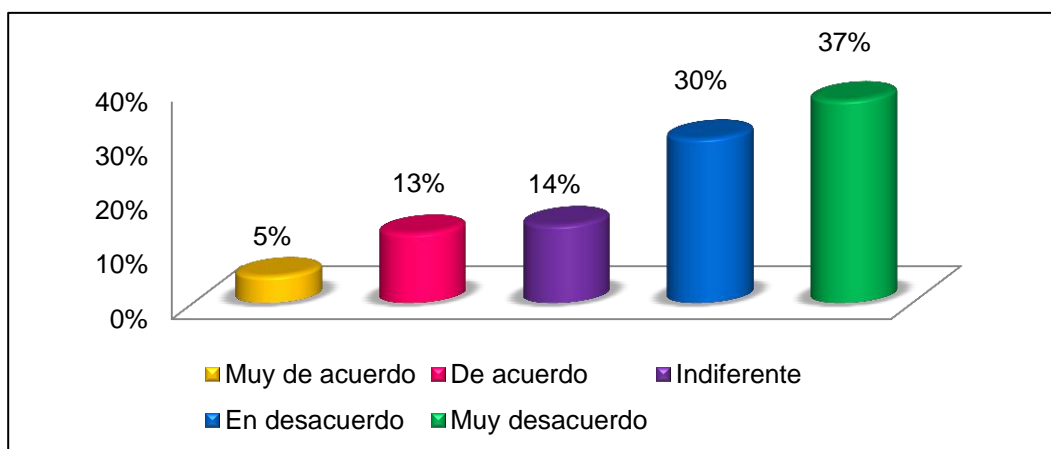
Variedad de opciones de entretenimiento en nuestro cantón.

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5%
De acuerdo	49	13%
Indiferente	55	14%
En desacuerdo	116	30%
Muy desacuerdo	143	37%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 22

Variedad de opciones de entretenimiento en nuestro cantón.



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

De acuerdo con los estudios realizados a los habitantes del Cantón Milagro con deseos de acceder a los servicios de entretenimiento y distracción se refleja que el 5% de la población encuestada están muy de acuerdo en que el cantón si ofrece una variedad de opciones y el 13% están de acuerdo, mientras que el 14% de la población le es indiferente este tipo de servicios, sin embargo el 30% no se sienten conforme con las variedad de opciones para entretenimiento y distracción que brinda el Cantón de Milagro, tanto así que el 37% de las personas totalmente insatisfechas manifiestan que deben establecerse nuevos negocios.

Los resultados obtenidos indican que en el Cantón Milagro se requiere de nuevas opciones de entretenimiento y distracción, los cuales cumplan con las expectativas de la población.

2. Cuando busca entretenimiento y distracción, opta siempre por actividades familiares o con grupo de amistades.

Cuadro No. 16

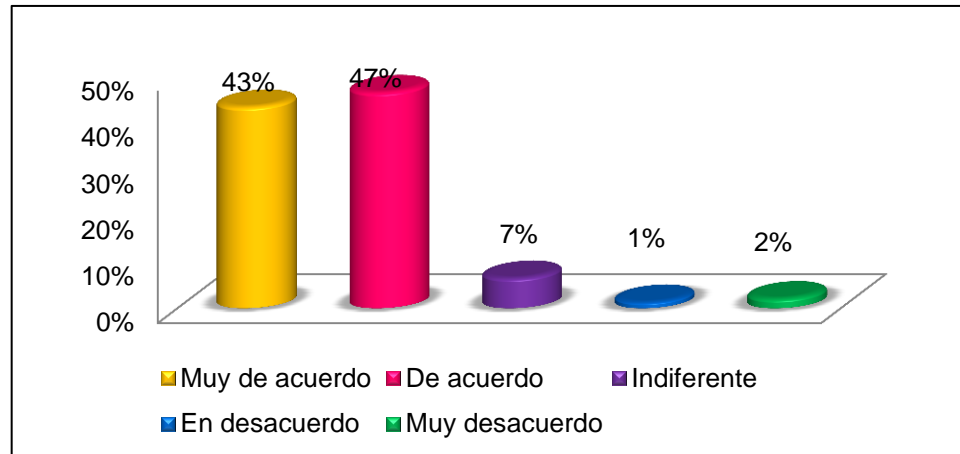
El entretenimiento, actividad familiar

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	166	43%
De acuerdo	178	47%
Indiferente	25	7%
En desacuerdo	5	1%
Muy desacuerdo	8	2%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 23

El entretenimiento, actividad familiar



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Como podemos observar el 43% de las personas están muy de acuerdo con respecto al optar siempre por actividades familiares o con grupo de amigos, el 47% están de acuerdo en contar con familiares y amigos en el momento de realizar alguna actividad de entretenimiento y distracción; en cuanto al resto de la población el 7% de esta le es indiferente, mientras que el 1% está en desacuerdo y el 2% está muy desacuerdo en salir con familiares y grupos de amigos al momento de optar por actividades de entretenimiento.

Es muy evidente que al momento de optar por actividades de entretenimiento y distracción la gran mayoría de personas prefieren contar con familiares y grupos de amistades.

3. Disposición y deseos de practicar alguna actividad de distracción, diferente a las prácticas de fútbol, básquet y/o visitas a bares y discotecas.

Cuadro No. 17

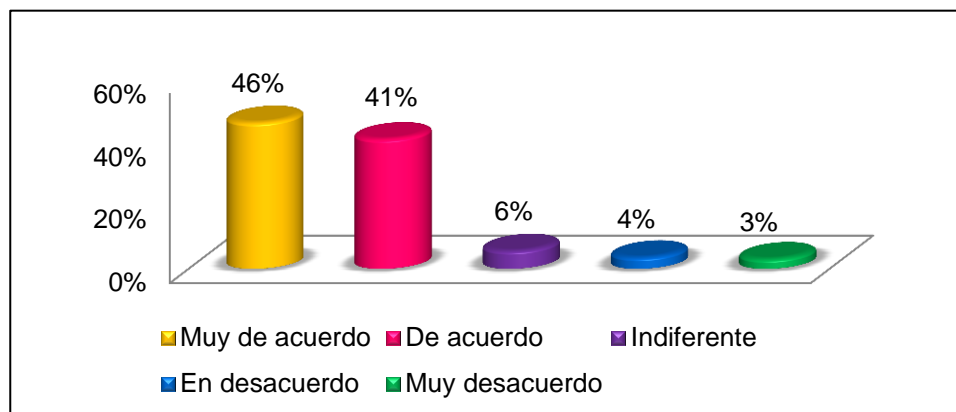
Deseos de practicar actividades de distracción novedosas.

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	177	46%
De acuerdo	157	41%
Indiferente	22	6%
En desacuerdo	14	4%
Muy desacuerdo	12	3%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 24

Deseos de practicar actividades de distracción novedosas.



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Según los resultados de la investigación aplicada, muestran que la mayoría de personas entre 15 y 64 años han sentido deseo de practicar una actividad diferente a las prácticas de fútbol, básquet y/o visitas a bares y discotecas es decir entre un 46% de la población que está muy de acuerdo y un 41% que está de acuerdo. Por otro lado

la minoría se siente indiferente, en desacuerdo o muy desacuerdo en un 6%, 4% y 3% respectivamente frente al deseo de practicar algún tipo diferente de distracción, por lo que podemos concluir que el grado de aceptación del negocio será altamente viable.

4. Las actividades de distracción y entretenimiento que se ofrecen en nuestro Cantón son tradicionales y mantiene en usted un nivel de insatisfacción

Cuadro No. 18

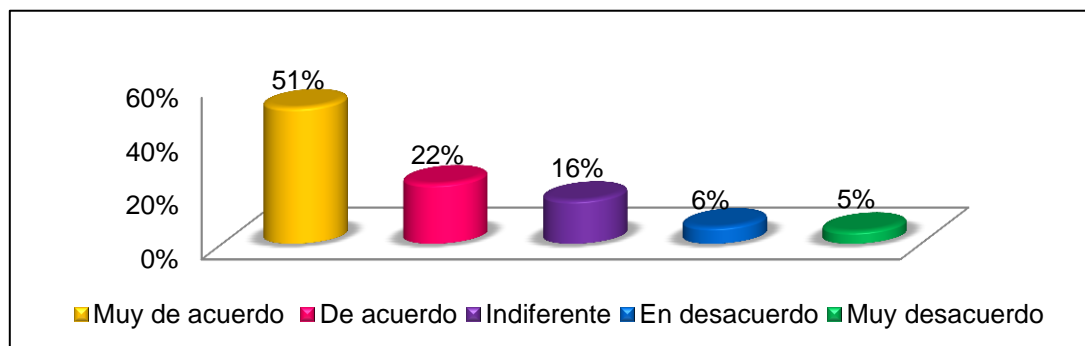
Tradicionalismo e insatisfacción por las actividades de entretenimiento en nuestro cantón

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	193	51%
De acuerdo	85	22%
Indiferente	62	16%
En desacuerdo	24	6%
Muy desacuerdo	18	5%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 25

Tradicionalismo e insatisfacción por las actividades de entretenimiento en nuestro cantón



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Conforme a los resultados obtenidos en la investigación más de la mitad de la población entre 15 y 64 años es decir el 51% muy de acuerdo y un 22% de acuerdo mantienen un nivel de insatisfacción frente a las actividades que se ofrecen en el cantón Milagro. El otro porcentaje de la población se encuentra indiferente (16%), en desacuerdo (6%) y muy desacuerdo (5%) un porcentaje no tan mínimo que vale la pena considerar para implementar estrategias que puedan capturar esta proporción de la población.

5. Los escasos negocios que ofrecen actividades de distracción y entretenimiento destinados a los grupos familiares y de amigos, se debe al poco riesgo que asumen nuestros emprendedores.

Cuadro No. 19

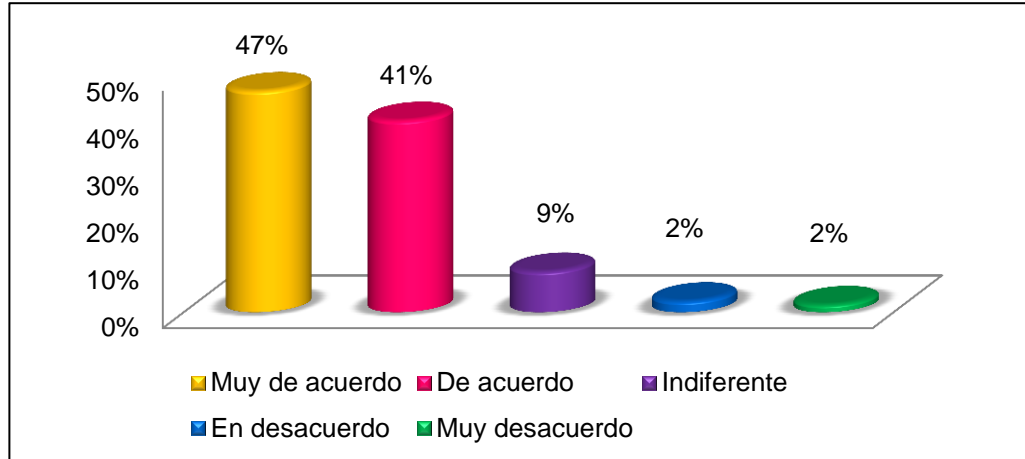
Escaso nivel de riesgo asumido por los emprendedores milagreños

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	179	47%
De acuerdo	155	41%
Indiferente	33	9%
En desacuerdo	9	2%
Muy desacuerdo	6	2%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 26

Escaso nivel de riesgo asumido por los emprendedores milagreños



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Como podemos observar el 47% de la gente del cantón Milagro está muy de acuerdo y el 41% de acuerdo que nuestros emprendedores asumen poco riesgo al momento de incursionar en nuevos negocios de distracción y entretenimiento. Así mismo vemos que al 9% de las personas les es indiferente y tan solo el 2% en desacuerdo y muy desacuerdo.

Con dicha información podemos concluir que los habitantes de este Cantón por temor no asumen el riesgo de emprender nuevos tipos de negocios destinados al servicio de entretenimiento y distracción.

6. El juego de bolos es una actividad que promueve la compartitividad social y fortalece los lazos de amistad

Cuadro No. 20

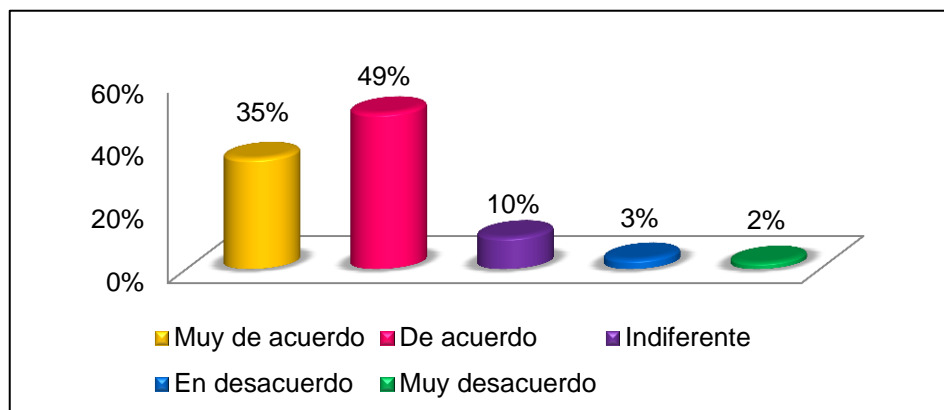
El juego de bolos una actividad que promueve lazos de amistad

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	134	35%
De acuerdo	189	49%
Indiferente	39	10%
En desacuerdo	12	3%
Muy desacuerdo	8	2%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 27

El juego de bolos una actividad que promueve lazos de amistad



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Está claramente evidenciado según los datos obtenidos que la mayor proporción de la población opinan que jugar bolos es una actividad que permite socializar y fortalecer

lazos de amistad. Un total de 35% que está muy de acuerdo y 48% de acuerdo, es decir que el 84% de la población podríamos considerarla como un mercado potencial dentro de la concurrencia al negocio. En contraste con el 10%, 3% y 2% que se encuentran indiferentes, en desacuerdo y muy desacuerdo respectivamente.

7. Si en Milagro existiera una Bolichera (negocio que genera entretenimiento y distracción mediante el juego de bolos), usted estaría dispuesto a convertirse en un cliente habitual.

Cuadro No. 21

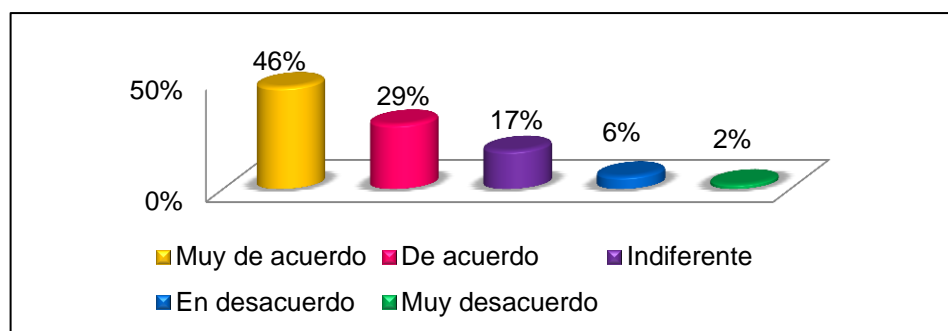
Existencia de demanda para una bolichera

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	175	46%
De acuerdo	111	29%
Indiferente	66	17%
En desacuerdo	22	6%
Muy desacuerdo	8	2%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 28

Existencia de demanda para una bolichera



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

De existir una Bolichera en el Cantón Milagro la concurrencia según los datos obtenidos sería del 46% que está muy de acuerdo en convertirse en un cliente habitual y el 29% de acuerdo. Frente a un 17% que le es indiferente si existe o no una Bolichera y un total de 8% que no serían clientes habituales.

Por lo tanto se podría concluir que el 75% de la población entre 15 y 64 años serían nuestros clientes habituales.

8. En caso de que se creara en nuestro cantón una Bolichera (negocio que genera entretenimiento y distracción mediante el juego de bolos), es importante contar con personas que expliquen el funcionamiento de este juego deportivo.

Cuadro No. 22

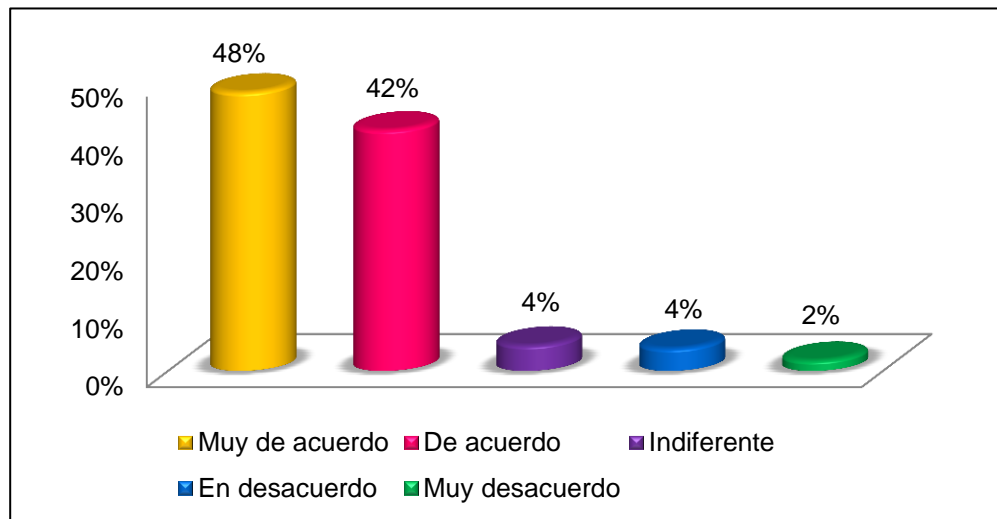
Necesidad de que las bolicheras cuenten con personal que instruya sobre el juego.

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	184	48%
De acuerdo	159	42%
Indiferente	17	4%
En desacuerdo	15	4%
Muy desacuerdo	7	2%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuestas a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 29

Necesidad de que las bolicheras cuenten con personal que instruya sobre el juego.



Fuente: Encuesta a los habitantes del Cantón Milagro
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Lectura Interpretativa - Análisis:

Al ser la Bolichera un negocio nuevo en lo que es entretenimiento y distracción en el Cantón Milagro la mayor parte de la población, el 48% muy de acuerdo y el 42% de acuerdo considera que es importante que dentro del negocio existan personas encargadas de explicar el funcionamiento del juego. Aunque existe una mínima cantidad de personas que no lo consideran importantes, indiferente 4%, en desacuerdo 4% y muy desacuerdo 2%.

Estos datos nos serán muy útiles al momento de hacer viable nuestro proyecto ya que sería una de las opciones para mantener la satisfacción de los clientes.

Cuadro No. 23 Entrevista

<p>PREGUNTAS</p>	<p>Entrevistado: Ing. Wilson Murillo Casal Institución: La Ilustre Municipalidad de Milagro Cargo: Coordinador de Mercados</p>
<p>1.- ¿Cómo catalogaría usted la disponibilidad de espacios físicos en nuestro cantón para la creación de nuevos emprendimientos? ¿Considera que el espacio físico es suficiente?</p>	<p>Según estudios realizados al momento la oferta no está acorde a la demanda, se tiene previsto diferentes tipos de emprendimientos, entre ellos están: la remodelación de un centro comercial, un nuevo mercado, el nuevo terminal terrestre; esto indica que por ahora no hay muchos espacios físicos disponibles; por este motivo se está depurando la información de los negocios actuales para un mejor control de los espacios físicos con los que cuenta el Cantón Milagro.</p>
<p>2.- ¿Qué opina usted acerca de la inversión privada que tiene nuestro cantón en actividades de distracción y entretenimiento? ¿Considera que se debe ampliar la visión emprendedora sobre entretenimiento y distracción?</p>	<p>Acerca de la inversión privada en Milagro, es una debilidad, puesto que no hay un compromiso social por parte de estas entidades privadas para ayudar a las personas que desean emprender; además se considera que es necesario ampliar la visión emprendedora de los habitantes de este cantón con respecto a este sector de entretenimiento y distracción, por esto una de las opciones es establecerse una mejor vinculación con Universidades</p>
<p>3.- Actualmente, ¿Qué actividades está llevando a</p>	<p>Por el momento se está realizando una depuración de información, la cual incluye el rediseño del nuevo</p>

<p>cabo el Municipio para potencializar la inversión del sector privado en actividades de entretenimiento y distracción?</p>	<p>terminal, además de nuevos emprendimientos como un nuevo mercado, un centro comercial; es decir la creación de nuevos espacios que permitan generar actividades comerciales y abrir nuevas oportunidades de empleo; puesto que la persona milagreña necesita de una amplia visión emprendedora se programará capacitaciones; sin embargo depende mucho de los habitantes que estos colaboren en el mejor desarrollo del cantón.</p>
<p>4.- ¿La Municipalidad, posee algún departamento o área que brinde asesoría sobre nuevas oportunidades de negocios? ¿Qué conocimientos tiene usted sobre las Bolicheras? ¿Considera que serían una nueva opción para emprender?</p>	<p>El Municipio de Milagro cuenta con el departamento de Desarrollo Comunitario y el departamento de Dirección de Higiene y Servicios Públicos; estas áreas ayudan en la gestión comunitaria y participación ciudadana. Con respecto a las Bolicheras, sería una excelente opción de negocio en este cantón, pues Milagro carece de lugares de distracción y negocios novedosos que llenen las expectativas de las personas.</p>

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 24 2da. Entrevista

PREGUNTAS	Empresa: Cosmic Bowling
<p>1.- Cuando tuvo la idea de emprender en actividades de distracción y entretenimiento, ¿Fueron las Bolicheras una de sus primeras opciones? ¿Por qué?</p>	<p>Considera que cada día se puede apreciar que el entretenimiento familiar es un excelente negocio, considera también que el emprender en negocios como las Bolicheras es una muy buena opción, puesto que a pesar de que la inversión es alta, genera altas rentabilidades, claro está sabiendo utilizar las debidas estrategias.</p>
<p>2.- ¿Qué opinión podría proporcionarnos usted acerca de la inversión de capital que se requiere para emprendimientos relacionados con la diversión y entretenimiento?</p>	<p>Acerca de la inversión, si bien es cierto es alta, debido a la implementación de la maquinaria y al espacio que se necesita para instalarla que debe ser grande, pero se debe considerar que a pesar de esto emprender en este tipo de negocios son oportunidades que se deben aprovechar al máximo.</p>
<p>3.- ¿Implementar una Bolichera exige una alta inversión de capital? ¿Por qué?</p>	<p>Como se explicaba en la pregunta anterior, los motivos por los cuales invertir en una Bolichera requiere gran cantidad de capital son debidos a la maquinaria, al espacio y a los implementos a usarse.</p>
<p>4.- ¿Considera usted que el espacio físico sería un limitante para los negocios</p>	<p>Sí, tener un local con buena ubicación y accesibilidad para los clientes, es muy indispensable, para así generar mayor ganancias. Es importante que el local</p>

de distracción y entretenimiento, especialmente las Bolicheras? ¿Por qué?	cuenta con aire acondicionado, y un buen equipamiento para que los clientes se sientan bien.
5.- ¿De acuerdo a su experiencia, podría indicarnos como disminuir el riesgo para emprender en negocios novedosos?	El riesgo siempre se corre, pero para reducirlo es necesario realizar un buen estudio de mercado, principalmente preocuparse por la demanda, la cual necesita ser satisfecha.

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

El Bowling se presenta en la actualidad como una excelente alternativa económica; podemos ver que en los grandes centros comerciales han implementado este servicio de Bowling como una buena oportunidad de negocio rentable. El juego de bolos sin duda alguna es el nexa comercial indispensable para las grandes cadenas comerciales: de acuerdo con un artículo del periódico “HOY”, realizado en enero del 2005 se indica que el Centro Comercial Ñaquito (CCI) tiene 180 locales comerciales y 1000 estacionamientos; este Centro Comercial fue el primero en implementar la diversión dentro del área comercial, la cual incluye el Juego de Bolos, este lugar tiene 35 años de funcionamiento y la Gerente Verónica Espinosa comenta que la gente se encuentra satisfecha y es visitado por 1,2 millones de personas en el año.

Además en el artículo de este mismo periódico de mes de marzo del 2012, la Administradora del Cosmic Bowling, del Centro Comercial Quicentro del Norte, María Fernanda Ruiz, manifiesta que por lo general van a jugar alrededor de 1000 personas a la semana.

Ahora bien referenciándonos con el Periódico Líderes del mes de julio del 2012 indican que durante el tiempo libre los centros de entretenimiento son una opción para la distracción de las personas; además la Administración de Endifa, empresa propietaria de los locales de Play Zone, Cosmic Bowling y Xtreme, a escala nacional, comentan que las visitas a este tipo de lugares se va incrementando al pasar del tiempo.

Todo lo expuesto fortalece los resultados de la investigación, donde se puede apreciar que la tendencia del mercado es implementar emprendimientos en el área de entretenimiento, tomando como targets varios segmentos, de esta forma se incrementan las probabilidades de éxito de los nuevos negocios.

Las bolicheras ya no son negocios exclusivos para capitales de grandes países, Ecuador, está proyectándose como una nación con grandes posibilidades de desarrollo como resultado de las inversiones, esto lleva a cambiar las tendencias de negocios y convierten a las Bolicheras en una oportunidad de mercado que debe aprovecharse, asumiendo el riesgo de invertir un fuerte capital de trabajo, pero administrándolo con corrección a través de la aplicación de lineamientos que fortalezcan la gestión de estos negocios.

4.3 RESULTADOS

Si bien es cierto la implementación de un Centro de Entretenimiento de esta naturaleza como es el Juego de Bolos, implica elevados costos en lo que respecta a inversión, sin embargo también hay que tener presente que este centro con una buena publicidad y un servicio de excelente calidad, no solo se asegura la recuperación de la inversión sino que también se convierte en un negocio rentable.

Como podemos observar la Industria del Entretenimiento se ha desarrollado en los últimos tiempos en diferentes ciudades del país, ahora bien, Milagro, al ser una de las ciudades con un gran crecimiento tanto poblacional como comercial, el proyecto que

implementaremos es una excelente opción; además como hemos podido constatar con las encuestas realizadas este segmento no ha sido explotado en su totalidad y la comunidad se encuentra insatisfecha.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro No. 25

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS
<p>Hipótesis General</p> <p>La escasa implementación de negocios de entretenimiento y distracción existentes en el Cantón Milagro se debe al limitado nivel de emprendimiento de las personas.</p>	<p>De acuerdo a los resultados de la encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Milagro con deseos y capacidad de emprender, la pregunta 1 establece que el 52,4% de los encuestados, consideran que hay pocas opciones para lograr un entretenimiento. En la pregunta 2, el 33,2% indica que las personas de este cantón poseemos un limitado nivel de emprendimiento; y por último, las respuestas de la pregunta 3, indican que el 61,1 % de las personas consideran que el sector de entretenimiento es una excelente opción para emprender.</p> <p>Ahora bien, de acuerdo a los resultados de la encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Milagro con deseos de acceder a los servicios de distracción relacionados con el Juego de Bolos, la pregunta 1 indica que el 67% de las personas, están inconformes ya que el cantón no ofrece una variedad de opciones para entretenimiento. En la pregunta 2, el 47% y el 43%(muy de acuerdo y de acuerdo), respectivamente, los encuestados indican que optan siempre por actividades familiares, por último en la</p>

	<p>pregunta 3 se puede observar que el 46% y el 47% de las personas tiene deseos y disposición de practicar alguna actividad de distracción.</p> <p>Lo antes expuesto permite confirmar que la escasa implementación de negocios dedicados al entretenimiento y distracción, en nuestro cantón, son el resultado de que las personas poseen un escaso nivel de emprendimiento.</p> <p>A su vez, todo lo expuesto se termina fundamentando con los resultados de la entrevista dirigida al Ing. Wilson Murillo, Coordinador de Mercados de la Ilustre Municipalidad de Milagro, donde se expresa que una de las causas del limitado nivel de emprendimiento de debe a la falta de espacios físicos, la fuerte inversión y la escasa visión emprendedora de los habitantes.</p>
<p>Hipótesis Particular 1</p> <p>La escasez de desarrollo de nuevos proyectos de negocios de distracción se debe a los requerimientos de alta inversión de capital.</p>	<p>De acuerdo a los resultados de la encuesta que estuvo dirigida a los habitantes del Cantón Milagro con deseos y capacidad de emprender, la pregunta 4, el 64,2% de los encuestados, indica que los negocios relacionados con el entretenimiento y distracción requieren de una alta inversión. Además en la pregunta 5, el 72,4% de las personas establecen que la disponibilidad de capital es un limitante para emprender en nuevos negocios.</p> <p>Ahora bien mediante la encuesta realizada a personas que laboran dentro de las Bolicheras, hemos podido constatar que para la implementación de este tipo de negocios se requiere de una gran inversión, pero al</p>

	<p>mismo tiempo de esta inversión se obtendrán excelentes resultados en cuanto a ganancias se refiere.</p> <p>Lo antes expuesto permite confirmar que la escasez de desarrollo de nuevos proyectos se debe a los requerimientos de alta inversión de capital.</p>
<p>Hipótesis Particular 2</p> <p>La escasa disponibilidad de espacios físicos afecta a la limitada infraestructura que presentan los negocios dedicados a generar distracción en nuestro Cantón.</p>	<p>De acuerdo a los resultados de la encuesta que estuvo dirigida a los habitantes del Cantón Milagro con deseos y capacidad de emprender, la pregunta 6, el 35% y el 23,9% de los habitantes encuestados, indica que en el cantón hay escasez de grandes espacios físicos que son idóneos para actividades ligadas con el entretenimiento y la distracción y en la pregunta 7, el 58,2% de las personas consideran que la infraestructura es un factor fundamental en los negocios relacionados con dichas actividades.</p> <p>También con la entrevista realizada a los que laboran con este tipo de negocios, constatamos que el espacio físico es de suma importancia al querer emprender en estos negocios.</p> <p>A su vez, todo lo expuesto se termina fundamentando con los resultados de la entrevista dirigida al Ing. Wilson Murillo, Coordinador de mercados de la Ilustre Municipalidad de Milagro, en la pregunta 1 se expresa que el Cantón Milagro no dispone de espacios físicos óptimos para negocios con este tipo de actividades.</p> <p>Lo expuesto anteriormente nos indica que la escasa disponibilidad de espacios físicos afecta a la limitada</p>

	<p>infraestructura que presentan los negocios dedicados a generar distracción en nuestro Cantón.</p>
<p>Hipótesis Particular 3</p> <p>El temor al riesgo de emprender en nuevos negocios ha llevado a generar negocios tradicionales y de escaso riesgo de inversión</p>	<p>De acuerdo a los resultados de la encuesta que estuvo dirigida a los habitantes del Cantón Milagro con deseos y capacidad de emprender, la pregunta 8 establece que un 56,1% de las personas están de acuerdo en que los negocios solo son tradicionales debido a una escasa visión emprendedora, y en la pregunta 9 podemos ver que el 67,9% de las personas si tuvieran la oportunidad de emprender lo harían en actividades diferentes a las que ya existen actualmente en el cantón.</p> <p>Ahora con respecto a las respuestas de la encuesta dirigida a los habitantes con deseos de acceder a sitios de distracción, la pregunta 4 indica que el 51% de encuestados mantiene un nivel de insatisfacción puesto que en el cantón solo hay negocios tradicionales y en la pregunta 5 el 47% y el 41% respectivamente de los encuestados están de acuerdo en que los escasos negocios relacionados con la distracción y el entretenimiento se debe al poco riesgo que asumen los emprendedores.</p> <p>Mediante la entrevista reflejamos que en verdad se corre un riesgo al invertir, pero así mismo se lo puede reducir sabiendo manejar correctamente las diferentes tipos de estrategias a implementar.</p> <p>Como podemos observar, mediante lo expuesto</p>

	<p>anteriormente el temor al riesgo de emprender en nuevos negocios ha llevado a generar negocios tradicionales y de escaso riesgo de inversión.</p>
<p>Hipótesis Particular 4</p> <p>El bajo nivel de inversión que se genera en nuestro cantón por parte del sector privado se ve afectado por el escaso apoyo de la Municipalidad.</p>	<p>De acuerdo a las respuestas de la encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Milagro con capacidad y deseos de emprender, la pregunta 10 indica que el 27,9% de las personas que han sido encuestadas no recurrirían a la Municipalidad.</p> <p>Con respecto a las respuestas de la entrevista realizada al Ing. Wilson Murillo, Coordinador de Mercados de la Ilustre Municipalidad de Milagro, en las preguntas 2 – 3 y 4 indican que no hay un compromiso por parte de las entidades privadas para ayudar a las personas en sus emprendimientos, además de que se necesita ampliar la visión emprendedora de los habitantes de este cantón; ahora bien, el Municipio cuenta con un departamento que ayuda en la gestión comunitaria, departamento que por las respuestas de las encuestas realizadas desconocen y este es uno de los motivos por el cual las personas no tomarían como fuente de apoyo a la Municipalidad. Y finalmente con relación a las Bolicheras, en respuesta a la pregunta 4, se considera que sería una excelente opción de negocio en este cantón.</p>
<p>Hipótesis Particular 5</p>	<p>De acuerdo con las respuestas que hemos obtenido de la encuesta realizada a los habitantes del Cantón Milagro</p>

<p>Los errores que se suelen cometer en el desarrollo de trámites de apertura de negocios de distracción se deben a la falta de conocimientos sobre los requisitos y permisos establecidos por las leyes respectivas.</p>	<p>con capacidad y deseos de emprender, en la pregunta 11, vemos que el 49,2% no poseen conocimientos sobre los trámites para aperturar un negocio relacionado con actividades de entretenimiento y distracción. Mientras tanto en la pregunta 12, el 52,1% de las personas tiene la disposición de convertirse en emprendedores , tomando como opción la creación de una Bolichera, y por último la respuesta de la pregunta 13, nos indica que el 63,2% de los encuestados consideran que si existiría demanda para una Bolichera.</p> <p>Lo expuesto nos indica un excelente indicio para establecer nuestro negocio de entretenimiento y distracción en el Cantón Milagro, específicamente el de una Bolichera.</p>
---	---

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Incursión en el sector de servicios de entretenimiento y distracción con la Creación de una Bolichera en el Cantón de Milagro, Provincia del Guayas.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

El Juego de Bolos y las Bolicheras

La idea central de una Bolichera es lanzar una bola desde un punto a otro con la finalidad de derribar la mayor cantidad de pinos, los cuales van sumando un puntaje que es acumulable. Al momento de jugar bolos, se dispone de diversas oportunidades, para realizar los lanzamientos de la bola. La evolución que han tenido estos establecimientos para jugar bolos también es muy notable, debido al mayor nivel de tecnología.

El Juego de Bolos es una actividad con alto grado social, que es disfrutada por gente de todas las edades, además es fácil de aprender, por lo cual es una atracción probada en casi todo el mundo. Este apasionante y fascinante juego de bolos es interesante por

sus tradiciones. Ahora bien no todo el mundo sabe que en el Bowling debe prestarse atención a los siguientes aspectos: la longitud y el acabado de las pistas, el peso y el tamaño de la bola, zapatos especiales y la forma de las boleras. Este juego no sólo sigue siendo popular, sino que también compite con los entretenimientos de moda de última generación.

A continuación veremos un extracto de los recursos que se requieren para poner en práctica las actividades de la bolichera:

Pista de las Bolicheras:

La pista de bolos tiene unas medidas que se emplean en casi todas las Bolicheras de muchas ciudades; aunque en algunos casos los que las construyen realicen trabajos poco eficientes, lo normal es que todas las Bolicheras se construyan siguiendo los mismos parámetros, tanto de anchura como de longitud y de inclinaciones, pues si una pista cuya nivelación no es de cero; producirá de forma indeseada inclinaciones hacia uno y otro lado que benefician o perjudican tanto a diestros como a zurdos.

Las Bolas:

Aunque puede sorprender a mucha gente, las bolas para jugar bolos miden por lo general lo mismo; aunque tienen diseños, colores, o pesos diferentes; el tamaño de las bolas de bolos es estándar en todo el mundo; y lo que las diferencian unas de otras, dejando a un lado la parte estética, es el peso.

Los Pinos:

En el deporte del Bowling los pinos son el objetivo a tumbar; estos son objetos de una forma muy concreta y con unas medidas también muy específicas.

Al implementar un negocio es necesario que estos presenten una estructura bien definida, así se establecerán las funciones de cada miembro de la institución, evitando duplicidad de tareas o errores en el desempeño de las mismas.

Estructura Orgánica Funcional de los Negocios

El objetivo de una estructura organizacional es poder establecer un sistema de responsabilidades y funciones que desarrollan los miembros de una empresa para de esta forma trabajar juntos de una forma eficiente y óptima.

Un pequeño emprendimiento, una mediana o grande empresa; es decir todas sin alguna excepción necesitan algún tipo de pauta organizativa. Los conceptos esenciales como los valores, la misión, visión y organigrama son los que orientan a la empresa hacia un objetivo determinado.

Es muy frecuente encontrar en las empresas trabajadores que no saben cuáles son sus funciones, sobre todo si recién ingresan a trabajar; esto se debe a la falta de organización. Cada colaborador de la empresa debe conocer: las declaraciones estratégicas, esto son la misión, visión y los objetivos; el organigrama funcional de la empresa y el área donde va a desempeñar sus funciones acompañado del Manual de Funciones.

El análisis del mercado

Modelo de las 5 Fuerzas de Michael Porter

El modelo de las 5 Fuerzas de Michael Porter es una herramienta que nos permite realizar un análisis externo de la empresa, a través de un análisis de la industria o el sector a la que pertenece y son: las barreras de entrada, los competidores potenciales, los sustitutos, compradores y los proveedores; la idea es que la empresa debe evaluar sus recursos y objetivos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial.

En conclusión este análisis nos sirve para evaluar el valor y la proyección futura de una empresa o negocio que opera en determinado sector.

Análisis FODA

Uno de los instrumentos de gestión que incrementan espectacularmente el desempeño y la eficiencia de cualquier organización es el análisis FODA.

Este análisis tiene por objetivo el poder identificar y analizar las fortalezas y debilidades de la organización así como también poder analizar las oportunidades y amenazas; y además desarrollar un plan en el cual se tome en consideración diferentes factores tanto internos como externos que ayuden a maximizar el potencial de las fortalezas y oportunidades y minimice el impacto de las debilidades y las amenazas. De la realización de un exhaustivo análisis FODA depende que nos evitemos errores costosos a futuro.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Milagro es un cantón netamente comercial y ha ido evolucionado en los últimos tiempos, esto ha ocasionado que cada sector industrial esté avanzando con mayor rapidez; sin embargo, el sector relacionado con actividades de entretenimiento y distracción no ha sido explotado en su totalidad y es notorio observar el elevado índice de insatisfacción en los habitantes del Cantón Milagro; es por esto que la idea del proyecto es ofrecer una opción diferente de entretenimiento y distracción en este lugar.

La finalidad de crear una Bolichera en el Cantón de Milagro es contribuir a la diversión de la comunidad a través del Juego de Bolos y de esta forma satisfacer las necesidades de diversión de los grupos familiares, amigos y demás personas.

Sin duda alguna, la creación de una Bolichera es un negocio muy exitoso, pues proporciona altos índices de rentabilidad; esta alta rentabilidad nos ayuda a comprender del porqué de las continuas inversiones que se realizan en la estructuración de Bolicheras en todo el mundo. Por esta razón este proyecto en el Cantón Milagro se

convierte en una opción muy llamativa para aquellos empresarios que desean invertir en el sector de actividades relacionadas con el entretenimiento, ya que además, mediante la investigación realizada hemos podido comprobar que debido al bajo nivel de emprendimiento se ha dado la insatisfacción de la comunidad, y esto hace que nuestro proyecto tenga éxito desde cualquier punto de vista.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Crear una Bolichera en el Cantón de Milagro, Provincia del Guayas, a través de un servicio de distracción y entretenimiento novedoso y diferenciado por un ambiente agradable, para satisfacer las necesidades y expectativas de la comunidad milagreña.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Diseñar la filosofía corporativa.
- Establecer la estructura orgánica funcional del negocio.
- Efectuar un análisis del nivel de competitividad del mercado junto con el estudio del medio ambiente interno y externo.
- Diseñar las estrategias mercadológicas que posicionen al negocio.
- Determinar las necesidades de infraestructura y equipamiento.
- Proyectar los presupuestos de inversión y la rentabilidad del negocio.

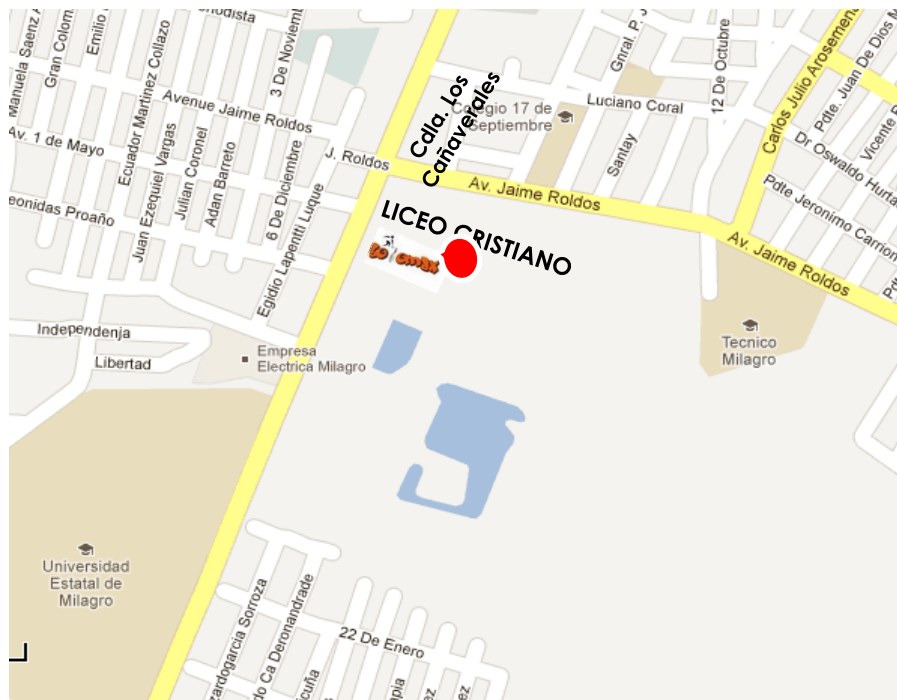
5.5 UBICACIÓN

Figura No. 30



Fuente: Google-maps

Figura No. 31



Fuente: Google-maps

UBICACIÓN: Razón Social: BOLOMAX

Tipo de institución: Sociedad de Responsabilidad Limitada

Dirección: Vía. Km 26, a lado del Liceo Cristiano

Ventajas

- Amplitud, el local posee el espacio suficiente para ubicación de las máquinas y efectuar sus actividades.
- Zona que inicia su urbanización.
- Facilidades de parqueo (amplio espacio para aparcamiento).
- Cercanía con otras ciudadelas y con la universidad lo que permite estar visible a un segmento joven y adulto.
- Zona concurrente y de fácil acceso.

5.6 FACTIBILIDAD

Administrativamente, el negocio propuesto es factible de implementarse, sobre todo desde el momento en que se establece que será una sociedad de Responsabilidad Limitada, siendo más fácil cumplir con los requisitos de ley; además, la gestión de la misma estará en manos de personal profesional que se ceñirá a una planificación previamente definida, la misma que al ponerse en práctica asegurará el correcto desarrollo de las actividades y permitirá cumplir con los objetivos financieros que darán rentabilidad, liquidez y solidez al negocio.

Desde la **perspectiva legal**, la propuesta se vuelve factible porque los requisitos que se contemplan para dar paso a la implementación de un negocio en base a una sociedad de Responsabilidad Limitada, son viables y van a poder cumplirse por parte de los inversionistas, no tenemos requisitos legales que restrinjan las actividades de una bolichera y esto asegura el desarrollo normal de las actividades de distracción y entretenimiento.

A continuación presentamos las Disposiciones Generales según **La Ley de Compañías (Superintendencia de Compañías)**

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

Art. 9.- Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

De la Compañía de Responsabilidad Limitada

Disposiciones generales

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres 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 añadirán, 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.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

De la forma del contrato

Art. 136.- La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

Art. 137.- La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado.

En la escritura se expresará:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirarla; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

Ley de Régimen Tributario Interno

Impuesto al Valor Agregado

Art. 52.- Objeto del impuesto.- Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley.

Art. 53.- Concepto de transferencia.- Para efectos de este impuesto, se considera transferencia:

1. Todo acto o contrato realizado por personas naturales o sociedades que tenga por objeto transferir el dominio de bienes muebles de naturaleza corporal, así como los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos, aun cuando la transferencia se efectúe a título gratuito, independientemente de la designación que se dé a los contratos o negociaciones que originen dicha transferencia y de las condiciones que pacten las partes.

Art. 61.- Hecho generador.- El hecho generador del IVA se verificará en los siguientes momentos:

1. En las transferencias locales de dominio de bienes, sean éstas al contado o a crédito, en el momento de la entrega del bien, o en el momento del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, lo que suceda primero, hecho por el cual, se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta.

2. En las prestaciones de servicios, en el momento en que se preste efectivamente el servicio, o en el momento del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, a elección del contribuyente, hecho por el cual, se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta.

Art. 64.- Facturación del impuesto.- Los sujetos pasivos del IVA tienen la obligación de emitir y entregar al adquirente del bien o al beneficiario del servicio facturas, boletas o notas de venta, según el caso, por las operaciones que efectúe, en conformidad con el reglamento. Esta obligación regirá aun cuando la venta o prestación de servicios no se encuentren gravados o tengan tarifa cero. En las facturas, notas o boletas de venta deberá hacerse constar por separado el valor de las mercaderías transferidas o el precio de los servicios prestados y la tarifa del impuesto; y el IVA cobrado.

El no otorgamiento de facturas, boletas, notas o comprobantes de venta constituirá un caso especial de defraudación que será sancionado de conformidad con el Código Tributario.

Declaración y pago del IVA

Art. 67.- Declaración del impuesto.- Los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y plazos que se establezcan en el reglamento.

Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, presentarán una declaración semestral de dichas transferencias, a menos que sea agente de retención de IVA.

Art. 97.9.- Comprobantes de venta.- Los contribuyentes inscritos en el Régimen Impositivo Simplificado, que cumplan con sus obligaciones tributarias serán autorizados por el SRI únicamente para emitir notas o boletas de venta; o, tiquetes de máquina registradora, sin que en ellos se desglose el IVA y en los que deberá consignar obligatoriamente y de manera preimpresa la leyenda: "Contribuyente sujeto a Régimen Impositivo Simplificado".

Los contribuyentes que se inscriban en el Régimen Impositivo Simplificado deberán dar de baja los comprobantes de venta autorizados antes de su adhesión al régimen, que no hubieren sido utilizados. Cuando el contribuyente renuncie o sea excluido del Régimen Impositivo Simplificado, no podrá emitir los comprobantes de venta que no hayan sido utilizados.

Los comprobantes de venta emitidos por contribuyentes inscritos en el Régimen Impositivo Simplificado no darán derecho a crédito tributario de IVA a sus adquirentes o usuarios.

Los contribuyentes inscritos en este régimen solicitarán facturas por sus adquisiciones de bienes y contrataciones de servicios. Si las adquisiciones o contrataciones de servicios fueran efectuadas a otros contribuyentes sujetos al Régimen Impositivo

Simplificado, solicitarán que se les identifique en la respectiva nota o boleta de venta haciendo constar su nombre y su número de registro.

Los contribuyentes inscritos en el Régimen Impositivo Simplificado mantendrán en sus establecimientos los documentos que sustenten sus adquisiciones.

Los comprobantes de las compras y ventas que realicen deberán ser archivados por los contribuyentes en la forma y en condiciones que establezca el Servicio de Rentas Internas.

Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- a) Facturas;
- b) Notas de venta - RISE;
- c) Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- d) Tiquetes emitidos por máquinas registradoras;
- e) Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
- f) Otros documentos autorizados en el presente reglamento.

Art. 2.- Documentos complementarios.- Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

Notas de crédito y Notas de débito

Art. 8.- Obligación de emisión de comprobantes de venta y comprobantes de retención.- Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de impuestos, a pesar de que el adquirente no los solicite o exprese que no los requiere.

Ley de Registro Único de Contribuyentes

Art. 3 De la Inscripción Obligatoria.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

Reglamento para la aplicación de la Ley del Registro Único de Contribuyentes

De los requisitos para la inscripción:

- Formulario RUC 01-A, que corresponden a la inscripción y actualización de la información del Registro Único de Contribuyentes; y RUC 01-B, que corresponde a la inscripción y actualización de los establecimientos de las sociedades; ambos formularios serán suscritos por el representante legal.
- Presentar original o copia certificada del documento de constitución debidamente legalizado por el organismo de control respectivo y entregar copia simple del mismo.
- Presentar original o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil o abalizado por el organismo de control respectivo.

- Copia de la cédula de identidad o ciudadanía o pasaporte con Visa de Inmigrante, del representante legal y de ser el caso el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Copia de uno de los documentos: Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable a nombre del sujeto pasivo, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro. Estados de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito de al menos uno de los 3 últimos meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del sujeto pasivo. Comprobante del pago del impuesto predial, a nombre del sujeto pasivo, donde ejercerá su actividad económica, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediato anterior.
- Nombres y apellidos completos y número del RUC del contador.

Requisitos para Línea de Fábrica y Normas

Se deberá solicitar en la Oficina Municipal mediante una tasa administrativa las Normas de Construcción y Líneas de fábrica.

- Copia de la Escritura registrada y catastrada.
- Copia del Predio Urbano y Tasa Administrativa.
- Recibo de pago de tasa del servicio de agua potable.
- Levantamiento planimétrico del predio.

Requisitos para obtener el Permiso de Construcción

- Planos de construcción y solicitud indicando la obra a realizar. Con respecto a los planos serán tres juegos según formato INEM firmados por los respectivos profesionales, en este caso Arquitectónicos pues es el caso de edificación hasta 2 pisos; en el caso de que fueran más de 4 plantas, se presentará estudios de suelos del respectivo terreno.

- Además en el caso de aumento y/o remodelación, se incluirá en los planos la edificación existente, lo que será incrementado y/o remodelado.
- Autorización para la instalación de guía de agua potable, por lo que son construcciones nuevas.
- Tener los recibos de pago de tasas por servicio de agua potable realizados en la Municipalidad de Milagro.
- Copia de la Cédula de Ciudadanía.
- Certificación de no conllevar deudas con el Municipio.
- Copia de la Escritura registrada y catastrada.

Requisitos para obtener el Permiso Municipal y La Patente

- Copia de Cédula de Ciudadanía.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia del Certificado de Votación.
- Una tasa para patente
- Tener la Patente del año anterior.

Requisitos para obtener el Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Solicitar inspección de establecimiento comercial.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Original y copia de cédula del propietario o del representante legal.
- Presentar el informe de inspección además del original y copia de factura de compra o recarga de extintores.

Requisitos para obtener Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública (MSP), según Acuerdo Ministerial 818

- Formulario de solicitud (el cual es sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia de la Cédula de Ciudadanía del propietario o del Representante Legal del establecimiento.
- Copia del Registro único de Contribuyentes (RUC).
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, que será debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50 y Croquis de ubicación del establecimiento
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos
- Copia de los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Requisitos para la afiliación a la Cámara de Comercio

Acercarse a las oficinas de la Cámara de Comercio de la Ciudad de Milagro y presentar los siguientes requisitos:

- Escritura de la Empresa.
- 2 Fotos de tamaño carnet.
- Nombramiento del Gerente (representante legal)
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Presupuestariamente la propuesta se vuelve factible porque se va a establecer una proyección sobre las actividades financieras a realizarse en el negocio, el tipo de capital requerido para dar inicio las actividades, además se proyectará la demanda existente, por lo tanto se da una proyección de sus ingresos y esto va a permitir determinar que desde el punto de vista económico habrá la liquidez y solidez que se necesita para mantenerse dentro del mercado.

Técnicamente se debe especificar que si bien es cierto los recursos requeridos para este tipo de negocios como las Bolicheras son costosos y se requiere de maquinaria con precios un poco altos , sin embargo Ecuador cuenta con empresas que tiene esas máquinas necesarias para nuestro negocio, es por esto que será fácil acceder a ellos, incluso se trabajará mejor con un financiamiento que en forma previa se lo ha presupuestado y se podrá cumplir con la implementación adecuada de la Bolichera brindando un buen servicio.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

5.7.1 Actividades

5.7.1.1. Filosofía Corporativa

Misión

Somos una empresa dedicada a ofertar servicios de entretenimiento y distracción con base en prácticas deportivas novedosas, contribuyendo a la diversión de la comunidad a través del juego de bolos, satisfaciendo las necesidades de diversión de grupos familiares, amigos y demás personas, con maquinarias de última tecnología que permitan un servicio eficiente y de calidad.

Visión

Seremos en el 2017 una empresa dedicada a brindar distracción y entretenimiento a través de la oferta del juego de bolos, tomando como base la calidad y la excelente atención al cliente, con la finalidad de fidelizar a nuestra clientela y brindar a la

comunidad la oportunidad de entrelazar los nexos de trabajo de equipo o convivencia; desarrollando los principios de honestidad, responsabilidad y lealtad, para la comunidad milagreña y ser así los principales proveedores de distracción en este cantón y sectores aledaños.

Valores

Compromiso: Involucrarse para alcanzar lo que se espera, poniendo todo el empeño y dedicación de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo, como resultado de los niveles de motivación infundidos por la administración del negocio.

Respeto: Proporcionar el trato que todas las personas se merecen, iniciando internamente, es decir, brindar al talento humano un trato caracterizado por respetar las opiniones que contribuyen al mejor desempeño de la entidad, de esta forma se promoverá el respeto hacia los clientes externos, como resultado de una costumbre parte de la cultura empresarial.

Ética y Lealtad: Actuar con base en resguardar los genuinos intereses de quienes confían en nosotros, iniciando con un trabajo interno caracterizado por el respeto y el análisis del efecto que las decisiones podrán tener en el colectivo empresarial y en los clientes externos.

Creatividad: Pensar distinto para lograr mejores resultados, promover la libertad de exponer las ideas y considerarlas en beneficio y desarrollo del negocio.

Seguridad: Se inicia desde el momento en que la selección del talento humano es la respuesta a un proceso riguroso que asegura el contar con personas cuyo desempeño cubre las expectativas de la empresa; además, se ratifica al proporcionar estabilidad laboral y oportunidades de desarrollo, inspirando confianza en los clientes internos y proyectándolo hacia los clientes externos.

Empatía: Predisposición del personal para una atención y ayuda en todo momento, atención permanente con un trato amable y cordial.

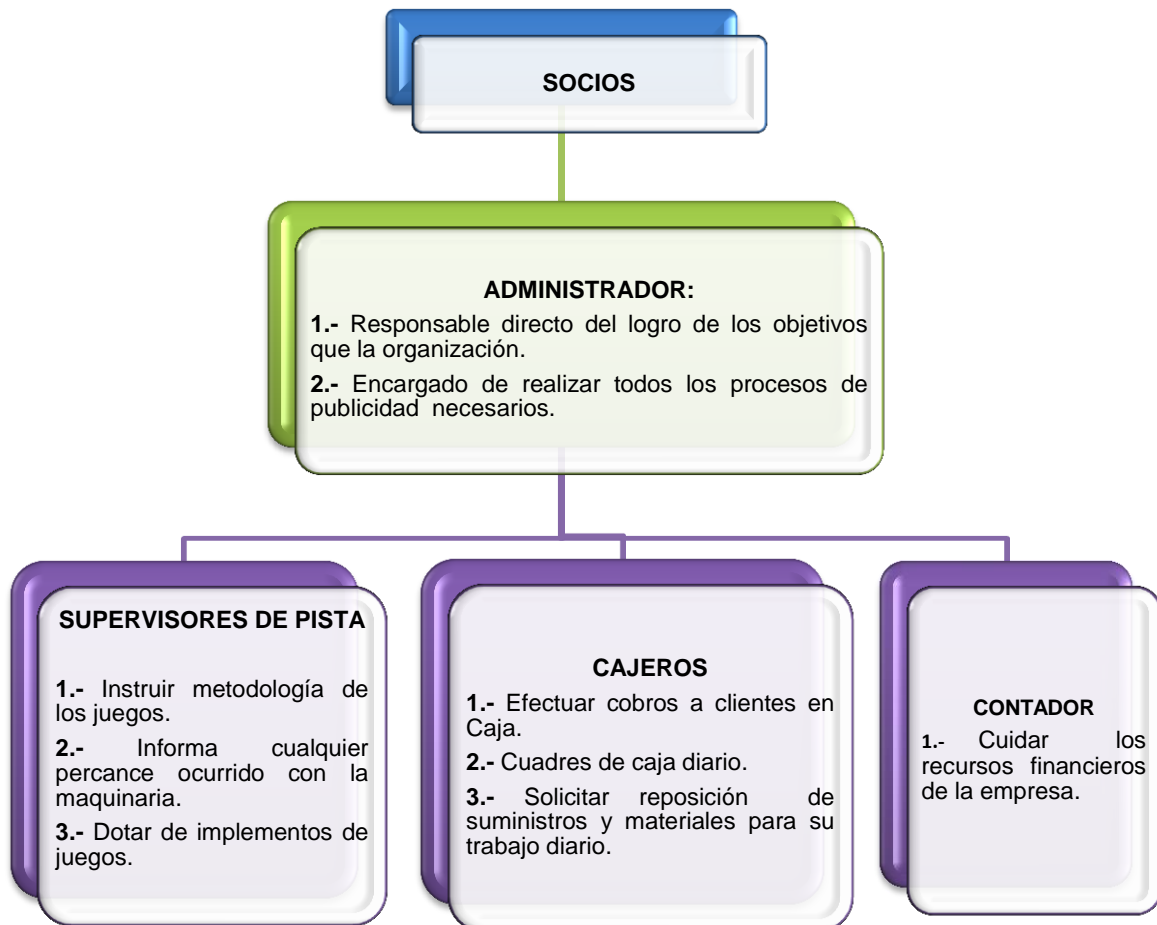
5.7.1.2 Estructura Orgánica del negocio

Gráfico No. 1 Organigrama Descriptivo



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Gráfico No. 2 Organigrama Funcional:



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 26

MANUAL DE FUNCIONES

INFORMACIÓN DEL CARGO	
DEPARTAMENTO	Administrativo
CARGO	Administrador
REPORTA A	Socios
SUPERVISA A	Supervisores de pista, cajeros,
<p><i>Responsable directo del logro de los objetivos que la organización se ha planteado mediante el desarrollo de los conocimientos de planeación, organización, dirección y control empresarial; además está encargado de realizar todos los procesos de publicidad necesarios.</i></p>	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Asumir total responsabilidad sobre el cumplimiento de la meta de rentabilidad anual. • Fomentar el desarrollo del talento de su equipo gerencial y colaboradores. • Fomentar una cultura de trabajo dentro de un ambiente agradable y divertido, de cooperación e integración, donde se valora y reconoce el aporte de nuestros colaboradores. • Administrar correctamente los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones como: compra de materiales, adquisiciones de máquinas y equipos, pago de salarios entre otros. • Diseñar distintas campañas publicitarias. • Pago a empleados. 	
REQUISITOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Ing. en Administración de Empresas o en carreras afines. • Excelentes relaciones interpersonales, dinámico y proactivo. • Manejo de Office con dominio en Excel a nivel intermedio. • Conocimiento e interpretación de Estados Financieros, manejo de presupuesto, asignación y control de recursos. • De 24 a 40 años. • Sexo: indistinto 	

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 27

MANUAL DE FUNCIONES

INFORMACIÓN DEL CARGO	
DEPARTAMENTO	Administrativo
CARGO	Supervisor de pista
REPORTA A	Administrador
<p><i>Supervisar e inspeccionar el correcto funcionamiento de la zona de pista, brindando el mantenimiento adecuado a la misma.</i></p>	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none">• Instruir metodología de los juegos.• Informa cualquier percance ocurrido con la maquinaria.• Dotar de implementos de juegos.	
REQUISITOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Experiencia mínima 1 año en cargos similares• Edad entre 26 a 35 años• Sexo: indistinto	
COMPETENCIAS LABORALES	
<ul style="list-style-type: none">• Habilidad Física• Tolerancia a la presión	

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 28

MANUAL DE FUNCIONES

INFORMACIÓN DEL CARGO	
DEPARTAMENTO	Administrativo
CARGO	Cajero
REPORTA A	Administrador
SUPERVISA A	Ninguno
<p><i>Responsable por la recepción, manejo y custodia del dinero o documentos relacionados, tales como: efectivo, cheques, tiquetes de tarjetas crédito/débito, etc), resultantes de la transacciones diarias.</i></p>	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none">• Efectuar cobros a clientes en Caja• Facturación• Cuadros de caja diario• Atención al cliente• Solicitar reposición de suministros y materiales para su trabajo diario.	
REQUISITOS PARA EL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Capacidad para trabajar bajo presión.• Persona honesta y dinámica• Edad entre 20 a 30 años.• Sexo: indistinto	
COMPETENCIAS LABORALES	
<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo de una actitud positiva y su impacto frente al cliente, compañeros de trabajo y autoridades• Profesionalismo y transparencias en todas las actividades.	

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 29


MANUAL DE FUNCIONES

INFORMACIÓN DEL CARGO	
DEPARTAMENTO	Administrativo
CARGO	Contador
REPORTA A	Administrador
SUPERVISA A	Ninguno
<p><i>Cuidar de los recursos financieros de la empresa, además de suministra datos de fácil presentación en relación con las operaciones de la empresa en el pasado, presente y el futuro.</i></p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Preparar estados financieros exactos y puntuales. Supervisar los controles internos en el procesamiento de las transacciones financieras. 	
<p>REQUISITOS PARA EL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> Ingeniero en CPA o carreras afines. Capacidad para trabajar bajo presión. Manejo de Office con dominio en Excel a nivel intermedio. Edad entre 25 a 40 años Sexo: indistinto 	
<p>COMPETENCIAS LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Destreza: Mínima de 1 año realizando: Registros Contables, Informes Mensuales, Balances Generales y Estado de Resultados. Profesionalismo y transparencias en todas las actividades. 	

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

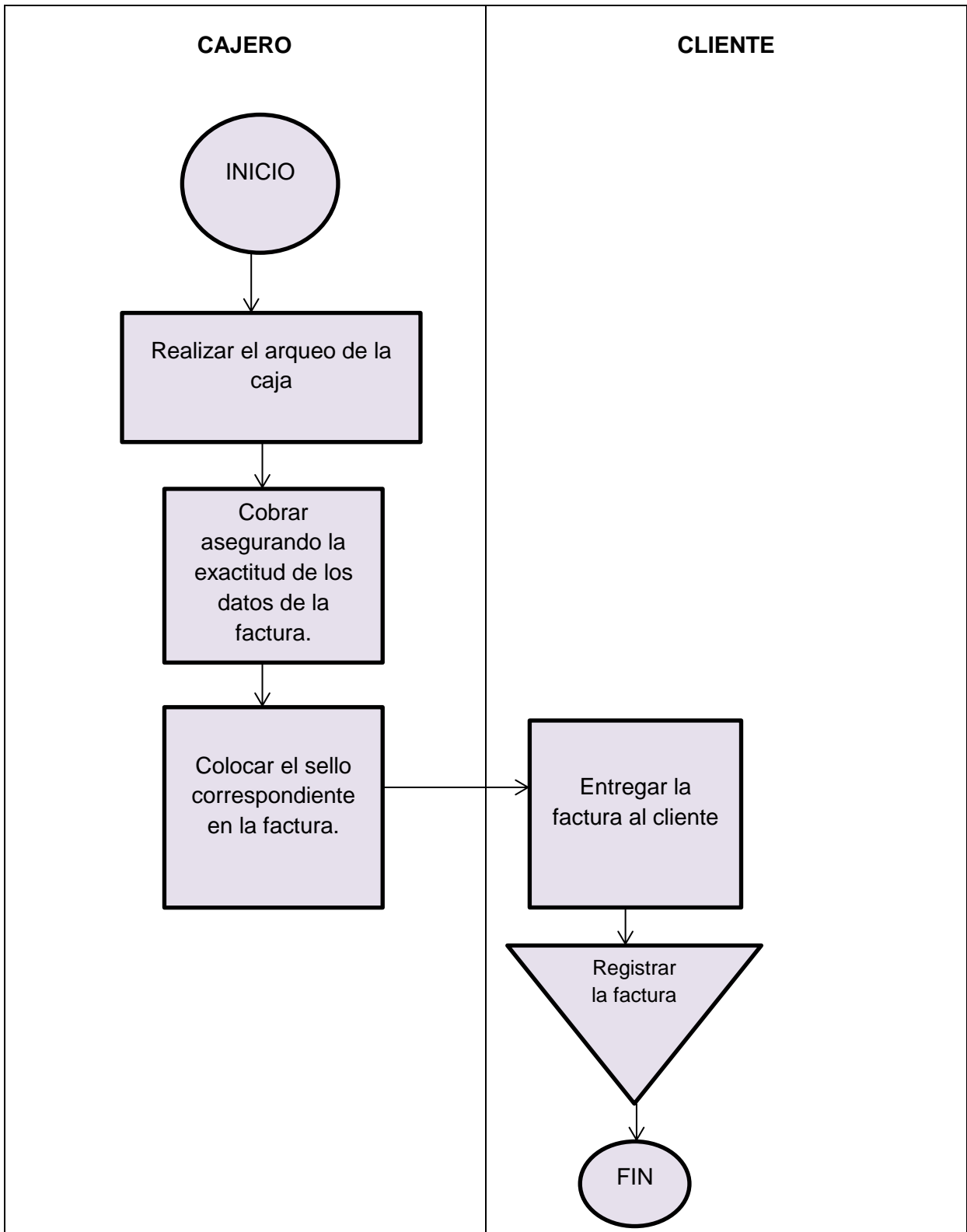
Manual de Procedimientos

Cuadro No. 30

 <p style="text-align: center;">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p> <p style="text-align: center;">Procedimiento: Cobro a clientes</p>		FUNCIÓN: Cobro
Inicia: Cobro al cliente, asegurando la exactitud de los datos		
Termina: Registro de la facturación de cada cliente en el sistema.		
No	ACTIVIDAD	UNIDAD DE TRABAJO
	<p style="text-align: center;">1. OBJETIVO</p> <p>Establecer las instrucciones que deben seguirse para facturar los productos y servicios, de tal forma que se cumplan con las políticas de la empresa.</p> <p style="text-align: center;">2. ALCANCE</p> <p>El presente Manual comprende el procedimiento y las instrucciones para facturación de bienes y servicios, teniendo en cuenta la forma de pago.</p> <p style="text-align: center;">3. POLÍTICAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Al generar cualquier tipo de factura deben salir a nombre de alguna persona o empresa, con los datos correspondientes ya sea cédula, dirección y teléfono.• Si el cliente no está registrado en el sistema,	


	<p>se debe incluir en la base de datos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al ingresar la venta en el sistema debe ir acompañado por el número de pedido emitido por ventas e ingresarlas en el momento de la venta el número de pedido. • Cada factura deberá tener el sello “pagado”. • Los datos facturados serán responsabilidad del personal del Área Administrativa. <p>4. PROCEDIMIENTO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar el arqueo de la caja. 2. Cobrar asegurando la exactitud y veracidad de los datos de la factura. 3. Sello (en la factura) del área responsable de su elaboración. 4. Entregar la factura al cliente. 5. Registrar facturación de los clientes en el sistema. 	<p style="text-align: center;">CAJERO</p> <p style="text-align: center;">CAJERO</p> <p style="text-align: center;">CAJERO</p> <p style="text-align: center;">CAJERO - CLIENTE</p> <p style="text-align: center;">CAJERO</p>
	Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García	Fecha: Abril/2013

Gráfico No. 3



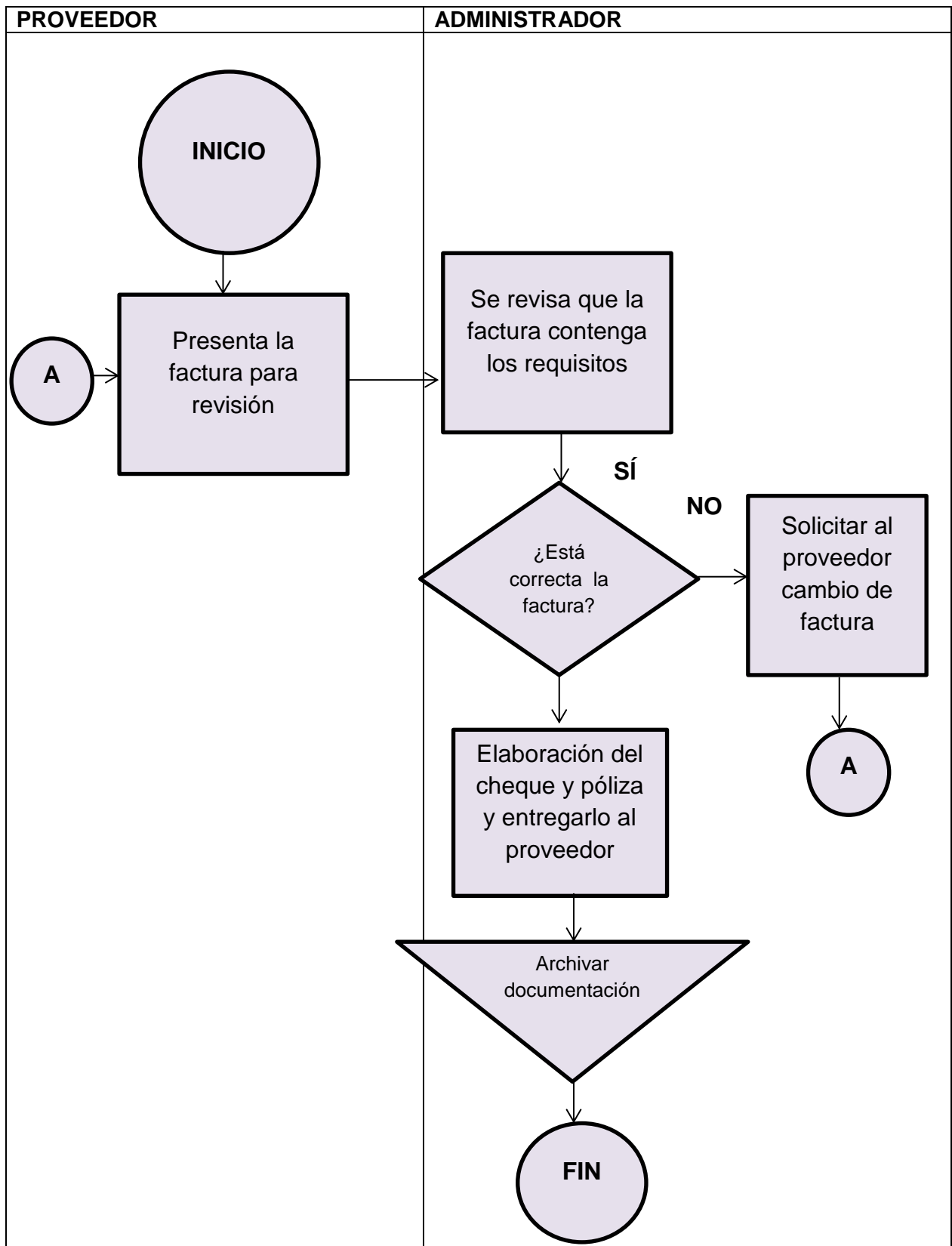
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 31

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FUNCIÓN: Pago
Procedimiento: Pago a proveedores			
Inicia: Termina:	Con la entrega de la factura por parte del proveedor Con la aprobación del pago al proveedor		
No	ACTIVIDAD	UNIDAD DE TRABAJO	
	<p style="text-align: center;">1.- OBJETIVO</p> <p>El pago en forma oportuna a los proveedores por los bienes o servicios adquiridos.</p> <p style="text-align: center;">2.- ALCANCE</p> <p>Desde la integración del expediente de un proveedor hasta la confirmación de la recepción de su pago por los bienes o servicios adquiridos.</p> <p style="text-align: center;">3.- POLÍTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El proveedor en el momento de entregar el producto, debe entregar también, para el trámite de pago, la factura original en la cual conste la referencia de la Orden de Compra, y copia de la Orden para su verificación. <p style="text-align: center;">4.- PROCEDIMIENTO</p> <p>1.-El proveedor presenta factura para revisión.</p>	PROVEEDOR	


	<p>2.- Se revisa que la factura contenga los requisitos y las cantidades sean las correctas</p> <p>3.- Se procede a la elaboración del cheque y de la póliza, adjuntando la documentación comprobatoria.</p> <p>4.- Autorizar el cheque.</p> <p>5.- Entregar el cheque de pago al proveedor, firmando la póliza de recibido y anotando el nombre y la fecha.</p> <p>6.- Recibir facturas de pago del proveedor.</p> <p>7.- Archivar documentación a los archivos correspondientes (contabilidad).</p>	<p>ADMINISTRADOR</p> <p>ADMINISTRADOR</p> <p>ADMINISTRADOR</p> <p>ADMINISTRADOR</p> <p>ADMINISTRADOR</p> <p>ADMINISTRADOR</p>
	<p>Elaborado por: Adriana Llanos - Alan García</p>	<p>Fecha: Abril/2013</p>

Gráfico No. 4



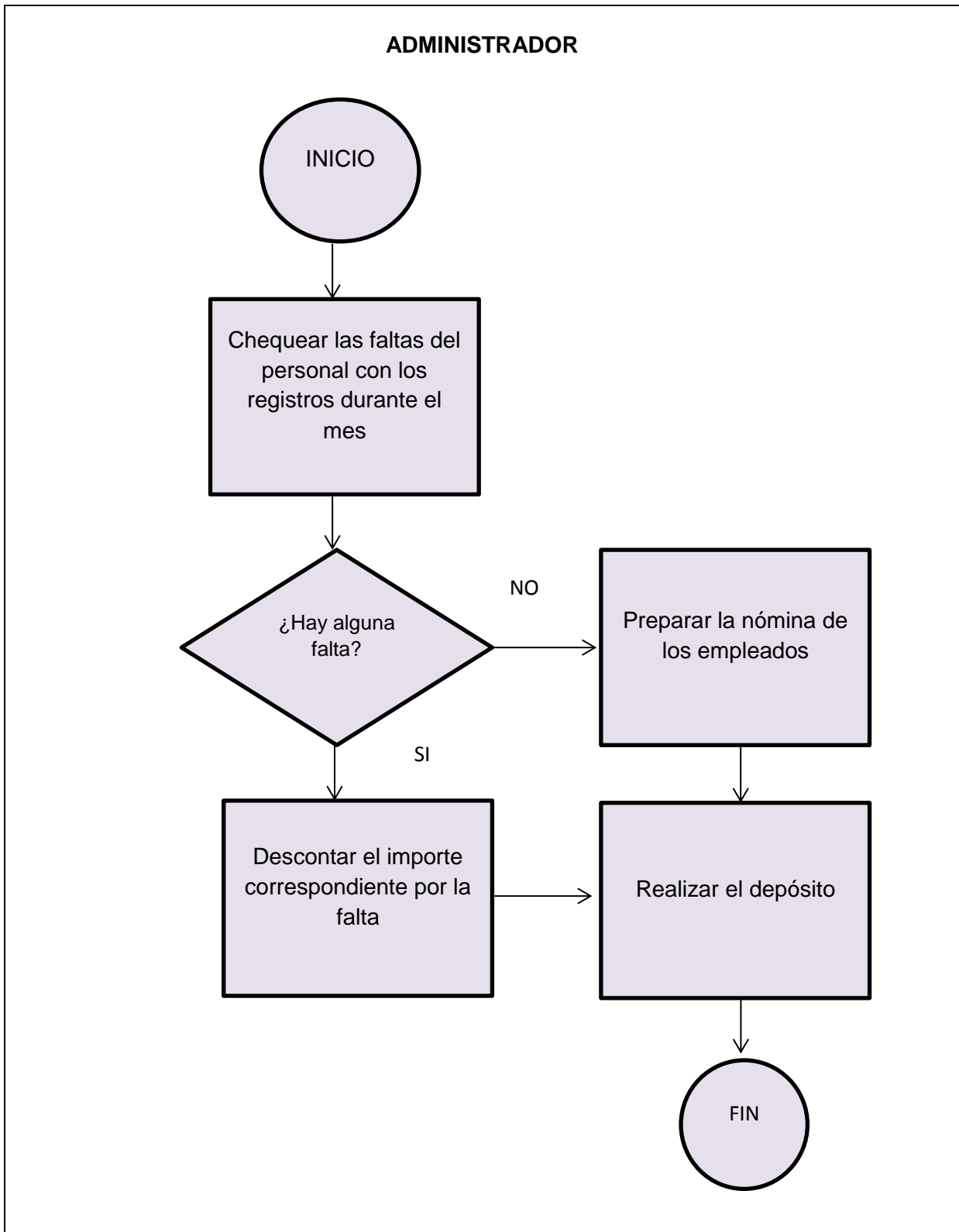
Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 32

 <p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p> <p>Procedimiento: Pago a empleados</p>		<p>FUNCIÓN: Pago</p>
<p>Inicia: Revisión de los registros de los empleados. Termina: Realizar el correspondiente depósito al personal.</p>		
No	ACTIVIDAD	UNIDAD DE TRABAJO
	<p style="text-align: center;">1.- OBJETIVO</p> <p>Pagar los sueldos y salarios devengados por personal contratado.</p> <p style="text-align: center;">2.- ALCANCE</p> <p>El procedimiento comprende desde la notificación para contratar al personal, determinar importe a pagar, realizar pago y suministrar vales de despensa al personal.</p> <p style="text-align: center;">3.- POLÍTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Política Salarial, promueve la transparencia e igualdad de derecho, en relación a los puestos y a los trabajadores, de modo que estimule el desempeño y el compromiso al cumplimiento satisfactorio de las responsabilidades. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Todo trabajador indistintamente de la modalidad de su contrato laboral, gozará de los beneficios económicos - sociales que establece la Legislación Laboral. <p>4.- PROCEDIMIENTO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El Administrador deberá chequear las faltas del personal con los registros del mes. 2. Si hay alguna falta descontar el importe correspondiente. 3. Preparar la nómina de los empleados. 4. Realizar el correspondiente depósito a los empleados. 	<p>ADMINISTRADOR</p> <p>ADMINISTRADOR</p> <p>ADMINISTRADOR</p> <p>ADMINISTRADOR</p>
	<p>Elaborado por: Adriana Llanos - Alan García</p>	<p>Fecha: Abril/2013</p>

Gráfico No. 5



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 33


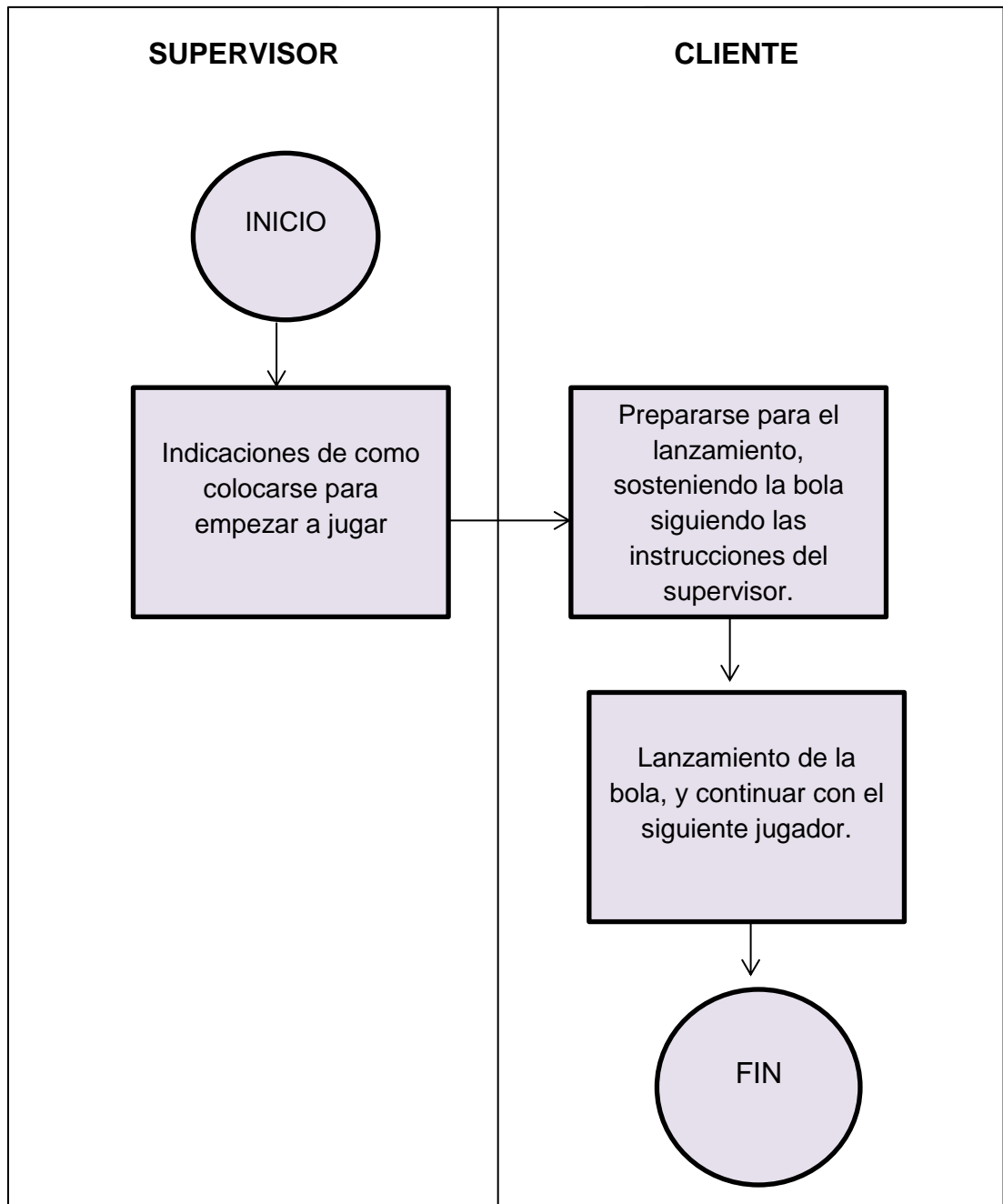
 <p style="text-align: center;">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p> <p style="text-align: center;">Procedimiento: Instrucción del Juego del Bolos</p>		FUNCIÓN: Instrucciones
Inicia: Con la colocación correcta del cliente para el lanzamiento. Termina: Con el Lanzamiento de la bola.		
No	ACTIVIDAD	UNIDAD DE TRABAJO
	<p style="text-align: center;">1.- OBJETIVO</p> <p>Aplicar los fundamentos generales para la ejecución de un buen tiro en el Juego de Bolos.</p> <p style="text-align: center;">2.- ALCANCE</p> <p>El procedimiento comprende desde que el supervisor le indique a la persona como debe colocarse para empezar a jugar hasta el lanzamiento de la bola.</p> <p style="text-align: center;">3.- POLÍTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El número máximo de jugadores recomendado por pista en esta Bolichera, es de 6 jugadores. • Por higiene, es obligatorio el uso de calcetines si se llevan los pies desnudos. • Además es obligatorio el uso de calzado especial específico para la práctica del Bowling. • No debe comer o beber en la zona de lanzamiento. 	

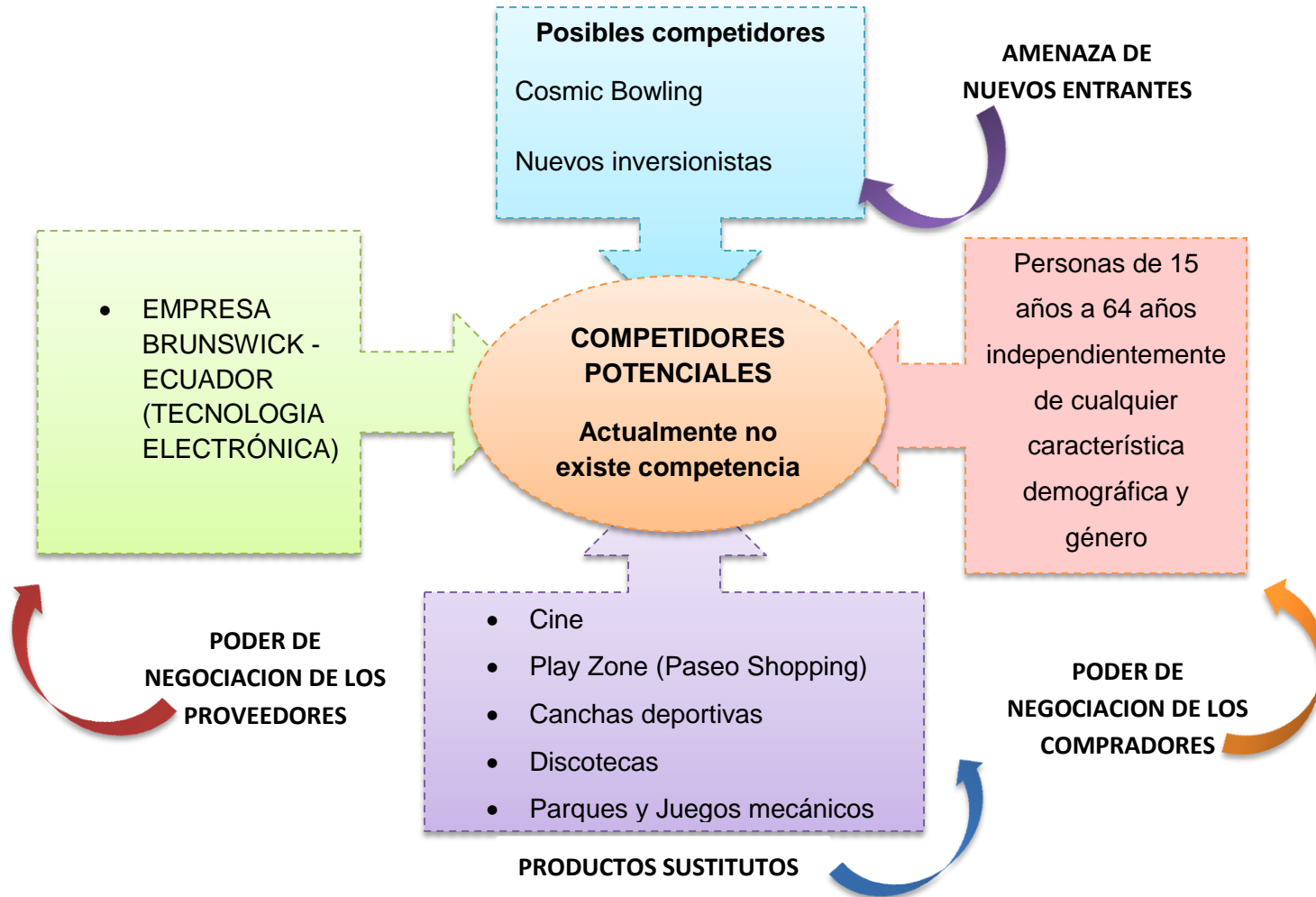
Gráfico No. 6



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

5.7.1.3 Análisis del Mercado

Cuadro No. 34 Análisis de las 5 Fuerzas de Michael Porter



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Análisis:

Cuadro No. 35

BARRERAS DE ENTRADA			
	BAJO	MEDIO	ALTO
INFRAESTRUCTURA			X
INVERSION O CAPITAL			X
NORMATIVA LEGAL Y GUBERNAMENTAL		X	
DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO			X
TOTAL	0	1	3
BARRERAS DE ENTRADA	0%	25%	75%

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

No existe amenaza de nuevos entrantes puesto que nuestras barreras de entrada están de nivel alto, esto indica que no cualquiera podría ingresar en este sector, especialmente porque la inversión es alta y los requerimientos de infraestructura y equipamiento guardan características específicas.

Cuadro No. 36

PRODUCTOS SUSTITUTOS			
	BAJO	MEDIO	ALTO
PRECIOS			X
DISTRIBUCIÓN		X	
AVANCE TECNOLÓGICO	X		
TOTAL	1	1	1
AMENAZA DE SUSTITUCIÓN	33,33%	33,34%	33,33%

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

La amenaza de productos sustitutos se encuentra en el nivel medio y con tendencia a subir; a pesar de que existen varias opciones de entretenimiento, el juego de bolos es novedoso y eso marca una diferenciación en el mercado, lo importante es mantener la calidad del servicio y jugar con excelentes estrategias de precio para mantener cautiva a la demanda y potenciar el incremento de la misma.

Cuadro No. 37

DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD			
	BAJO	MEDIO	ALTO
UBICACIÓN		X	
PRECIO	X		
IMAGEN	X		
PRESTIGIO	X		
	3	1	0
AMENAZA DE RIVALIDAD	75%	25%	0%

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

El nivel de rivalidad que existe es un nivel bajo, puesto que por el momento en el Cantón de Milagro no hay competidores directos; sin embargo deben plantearse estrategias para mantener nuestros clientes actuales y futuros.

Cuadro No. 38

PODER DE LOS COMPRADORES			
	BAJO	MEDIO	ALTO
PRODUCTOS DIFERENCIADOS		X	
PRECIO		X	
ATENCIÓN AL CLIENTE			X
	0	2	1
PODER DE COMPRADORES	0%	66,67%	33,33%

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

El poder de negociación de los compradores se encuentra actualmente en el nivel medio, sobre todo si se establece un promedio del resultado obtenido, esto lleva a establecer que el negocio debe mantener estrategias de precios y una excelente atención, para marcar la diferencia y atraer a la demanda, sobre todo si se considera que el poder adquisitivo de los mercados actualmente es limitado.

Cuadro No. 39

NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES			
	BAJO	MEDIO	ALTO
CANTIDAD DE PROVEEDORES			X
IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X	
	0	1	1
PODER DE LOS PROVEEDORES	0%	50%	50%

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

El poder de negociación por parte de los proveedores se encuentra en el nivel medio, con tendencia a ser alto, esto se debe a que hay pocas empresas proveedoras de los productos, se recomienda mantener negociaciones con ellos y tratar de buscar una preferencia o congelamiento en precios para evitar costos excesivos que terminen afectando a las estrategias de fijación de precios.

RESUMEN DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER:

Cuadro No. 40

MAGNITUD DE LA FUERZA	<u>ACTUAL</u>			<u>FUTURO</u>		
	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
Barreras a la entrada	0	1	3		X	
Productos Sustitutos	1	1	1		X	
Determinantes de la Rivalidad	3	1	0		X	
Poder de los compradores	0	2	1		X	
Negociación con los proveedores	0	1	1		X	
Evaluación General	4	6	6			
Porcentajes	25%	37,5%	37,5%			

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Análisis general

Como podemos observar actualmente la magnitud de estas fuerza se encuentran en el nivel medio; lo expuesto permite inferir que el mercado es atractivo para este tipo de inversiones; sin embargo se debe invertir una fuerte cantidad de capital, factor que empieza a limitar a futuros competidores, dando la oportunidad de establecer estrategias que permitan un posicionamiento y un cambio cultural sobre la forma de divertirse y compartir momentos familiares.

No hay que descuidarse, por el contrario se deben establecer y/o buscar estrategias para evitar costos excesivos que terminen afectando a las estrategias de fijación de precios y que permitan seguir manteniéndonos así en el futuro; y siendo el primer centro de entretenimiento con las mayores ventajas en el Cantón Milagro, como es Bolomax, debemos aprovecharlas al máximo, y ya que las barreras de entrada son altas, se deben utilizar al máximo los recursos con los que contamos.

COMPETIDORES DIRECTOS:

Actualmente en el Cantón Milagro no existe competencia directa.

POSIBLES COMPETIDORES:

- **COSMIC BOWLING**

Ofrecen un buen servicio y con tecnología avanzada, cuentan con una pista moderna y se enfocan en una decoración llamativa, pero su mayor desventaja es la falta de espacio ya que cuentan con muy pocas pistas para la cantidad de personas que lo visitan a diario.

PRODUCTOS SUSTITUTOS:

Se presentan los diferentes tipos de servicio que pueden sustituir a BOLOMAX:

- Cine
- Canchas deportivas
- Discotecas
- Parques y Juegos mecánicos
- PLAY ZONE (PASEO SHOPPING): No ofrecen un buen servicio puesto que el lugar es muy pequeño, no hay muchos juegos solo para ciertas edades (niños); además las máquinas a veces se dañan con facilidad y el técnico demora en la reparación de las mismas.

Figura No. 32



Fuente: www.playzone.com

Análisis FODA

Cuadro No. 41

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Pioneros en la zona de entretenimiento.• Entretenimiento para toda la familia y demás grupos sociales• Tecnología.• Ubicación estratégica.• Servicio innovador y atractivo.• Diversidad de servicios.• Talento Humano altamente especializado, eficiente y dinámico.• Participación y trabajo en equipo.	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Escasos Centros de entretenimiento y distracción en Milagro.• Limitada inversión en proyectos de entretenimiento.• Financiamiento de entidades privadas y estatales.• Crecimiento de la población.• Crecimiento de aficionados al deporte de los Bolos.• Tendencia estatal a apoyar al emprendimiento.• Demanda en actividades de entretenimiento
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Altos costos de inversión.• Alto nivel de endeudamiento.• Gastos de mantenimiento del equipo.	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Sustitutos en la industria del entretenimiento.• Nuevos en el mercado.• Aparición de nuevos inversionistas interesados en este segmento de la industria de entretenimiento.

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 42

FO

Nulo= 0 Bajo= 3 Medio= 6 Alto= 9

OPORTUNIDADES

	Escasos Centros de entretenimiento y distracción en Milagro.	Limitada inversión en proyectos de entretenimiento.	Financiamiento de entidades privadas y estatales.	Crecimiento de la población.	Crecimiento de aficionados al deporte de los Bolos.	Tendencia estatal a apoyar al emprendimiento.	TOTAL
FORTALEZAS							
Pioneros en la zona de entretenimiento.	9	9	6	6	6	6	42
Entretenimiento para toda la familia y demás grupos sociales	9	9	0	9	3	3	24
Maquinaria de última tecnología.	9	6	3	3	3	6	30
Ubicación estratégica.	9	6	6	3	0	6	30
Servicio innovador y atractivo.	9	9	9	0	9	9	45
Diversidad de servicios.	9	3	3	6	3	6	30
Talento Humano altamente especializado, eficiente y dinámico.	6	3	3	3	3	3	21
Participación y trabajo en equipo	6	6	3	3	0	3	21
TOTAL	66	51	33	33	27	42	243

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 43

FA

Nulo= 0 Bajo= 3 Medio= 6 Alto= 9

AMENAZAS

	Sustitutos en la industria del entretenimiento.	Nuevos centros de entretenimiento en el mercado.	Aparición de nuevos inversionistas interesados en este segmento de la industria de entretenimiento.	TOTAL
FORTALEZAS				
Pioneros en la zona de entretenimiento.	9	9	9	27
Entretenimiento para toda la familia y demás grupos sociales	9	9	3	21
Maquinaria de última tecnología.	9	9	9	27
Ubicación estratégica.	9	9	6	24
Servicio innovador y atractivo.	9	9	6	24
Diversidad de servicios.	9	6	6	21
Talento Humano altamente especializado, eficiente y dinámico.	3	3	3	9
Participación y trabajo en equipo	3	6	3	12
TOTAL	60	60	45	165

Cuadro No. 44

DO

Nulo= 0 Bajo= 3 Medio= 6 Alto= 9

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES						TOTAL
	Escasos Centros de entretenimiento y distracción en Milagro.	Limitada inversión en proyectos de entretenimiento.	Financiamiento de entidades privadas y estatales.	Crecimiento de la población.	Crecimiento de aficionados al deporte de los Bolos.	Tendencia estatal a apoyar al emprendimiento.	
Altos costos de inversión.	9	9	9	0	3	6	36
Alto nivel de endeudamiento.	6	9	9	0	0	6	30
Gastos de mantenimiento del equipo.	3	6	3	0	0	3	15
TOTAL	18	24	21	0	3	15	81

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 45

DA

Nulo= 0 Bajo= 3 Medio= 6 Alto= 9

DEBILIDADES	AMENAZAS			TOTAL
	Sustitutos en la industria del entretenimiento.	Nuevos en el mercado.	Aparición de nuevos inversionistas interesados en este segmento de la industria de entretenimiento.	
Altos costos de inversión.	9	3	3	15
Alto nivel de endeudamiento.	6	3	3	12
Gastos de mantenimiento del equipo.	6	3	3	12
TOTAL	21	9	9	39

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Cuadro No. 46

<p>FACTORES INTERNOS</p> <hr/> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pioneros en la zona de entretenimiento. • Entretenimiento para toda la familia y demás grupos sociales. • Maquinaria de última tecnología. • Ubicación estratégica. • Servicio innovador y atractivo. • Diversidad de servicios. • Talento Humano altamente especializado, eficiente y dinámico. • Participación y trabajo en equipo. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altos costos de inversión. • Alto nivel de endeudamiento. • Gastos de mantenimiento del equipo.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escasos Centros de entretenimiento y distracción en Milagro. • Financiamiento de entidades privadas y estatales. • Limitada inversión en proyectos de entretenimiento. • Demanda en actividades de entretenimiento 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>Brindar un servicio innovador y diversificado dirigido a la población del Cantón de Milagro.</p> <p>Capacitar permanentemente al personal</p> <p>Brindar un ambiente agradable mediante la diversidad de servicio fomentando así la convivencia entre las personas (clientes).</p> <p>Pagar salarios justos al talento humano y generar así un alto nivel de compromiso laboral.</p> <p>Acceder al financiamiento de las entidades privadas (bancos) para mantener tecnología de punta en la maquinaria.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>Establecer convenios con una empresa de mantenimiento de los equipos para las revisiones mensuales.</p> <p>Ofrecer nuevas ofertas de distracción que impliquen mayores ingresos que permitan cubrir el apalancamiento.</p> <p>Incorporar actividades novedosas que se puedan incorporar a la línea para promover mayor demanda y minimizar costos.</p>

AMENAZAS

- Sustitutos en la industria del entrenamiento.
- Nuevos en el mercado

ESTRATEGIAS FA

Ofrecer precios atractivos para generar demanda.

Establecer varias opciones de servicio que cautiven a los clientes por mayores periodos de tiempo.

Establecer promociones periódicas que contrarresten el ser nuevos en el mercado.

Utilizar una publicidad atractiva y de bajo costo (BTL).

Establecer convenios con instituciones para brindar el servicio a precios preferenciales y fidelizar clientes.

ESTRATEGIAS DA

Supervisar y controlar los presupuestos establecidos

Pagar en forma puntual la deuda originada por la inversión

Realizar programas de contingencia para cada año.

Buscar nuevos inversionistas en caso de ser necesario.

Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

5.7.1.4 Estrategias de Marketing Mix

Estrategia y Políticas de Productos

Nuestro producto es un servicio que brinda la oportunidad a las personas de pasar un momento agradable con sus familias, amigos y compañeros de trabajo; añadido a esto se ofrece un servicio adicional que potencializa aún más esta experiencia, el servicio adicional será el juego de billar, el cual estará dirigido a las personas mayores de edad.

El negocio comprende diferentes áreas que buscan ofrecer un mejor servicio y brindarle un valor agregado a los clientes. Cada servicio complementario del local va dirigido a un grupo de consumidores con gustos, preferencias y necesidades específicas.

La estrategia de producto consiste en brindar un servicio ya conocido en un mercado nuevo.

A continuación detallamos todos estos servicios:

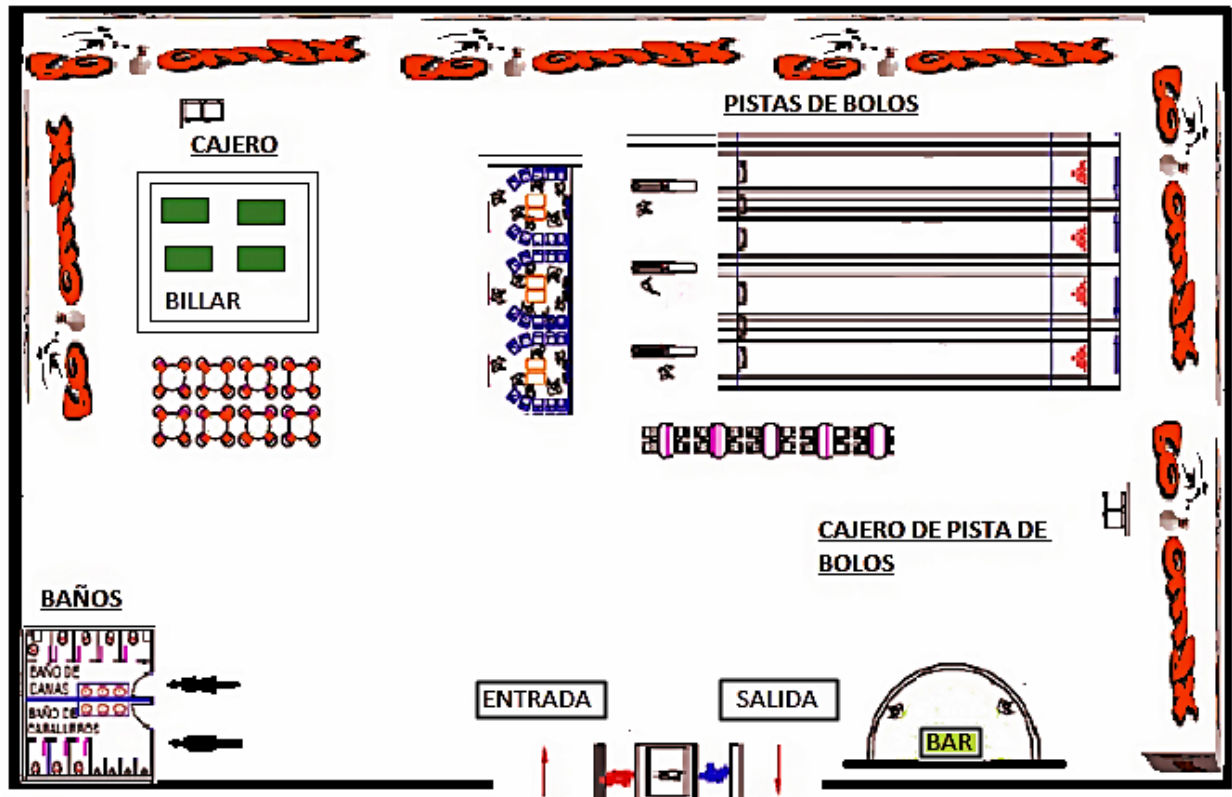
LOGOTIPO:



SLOGAN:

Diversión y entretenimiento al máximo nivel

Figura No. 33 ESQUEMA DE LA ESTRUCTURA FÍSICA DEL NEGOCIO.



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

SERVICIOS:

Figura No. 34 PISTA DE BOLOS



Fuente: www.bowlingcharmatín.com

Figura No. 35 BILLAR



Fuente: www.mercadolibre.com

A continuación se presentan las estrategias del servicio que ofreceremos:

- Servicio de excelente calidad, en forma permanente, con atención especial que demuestre la preocupación por la satisfacción de nuestros clientes, los mismos que buscan un lugar para entretenerse, relajarse y divertirse.
- Atención oportuna a las necesidades, inquietudes y solicitudes de cada cliente.

Estrategia y Política de Precios

El precio del servicio a ofrecer se ha fijado de acuerdo al análisis de los costos de producción y otros factores importantes como son los costos de publicidad.

A continuación se presentan las estrategias de precio:

Al ser un negocio nuevo, el ***precio será de penetración***, un valor monetario inferior a los de la competencia de ciudades como Guayaquil. Además cabe recalcar que en dicha ciudad nuestros competidores potenciales se ubican en centros comerciales, lo que incrementa sus costos y gastos de operación.

- Para fijar el precio se tomará de acuerdo a la consigna de satisfacer plenamente a los clientes.

BOLOS: BOLOMAX tendrá cuatro pistas de bolos a la disposición de sus clientes y el horario de atención será de Martes a Domingo desde las 9:00 am hasta las 23:00 pm. Se cobrará por hora; el valor será de \$ 15 incluyendo los zapatos.

Billar: BOLOMAX adicionalmente contará con 4 mesas de billar; y se cobrará por hora y el valor será de \$2,50.

Alquiler del Bar: BOLOMAX tendrá a disposición un bar el cual será alquilado en un valor de \$250 mensuales.

Estrategia y Política de Distribución

Servicio personalizado, a cargo de talento humano previamente capacitado en técnicas de atención a clientes y manejo de objeciones y conflictos con los mismos, esto asegura la calidad de la atención como parte de nuestro valor agregado.

Estrategia y Política de Comunicación

Hacia este grupo dirigiremos nuestro esfuerzo de marketing para captar el mayor número de clientes y también promover la demanda del mercado.

Se considera la inversión en campañas publicitarias, de tal manera podremos dar a conocer a todo el mercado la existencia del nuevo establecimiento para jugar bolos.

Entre las estrategias de comunicación a emplear tenemos:

Publicidad: Volantes, anuncio en prensa escrita (periódico de la localidad), y red social (Facebook), además se realizarán anuncios por la radio Voz de Milagro.

- Los volantes, el anuncio en prensa escrita, y la red social, deberán comunicar las ventajas competitivas de nuestra empresa frente a otros competidores posicionándolos como el mejor centro de entretenimiento del Cantón Milagro.

Figura No. 36 Anuncio por prensa escrita



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 37 Diseño del volante



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 38 Diseño de la tarjeta de presentación



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Figura No. 39 Diseño de la página de Facebook



Elaborado por: Adriana Llanos, Alan García

Promoción en ventas

- Descuentos por membresías (convertirse en socio del club BOLOMAX). Para esto se realizará un control de las personas que más asisten al centro de entretenimiento.
- Sorteos en fechas especiales (aniversario, navidad, fiestas locales); y además en estas fechas se realizan descuentos especiales.

5.7.2. Recursos y análisis financiero

Para la realización de nuestro proyecto la parte financiera es muy importante, y es que por medio de esta se puede demostrar que tan rentable resultaría la implementación de nuestro proyecto.

Recursos financieros necesarios para la implementación del proyecto:

Cuadro No. 47

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA	CANTIDAD	PREC.UNIT.	PREC. TOTAL
ESCRITORIO	1	\$ 45,00	\$ 45,00
SILLAS EJECUTIVAS	2	\$ 29,00	\$ 58,00
ARCHIVADOR	1	\$ 60,00	\$ 60,00
JUEGOS DE SILLAS Y MESAS	6	\$ 100,00	\$ 600,00
TOTAL			\$ 763,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 48

MAQUINARIAS Y EQUIPOS PARA EL JUEGO DE BOLOS
MÁQUINAS GSX PINSETTER
ULTRA COSMIC LIGHT S& V SYSTEM
SCOREPADS
TELEVISORES LCD "32"
BALL RETURNS
BALL RACKS

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

La maquinaria que necesitaremos para implementar el Juego de Bolos nos la proveerá la Empresa Brunswick Bowling Ecuador (Quito), y el valor por cada pista completa será de \$36.000.

Cuadro No. 49

MAQUINARIAS , EQUIPOS y HERRAMIENTAS	CANTIDAD	PREC. UNIT.	PREC. TOTAL
PISTA DE BOLOS Y MÁQUINAS	4	\$ 36.000,00	\$ 144.000,00
MESAS DE BILLAR	4	\$ 1.500,00	\$ 6.000,00
MOBILIARIO	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
BOLAS PARA EL NEGOCIO	36	\$ 50,00	\$ 1800,00
ZAPATOS	32	\$ 25,00	\$ 800,00
TOTAL			\$ 153.600,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 50

EQUIPO DE OFICINA	CANTIDAD	PREC.UNIT.	PREC. TOTAL
AIRE ACONDICIONADO	3	\$ 640,00	\$ 1.920,00
MÁQUINAS REGISTRADORAS	2	\$ 220,00	\$ 440,00
TELÉFONO CONVENCIONAL	1	\$ 25,00	\$ 25,00
TOTAL			\$ 2.385,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 51

EQUIPO DE COMPUTACIÓN	CANTIDAD	PREC.UNIT.	PREC. TOTAL
COMPUTADORA	1	\$ 776,00	\$ 776,00
IMPRESORA	1	\$ 280,00	\$ 280,00
TOTAL			\$ 1.056,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

La inversión total de Activos Fijos es: \$252.804,00

Cuadro No. 52

"BOLOMAX" S. de R.L.			
ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
1	ESCRITORIO	45,00	45,00
2	SILLAS EJECUTIVAS	29,00	58,00
1	ARCHIVADOR	60,00	60,00
6	JUEGO DE SILLAS Y MESAS	100,00	600,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		763,00
	<u>EQUIPOS DE OFICINA</u>		
3	AIRE ACONDICIONADO	640,00	1.920,00
2	MÁQUINAS REGISTRADORAS	220,00	440,00
1	TELEFONO CONVENCIONAL	25,00	25,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		2.385,00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</u>		
1	COMPUTADORA	776,00	776,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	280,00	280,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1.056,00
	<u>MAQUINARIAS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS</u>		
4	PISTA DE BOLOS Y MÁQUINAS	36.000,00	144.000,00
4	MOBILIARIO	250,00	1.000,00
4	JUEGOS DE BILLAR	1.500,00	6.000,00
36	BOLAS PARA EL NEGOCIO	50,00	1.800,00
32	ZAPATOS	25,00	800,00
	TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		153.600,00
1	EDIFICIO	50.000,00	50.000,00
	<u>TERRENO</u>		
3	SOLAR	15.000,00	45.000,00
	TOTAL TERRENO		45.000,00
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			252.804,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 53

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	763,00	10%	6,36	76,30
EQUIPO DE COMPUTACION	1.056,00	33%	29,04	348,48
EDIFICIO	50.000,00	5%	208,33	2.500,00
EQUIPO DE OFICINA	2.385,00	10%	19,88	238,50
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	153.600,00	10%	1.280,00	15.360,00
TOTAL	207.804,00		1.543,61	18.523,28

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Se procederá con las siguientes variaciones:

VARIACION INGRESOS	5%
VARIACION GASTOS	5%



Cuadro No. 54

ACTIVOS DIFERIDOS GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
VIDA ÚTIL			5
COSTO			400
PORCENTAJE			20%
AÑO	AMORTIZACIÓN MENSUAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN ACUMULADA
1	6,67	80	80
2	6,67	80	160
3	6,67	80	240
4	6,67	80	320
5	6,67	80	400

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 55

DETALLE DE LOS GASTOS (ANUAL)

"BOLOMAX" S. de R.L.						
DETALLE DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	ADMINISTRADOR	10.800,00	11.340,00	11.907,00	12.502,35	13.127,47
1	CONTADOR	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
2	SUPERVISORES DE PISTA	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
2	CAJEROS	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
1	GUARDIA	4.560,00	4.788,00	5.027,40	5.278,77	5.542,71
	VACACIONES		136,67	143,50	150,68	158,21
	APORTE PATRONAL	4.782,24	5.021,35	5.272,42	5.536,04	5.812,84
	DECIMO CUARTO	2.226,00	2.337,30	2.454,17	2.576,87	2.705,72
	DECIMO TERCERO	3.280,00	3.444,00	3.616,20	3.797,01	3.986,86
	FONDO DE RESERVA	3.280,00	3.444,00	3.616,20	3.797,01	3.986,86
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	52.928,24	55.711,32	58.496,88	61.421,73	64.492,82
GASTOS GENERALES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
	ENERGIA ELECTRICA	4.560,00	4.788,00	5.027,40	5.278,77	5.542,71
	TELEFONO	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
	SERVICIOS DE INTERNET	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23
	UTILES DE OFICINA	540,00	567,00	595,35	625,12	656,37
	SUMINISTROS Y SERVICIOS DE LIMPIEZA	1.680,00	1.764,00	1.852,20	1.944,81	2.042,05
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	76,30	76,30	76,30	76,30	76,30
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	348,48	348,48	348,48	348,48	348,48
	DEPRECIACION DE EDIFICIO	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	238,50	238,50	238,50	238,50	238,50
	DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	15.360,00	15.360,00	15.360,00	15.360,00	15.360,00
	TOTAL GASTOS GENERALES	27.871,28	28.338,68	28.829,45	29.344,76	29.885,83
GASTO DE VENTAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	DIFUSION POR PRENSA ESCRITA	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
	DIFUSION POR RADIO	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
	TARJETAS DE PRESENTACIÓN	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
	VOLANTES	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	7.500,00	7.605,00	7.715,25	7.831,01	7.952,56

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro de la apreciación del total de los costos indirectos:

Cuadro No. 56

"BOLOMAX" S. de R.L.					
DETALLE DE GASTOS					
AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	88.299,52	91.655,00	95.041,58	98.597,50	102.331,21
GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	69.776,24	73.131,72	76.518,30	80.074,22	83.807,93
GASTOS GENERALES	9.348,00	9.815,40	10.306,17	10.821,48	11.362,55
DEPRECIACION	18.523,28	18.523,28	18.523,28	18.523,28	18.523,28
	18.523,28	37.046,56	55.569,84	74.093,12	92.616,40

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 57

COSTO DE VENTAS (ANUAL)

CANT.	DETALLE	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GRASAS Y LUBRICANTES	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
32	PAÑOS	15,00	5760,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32
8	CAUCHOS	15,00	1440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
24	TACOS	10,00	2880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
50	TIZAS	0,25	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
TOTAL			10530,00	11056,50	11609,33	12189,79	12799,28

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

INGRESOS:

Para la determinación de los ingresos se realizó un estudio basado en dos alternativas. A continuación se detalla cada una de ellas:

1er. Alternativa para el Juego de Bolos

Para realizar este análisis, nos basamos en la encuesta de las personas con deseos de acceder a este tipo de negocios, específicamente nos basaremos en la pregunta # 7, de esta forma podremos conocer nuestra demanda potencial para el Juego de Bolos.

La población seleccionada para nuestro estudio fue de 15 – 64 años de edad; y según los datos del INEC la población total dentro de estos rangos de edades es de 84.457 habitantes.

Según la pregunta 7 de nuestra encuesta el 75% de la población está de acuerdo con la creación de nuestro negocio, por lo tanto los clientes potenciales para nuestro estudio es de 63.343 habitantes; ahora bien del 75% de las personas, el 46% es la demanda estimada de clientes que acceden ir al nuevo Centro de Entretenimiento, es decir 29.138 clientes.

A continuación se reflejan dos cuadros especificando los detalles de nuestro análisis efectuado en este escenario para el Juego de Bolos.

Cuadro No. 58

INGRESO POR LÍNEA DE BOLOS				
	Precio \$	Estimado de línea por mes	Total ingreso mensual	Total ingreso anual
línea de bolos	\$ 3,50	607	\$ 2124,50	\$ 25.494

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No.59

INGRESO POR: 4 pistas		
LINEA DE BOLOS		
% de Demanda según encuestas para Bolichera	75%	% de aceptación para el Juego de Bolos.
Segmento que hemos elegido	84.457	Habitantes entre el rango (15 - 64) años.
Clientes potenciales	63.343	habitantes
Demanda estimada de clientes	29.138	46%
Clientes por líneas de bolos	7285^{/12} 607	clientes (mensual)
Ingreso mensual	\$ 2124.5	

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Sin embargo, a pesar de que nuestros ingresos serían favorables; no hemos optado por este escenario, puesto que al establecer que se cobre por línea de juego significaría que cada grupo de personas tendría demasiado tiempo para los lanzamientos, y esto no nos convendría pues pudieran exceder el límite de tiempo.

Por lo tanto, conociendo las necesidades de nuestros clientes y buscando el beneficio tanto para ellos como para nuestro negocio, optamos por establecer esta segunda alternativa en el cual detallamos nuestros ingresos por hora de juego; esto beneficia tanto al cliente como al negocio. A continuación se muestra el cuadro explicando detalladamente la propuesta de ingresos por hora de juego:

Cuadro No. 60

Valor de la hora	\$ 15,00
# de horas laborables	10
Días laborables al mes	24
Valor por las pistas	\$ 3.600,00
# de Pistas	4 (por el valor de las pistas)
= Valor mensual	\$14.400,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Alternativa aceptada para el Juego de Bolos

Cuadro No. 61

PRESUPUESTO DE INGRESOS

INGRESOS POR VENTA	CANTIDAD	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
POR HORA DE JUEGO	4	3600,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00
POR HORA DE BILLAR	4	600,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
ALQUILER DEL BAR	1	250	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
TOTAL DE INGRESOS			17.050,00	17.050,00	17.050,00	17.050,00	17.050,00	17.050,00	17.050,00	17.050,00	17.050,00	17.050,00	17.050,00	17.050,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

- El cuadro de Presupuesto de ingresos No. 60 indica las ventas que se generarán en el periodo de un año; esto nos permitirá realizar un correcto análisis de las proyecciones futuras de nuestros ingresos; y de esta forma medir la rentabilidad del negocio. Los ingresos que se tienen contemplados están basados en el promedio de horas que estarán ocupadas las pistas de bolos y al precio establecido.

Cuadro No. 62

"BOLOMAX" S. de R.L.							
PRESUPUESTO DE INGRESOS							
INGRESOS POR VENTA	CANTIDAD	P.U.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
POR HORA DE JUEGO	4	3600,00	172.800,00	181.440,00	190.512,00	200.037,60	210.039,48
POR HORA DE BILLAR	4	600,00	28.800,00	30.240,00	31.752,00	33.339,60	35.006,58
ALQUILER DEL BAR	1	250	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
TOTAL DE INGRESOS			204.600,00	214.830,00	225.571,50	236.850,08	248.692,58

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Como se muestra en el cuadro No. 61, el negocio no solo tendrá ingresos por el servicio de juego de bolos, sino que también contará con rubros del juego de billar, así mismo se contará con un ingreso por el alquiler del bar.

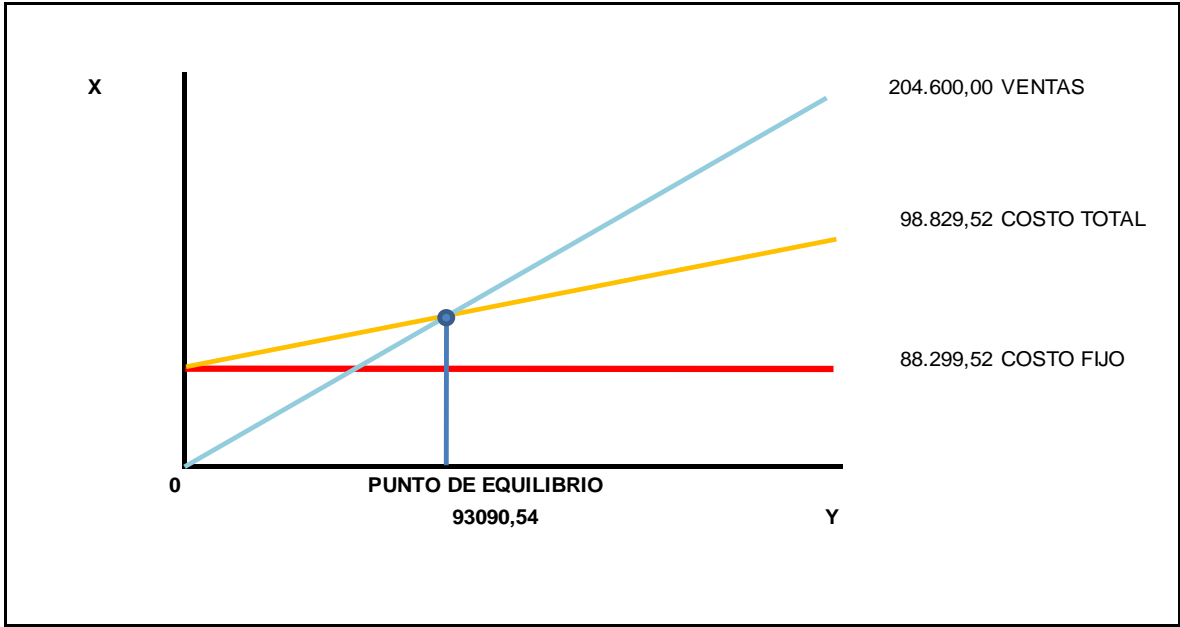
PUNTO DE EQUILIBRIO

DATOS	
ventas	204.600,00
costo fijos	88.299,52
Costos variables	10.530,00

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{88299,52}{0,94853}$$

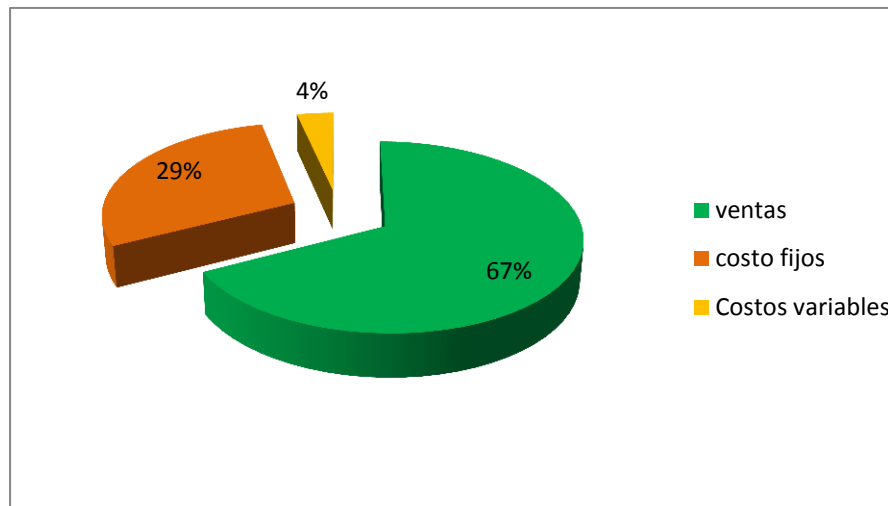
$$PE = 93090,54$$

Gráfico No. 7



Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Gráfico No. 8



Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

El Punto de Equilibrio es aquel punto en el que los ingresos de la empresa son iguales a sus costos, es decir, el punto donde no se genera ni ganancia ni pérdida. Una vez realizado el correspondiente análisis, se concluye que el valor en dólares mínimo a vender para poder cubrir los costos es de \$93.090,54. Las ganancias se generan con ventas de \$204.600,00

Cuadro No. 63

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	763,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1.056,00
EDIFICIO	50.000,00
TERRENO	45.000,00
EQUIPO DE OFICINA	2.385,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	153.420,00
CONSTITUCIÓN/ EMPRESA	400,00
TOTAL DE LA INVERSION	253.204,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 64

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		253.204,00
Financiado	90%	228.204,00
Aporte Propio	10%	25.000,00
		253.204,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 65

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	11,00%	0,11
PRESTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	228.204,00	25.102,44

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Con respecto al financiamiento, el aporte propio será del 10%, es decir \$25.000 por parte de los socios. El crédito será del 90%, que será de \$228.204, el cual se realizará al Banco Nacional del Fomento, con una tasa de interés del 11% a 5 años de plazo.

Requisitos para acceder al crédito:

- Solicitud de crédito.
- Copia a color de cédula y certificado de votación vigente del solicitante.
- Copia a color del RUC y declaraciones al día.
- Copia de libreta del BNF
- Última planilla de servicios básicos cancelada del solicitante.
- Original del certificado del registrador de la propiedad 2013.
- Escrituras originales o copias certificadas del original.
- Impuesto predial del año en curso.
- Certificado de no adeudar al Municipio y Permisos de funcionamiento.
- Referencias personales, comerciales, bancarias.
- Facturas, proformas aceptadas por el SRI de las inversiones a realizar con el préstamo.

Cuadro No. 66

TABLA DE AMORTIZACIÓN (FINANCIAMIENTO)

FINANCIAMIENTO (ANUAL)				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				228.204,00
1	45.640,80	25.102,44	70.743,24	182.563,20
2	45.640,80	20.081,95	65.722,75	136.922,40
3	45.640,80	15.061,46	60.702,26	91.281,60
4	45.640,80	10.040,98	55.681,78	45.640,80
5	45.640,80	5.020,49	50.661,29	-
	228.204,00	75.307,32	303.511,32	

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 67

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				228.204,00
1	3.803,40	2.091,87	5.895,27	224.400,60
2	3.803,40	2.091,87	5.895,27	220.597,20
3	3.803,40	2.091,87	5.895,27	216.793,80
4	3.803,40	2.091,87	5.895,27	212.990,40
5	3.803,40	2.091,87	5.895,27	209.187,00
6	3.803,40	2.091,87	5.895,27	205.383,60
7	3.803,40	2.091,87	5.895,27	201.580,20
8	3.803,40	2.091,87	5.895,27	197.776,80
9	3.803,40	2.091,87	5.895,27	193.973,40
10	3.803,40	2.091,87	5.895,27	190.170,00
11	3.803,40	2.091,87	5.895,27	186.366,60
12	3.803,40	2.091,87	5.895,27	182.563,20
	45.640,80	25.102,44	70.743,24	

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

A continuación se presenta el Estado de Pérdidas y Ganancias, en el cual detallamos los ingresos y gastos de la empresa, en cada año respectivamente; además en este Estado Financiero se refleja la utilidad neta del negocio y la evolución del mismo.

Cuadro No. 68

"BOLOMAX" S. de R.L.						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	204.600,00	214.830,00	225.571,50	236.850,08	248.692,58	1.130.544,15
(-) COSTO DE VENTAS	10.530,00	11.056,50	11.609,33	12.189,79	12.799,28	58.184,90
UTILIDAD BRUTA	194.070,00	203.773,50	213.962,18	224.660,28	235.893,30	1.072.359,26
COSTOS INDIRECTOS	88.299,52	91.655,00	95.041,58	98.597,50	102.331,21	475.924,81
UTILIDAD OPERACIONAL	105.770,48	112.118,50	118.920,59	126.062,78	133.562,09	596.434,44
(-) GASTOS FINANCIEROS	25.102,44	20.081,95	15.061,46	10.040,98	5.020,49	75.307,32
(-) AMORTIZACION	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	400,00
UTILIDAD ANTES PART. IMF	80.588,04	91.956,55	103.779,13	115.941,81	128.461,60	520.727,12
PARTICIPACION EMPLEADO:	12.088,21	13.793,48	15.566,87	17.391,27	19.269,24	78.109,07
UTILIDAD ANTES DE IMPTC	68.499,83	78.163,07	88.212,26	98.550,54	109.192,36	442.618,05
IMPUESTO A LA RENTA 22%	15.069,96	17.195,87	19.406,70	21.681,12	24.022,32	188.763,58
UTILIDAD NETA	53.429,87	60.967,19	68.805,56	76.869,42	85.170,04	331.963,54

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 69

"BOLOMAX" S. de R.L.						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>						
CAJA -BANCOS	-	53.550,52	91.311,38	137.063,63	190.994,35	253.346,04
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	-	53.550,52	91.311,38	137.063,63	190.994,35	253.346,04
<u>ACTIVOS FIJOS</u>	252.804,00	252.804,00	252.804,00	252.804,00	252.804,00	252.804,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		18.523,28	37.046,56	55.569,84	74.093,12	92.616,40
TOTAL DE ACTIVO FIJO	252.804,00	234.280,72	215.757,44	197.234,16	178.710,88	160.187,60
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>	400,00	320,00	240,00	160,00	80,00	-
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
AMORT. ACUM. GASTOS DE CONST.		80,00	160,00	240,00	320,00	400,00
TOTAL DE ACTIVOS	253.204,00	288.151,24	307.308,82	334.457,79	369.785,23	413.533,64
<u>PASIVO</u>						
<u>CORRIENTE</u>						
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	12.088,21	13.793,48	15.566,87	17.391,27	19.269,24
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	15.069,96	17.195,87	19.406,70	21.681,12	24.022,32
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	27.158,17	30.989,36	34.973,57	39.072,39	43.291,56
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>						
PRESTAMO	228.204,00	182.563,20	136.922,40	91.281,60	45.640,80	-
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	228.204,00	182.563,20	136.922,40	91.281,60	45.640,80	-
<u>PATRIMONIO</u>						
APORTE CAPITAL	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	53.429,87	60.967,19	68.805,56	76.869,42	85.170,04
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	53.429,87	114.397,06	183.202,62	260.072,04
TOTAL PATRIMONIO	25.000,00	78.429,87	139.397,06	208.202,62	285.072,04	370.242,08
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	253.204,00	288.151,24	307.308,82	334.457,79	369.785,23	413.533,64

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 70

"BOLOMAX" S. de R.L.
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	204.600,00	214.830,00	225.571,50	236.850,08	248.692,58	1.130.544,15
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		204.600,00	214.830,00	225.571,50	236.850,08	248.692,58	1.130.544,15
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	253.204,00	-	-	-	-	-	-
GASTO ADMINISTRATIVOS	-	52.928,24	55.711,32	58.496,88	61.421,73	64.492,82	293.050,99
GASTO DE VENTAS	-	7.500,00	7.605,00	7.715,25	7.831,01	7.952,56	38.603,83
GASTOS GENERALES	-	9.348,00	9.815,40	10.306,17	10.821,48	11.362,55	51.653,60
GASTOS OPERACIONALES		10.530,00	11.056,50	11.609,33	12.189,79	12.799,28	58.184,90
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	12.088,21	13.793,48	15.566,87	17.391,27	19.269,24
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	15.069,96	17.195,87	19.406,70	21.681,12	24.022,32
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	253.204,00	80.306,24	111.346,39	119.116,99	127.237,58	135.679,60	484.784,87
FLUJO OPERATIVO	-253.204,00	124.293,76	103.483,61	106.454,51	109.612,50	113.012,98	556.857,36
INGRESOS NO OPERATIVOS	-		-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	228.204,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	228.204,00	-		-		-	
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	45.640,80	45.640,80	45.640,80	45.640,80	45.640,80	228.204,00
PAGO DE INTERESES	-	25.102,44	20.081,95	15.061,46	10.040,98	5.020,49	75.307,32
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	70.743,24	65.722,75	60.702,26	55.681,78	50.661,29	303.511,32
FLUJO NETO NO OPERATIVO	228.204,00	-70.743,24	-65.722,75	-60.702,26	-55.681,78	-50.661,29	-303.511,32
FLUJO NETO	-25.000,00	53.550,52	37.760,86	45.752,25	53.930,72	62.351,69	253.346,04
SALDO INICIAL	-	-	53.550,52	91.311,38	137.063,63	190.994,35	472.919,88
FLUJO ACUMULADO	-	53.550,52	91.311,38	137.063,63	190.994,35	253.346,04	

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

En base a los Estados Financieros presentados, a continuación se presenta los índices financieros, los cuales nos ayudarán a reflejar la rentabilidad de nuestro proyecto.

Cuadro No. 71

INDICES FINANCIEROS	
DESCRIPCIÓN	FLUJOS NETOS
INV. INICIAL	-253.204,00
AÑO 1	124.293,76
AÑO 2	103.483,61
AÑO 3	106.454,51
AÑO 4	109.612,50
AÑO 5	113.012,98

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Para la evaluación de proyectos o valoración de empresas siempre se necesita una tasa de descuento (tasa mínima atractiva de retorno) para calcular el valor presente de los flujos de caja futuros, o a su vez para comparar la tasa interna de retorno (TIR) de dichos flujos.

Para nuestro proyecto la tasa de descuento que utilizaremos será del 16%

Cuadro No. 72

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	16,00%

Cuadro No. 73

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	556.857,36
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	253.204,00
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	43,98%

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 74

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		366.600,83
VAN	POSITIVO	113.396,83
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	3,23
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	223,29
TASA INTERNA DE RETORNO		34,35%

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Para proceder al análisis del VAN y la TIR del proyecto, indicaremos de que se trata cada uno de estos indicadores y la aplicación del mismo en este proyecto:

El VAN es un indicador financiero que nos ayudará a medir los flujos de los futuros ingresos y egresos que va a tener un proyecto, para determinar si después de descontar la inversión inicial, la empresa ganará un rendimiento mayor, esto quiere decir que si el resultado es positivo, el proyecto es rentable. En este caso tenemos que la suma de Flujos descontados es de \$366.600,83, tenemos el VAN calculado de \$113.396,83, lo que nos indica que el proyecto es aceptable. A su vez la TIR que es la Tasa Interna de Retorno, es otro indicador el cual muestra al inversionista la tasa de interés máxima a la que debe contraer créditos/préstamos, sin que se incurra en fracasos financieros en un tiempo futuro.

Como podemos observar la TIR del proyecto es de 34,35%, la cual es mayor a la tasa de descuento; esto demuestra que al invertir en este negocio obtendremos resultados positivos.

Ahora bien, estimar la rentabilidad de una inversión es conocer si vamos a ganar dinero en ella, es decir si el flujo de caja obtenido compensa todos los egresos que se han hechos, ya sea por inversión o los costos incurridos; si esto se da, significa que la inversión es rentable. A continuación veamos en el siguiente cuadro los ratios financieros, los cuales nos indican el diagnóstico tanto económico y financiero de la empresa.

Cuadro No. 75

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	204600,00
COSTO DIRECTO	10.530,00
COSTO INDIRECTO	88299,52
FLUJO NETO	53550,52
PAGO DE DIVIDENDOS	45640,80
GASTOS FINANCIEROS	25102,44
GASTOS PERSONAL	52928,24
ACTIVOS FIJOS NETOS	234.280,72

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

El análisis de las razones financieras permite a la gerencia y a los acreedores evaluar el rendimiento financiero de la empresa; tienen una gran importancia puesto que le permite a la empresa conocer su posición y desempeño a nivel económico y financiero, y esto servirá de base para una proyección futura.

Cuadro No. 76

PUNTO DE EQUILIBRIO		
EN DOLARES		93090,54
EN PORCENTAJE		45,50%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	45752,25
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	2,17
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	38,14 %
INDICE DE EMPLEO		0,23

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

La liquidez es la capacidad que posee una empresa de hacer frente a sus deudas en un corto plazo. Como podemos observar en el cuadro, el índice de liquidez es de 2.17, esto significa que la empresa posee 1.17, por cada dólar para cubrir sus deudas, lo cual es muy favorable.

Cuadro No. 77

DATOS			
ACTIVO CORRIENTE			53.550,52
ACTIVOS TOTALES			288.151,24
UTILIDAD NETA			53.429,87

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,1854	18,54%

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Cuadro No. 78

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,8142	81,42%

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Si bien es cierto el riesgo por invertir en este negocio es del 81,42%, lo que es un poco alto, sin embargo una vez analizado el VAN y la TIR, indicadores que reflejaron resultados positivos, estos datos muestra al inversionista que a pesar de correr un riesgo considerable, obtendrá beneficios y excelentes resultados. No olvidemos recordar que a mayor riesgo (incertidumbre) mayor rentabilidad.

EVALUACIÓN DEL PROYECTO (PAYBACK)

Cuadro No. 79

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$253.204,00	\$124.293,76	\$103.483,61	\$106.454,51	\$109.612,50	\$113.012,98
Flujo Acumulado		\$124.293,76	\$227.777,37	\$334.231,88	\$443.844,38	\$556.857,36

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

Tasa de Descuento mensual	0,92%
Tasa de Descuento anual	11,0%

Cuadro No. 80

Año de Recuperación de la Inversión	Año	2	
Diferencia con Inversión Inicial	\$253.204,00	\$227.777,37	\$25.426,63
Flujo Mensual Promedio Año Siguiete	\$106.454,51	12	\$8.871,21
Número de Meses	\$25.426,63	\$8.871,21	2,87

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

PAYBACK **2** Año (s) **3** Mes(es)

El periodo de recuperación es de 2 años y 3 meses.

5.7.3 Impacto

Todo negocio genera aspectos positivos, en el caso de las Bolicheras no se presenta una excepción, por ende, estos beneficios están dirigidos tanto a sus socios o inversionistas como a la comunidad milagreña.

A continuación se establecen en forma más específicas cuáles son los beneficios que recibirán los socios:

- Retorno sobre la inversión, generando una fuente de ingreso y rentabilidad que permita cubrir las necesidades básicas y gozar de ciertos beneficios que genera una mejor posición económica.
- Oportunidad de crecer en términos empresariales.
- No depender de otros, al convertirse en sus propios jefes.

Para la comunidad milagreña, los beneficios son:

- Lugares de sano entretenimiento con sus grupos sociales o familiares.
- Lugar para reuniones o celebraciones laborales.
- Fuente de empleo

Desde el punto de vista de la ciudad o cantón se podrá observar una contribución al desarrollo local con la generación de empleos y la retribución a la sociedad a través de los impuestos, además de proyectar una imagen de expansión y modernismo de la urbe.

5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta

La propuesta de ofrecer a la ciudadanía un centro de entretenimiento diferente y novedoso podrá ser verificado a través de los siguientes lineamientos que funcionarán como indicadores de monitoreo de lo antes establecido.

A continuación se establecen los lineamientos:

- Incremento de la demanda de los servicios de entretenimiento de la bolichera.
- Diversificación en tipos de clientes.
- Nivel de rentabilidad del negocio.
- Margen de utilidad obtenido por la actividad desarrollada.
- Retorno sobre la inversión.
- Cantidad de empleos ofertados por el negocio.

CONCLUSIONES

El sector de entretenimiento y distracción está brindando grandes oportunidades para los inversionistas, esto lleva a efectuar estudios sobre nuevas necesidades que se generan en el mercado, para aprovecharlas al encontrar y ofertar los elementos satisfactorios de las mismas. En lo que respecta a la presente investigación se puede concluir:

- Los actuales centros de entretenimiento y distracción no cumplen las expectativas de la población milagreña.
- El nivel de emprendimiento en nuestra ciudad es bajo, por lo tanto no se aprovechan oportunidades de mercado para invertir en negocios no tradicionales.
- La alta inversión de capital que se requiere en ciertos lugares de entretenimiento, en este caso de las bolicheras, suele desestimular la inversión, al considerar que el riesgo es medianamente alto.
- Las instituciones del estado, en nuestro cantón actualmente no brindan toda la asesoría necesaria para fomentar los nuevos emprendimientos y desarrollar nuevos sectores empresariales.
- El desconocimiento sobre las bases legales que implica establecer nuevos negocios lleva a ciertos emprendedores a no invertir.
- La cultura milagreña sobre el entretenimiento es algo tradicional, sin embargo, gran parte de la población es joven y busca alternativas novedosas de distracción, que los satisfaga a ellos y a sus padres.

RECOMENDACIONES

Como resultado de la investigación se establecieron varios factores que determina la necesidad de diseñar alternativas para potenciar la aplicabilidad de la propuesta de este proyecto, por consiguiente, se proceden a determinar las siguientes recomendaciones:

- Invertir en la creación de emprendimientos del sector de entretenimiento y distracción, considerando las expectativas de la población sobre actividades familiares que lleven a fomentar los lazos de unión y compartitividad, dando origen a una cultura de diversión, comunicación, paciencia y trabajo en equipo.
- Aprovechar las oportunidades de mercado en lo que respecta a financiamiento de proyectos de inversión, en emprendimientos novedosos que promuevan el ingreso a nuevos sectores industriales.
- Efectuar proyecciones financieras que demuestren la rentabilidad del negocio, con un escenario que no subestime la economía del mercado, esto dará mayor seguridad en el momento de invertir grandes capitales, además se debe considerar que las mayores rentabilidades requieren correr ciertos niveles de riesgo, los mismos que deben manejarse estratégicamente, marcando ventajas competitivas, que en el caso de la bolichera estará en la diferenciación de la actividad de distracción ofertada.
- Las instituciones del estado, en este caso la Municipalidad, deberá dar mayor difusión sobre las actividades de apoyo para informar sobre aspectos de mercado que dan paso a nuevos emprendimientos, promoviendo el desarrollo local a través de la inversión privada.
- Asesorarse en el aspecto legal sobre la normatividad para crear nuevos emprendimientos, en este caso una Bolichera, a fin de no incurrir en contravención alguna que interfiera en el normal desarrollo de las actividades de negocio.

- Efectuar una difusión que permita posicionar el nuevo negocio (Bolichera), utilizando estrategias de marketing mix, en base al comportamiento del target group.

BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN

ARMSTRONG, Philipkotler & ARMSTRONG, Gary: *Marketing, 8va edición*, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2001.

ARMSTRONG, Philipkotler & ARMSTRONG, Gary: *Principios de Marketing*, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2008.

BACA, Gabriel: *Evaluación de Proyectos - 5ta edición*, Editorial Mc Graw Hill, México, 2006.

BERK, Jonathan, DE MARZO, Peter, & HARDFORD, Jarrad: *Fundamentos de Finanzas Corporativas*, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2010.

CHAMOUN, Yamal: *Administración profesional de Proyectos, una Guía práctica para programar el éxito de sus proyectos*, Editorial Mc Graw Hill, México, 2002.

DE CENZO, Robbins & MOON, Henry: *Fundamentos de Administración, conceptos esenciales y aplicaciones*, 6ta edición, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2009.

GALLAGHER, Timothy & ANDREW, Joseph: *Administración Financiera, teoría y práctica*, 2da edición, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2001.

HATTON, Ángel: *La Guía definitiva del Plan de Marketing, la vía rápida y más inteligente para elaborar un plan de marketing*, Editorial Financial Times Prentice Hall, España, 2000.

- HERNÁNDEZ, Clotilde & MAUBERT, Claudio: *Fundamentos de Marketing*, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2009.
- KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, CÁMARA, Dionisio & CRUZ, Ignacio: *Marketing, 10ma edición*, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2006.
- KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz & CANNICE, Mark: *Administración, Una Perspectiva Global y Empresarial*, Editorial Mc Graw Hill, México, 2008.
- MORALES, Arturo & MORALES, José: *Proyectos de Inversión, evaluación y formulación*, Editorial MC GRAW HILL, México, 2009.
- MOYANO, José, BRUQUE, Sebastián, MAQUEIRA, Juan, FIDALGO, Fermín, & MARTÍNEZ, Pedro: *Administración de Empresas, Un Enfoque teórico-práctico*, Editorial Pearson Prentice Hall, Madrid-España, 2001.
- OLMOS, Jorge: *Tu Potencial Emprendedor*, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2007.
- REY, Manuel, REVILLA, M. Ángeles, JÍMENEZ, José, & LÓPEZ, Jesús: *Fundamentos de Marketing Turístico*, Editorial Síntesis, España, 2008.
- REY, Manuel, REVILLA, M. Ángeles, JÍMENEZ, José, LÓPEZ, Jesús, & CRUZ, Ana: *Marketing Electrónico para PYMES, como vender, promocionar y posicionarse en Internet*, Editorial Alfa Omega, México, 2009.
- VAINRUB, Robert: *Una Guía para Emprendedores*, 5ta edición, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2009.

LINKOGRAFÍA

BAHIT, Eugenia: Como administrar un emprendimiento,
<http://www.desarrolloweb.com/articulos/1963.php>, abril del 2005.

BRIGNONI, Marcelo: Presentación en México, del V Congreso Mundial por los
Derechos de la Infancia y la Adolescencia,
http://marcelobrignoni.com.ar/ver_noticia/noti/233/ver_noticia.html , octubre del
2011.

DEHESA, Daniel: Anatomía de la diversión,
<http://www.levelup.com/articulos/17398/Anatomia-de-la-diversion/>, abril del
2012.

El Telégrafo: Los emprendimientos crecen un 5,5% pero no generan empleo,
http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=16641&Itemid=2, 26 de septiembre del 2011.

El Comercio: El Ecuador tiene más emprendimientos,
<http://www.elcomercio.com/negocios/Ecuador-emprendimientos-0-606539397.html>, diciembre del 2011.

GALLEGOS Riofrío, Rodrigo: Innovación y emprendimiento (bases del desarrollo),
<http://www.emprendecuador.ec/portal/index.php?module=Pagesetter&func=vwpub&tid=8&pid=71>, julio del 2011.

GARCÍA: Emprendimiento y marketing,
<http://www.slideshare.net/jcfdezmxvtas/marketing-y-emprendimiento-presentation>, 2009.

HIDALGO, Gabriel: Emprendimiento e Inversión, http://www.p3-ventures.biz/wp-content/uploads/2010/10/EMPREDIMIENTO_E_INVERSION_Gabriel_Hidalgo.pdf, extraído en el mes Agosto del 2009.

LÓPEZ James, Roberto: ¿Sabén los emprendedores administrar?,
<http://www.gestiopolis.com/canales/emprededora/articulos/59/saben.htm>, mayo del 2003.

LLANOS, Raúl: Divertirse, un lujo en el DF,
<http://www.jornada.unam.mx/2012/07/31/capital/028n1cap> , julio del 2012.

MARTINA, Comunidad de Emprendedores: No sólo el marketing ofrece la confianza para inversores y emprendedores, <http://negociosyemprendimiento.com/no-solo-el-marketing-ofrece-la-confianza-para-inversores-y-emprendedores/>, marzo del 2012.

MARTÍNEZ López, José: Sociedad del entretenimiento,
http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga6/pdf/sociedad_entretenimiento.pdf, extraído en el año 2011.

MEJÍA Mazuera, Jaime: Entretenimiento, una Industria de millones,
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-833057>, extraído el 13 de diciembre de 1998.

MENDOZA Escamilla, Viridiana: ¿Cómo medir el riesgo de mi inversión?,
<http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2012/07/13/como-medir-el-riesgo-de-mi-inversion>, Julio del 2012.

MORLÁS Espinoza, Carlos: Ecuador ¿País de emprendedores?,
<http://biblio.ecomundo.edu.ec/Documentales/Libro%20Final1.pdf>.

MCD – CONSULTORES: La importancia del plan de marketing para los emprendedores, <http://www.mdc-consultores.com.ar/articulo1.pdf>.

NEGOCIOS Y BOLSA: Como medir el riesgo en los Negocios,
<http://negociosybolsa.blogspot.com/2010/12/como-medir-el-riesgo-en-los-negocios.html>, diciembre del 2010.

Periódico HOY: Los bolos están vigentes, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/los-bolos-estan-vigentes-539623.html>, publicado en marzo del 2012.

Periódico HOY: Los Centros Comerciales, una mezcla de diversión, comercio y seguridad, <http://www.hoy.com.ec/zhechos/2004/libro/tema27.htm>, año 2005

ANEXOS



ANEXO 1

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN MILAGRO, CON CARACTERÍSTICAS DE EMPRENDEDORES

El objetivo de la presente encuesta es determinar si en nuestro cantón existe el deseo por emprender en actividades de distracción y entretenimiento diferentes a los que tradicionalmente conocemos, para visualizar nuevas oportunidades de mercado que al explotarse contribuyan al desarrollo local.

Por favor responder con honestidad y marcar la opción que corresponda a la percepción que usted posea.

5	Muy de acuerdo
4	De acuerdo
3	Indiferente o indeciso
2	En desacuerdo
1	Muy desacuerdo

PREGUNTAS o ÍTEMS	5	4	3	2	1
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente o indeciso	En desacuerdo	Muy desacuerdo
1.- ¿Cómo habitante del Cantón Milagro, considera que existen varias opciones para lograr un entretenimiento y distracción sana?					
2.- Actualmente, ¿Tiene deseos de emprender algún negocio?					
3.- ¿Considera usted que el sector de entretenimiento y distracción es una excelente opción para emprender (crear nuevos negocios)?					
4.- Los negocios relacionados con el entretenimiento y distracción requieren de una alta inversión.					
5.- ¿La disponibilidad de capital es un limitante para emprender en proyectos de negocios novedosos y diferentes a los tradicionales?					

6.- El Cantón Milagro se caracteriza por disponer de grandes espacios físicos, óptimos para negocios cuya actividad este ligada con el entretenimiento y la distracción.					
7.- ¿Considera usted que la infraestructura es un factor fundamental en los negocios de entretenimiento y distracción?					
8.- Actualmente, los negocios dedicados a generar entretenimiento y distracción solo son tradicionales, como resultado de una escasa visión emprendedora.					
9.- Si tuviese la oportunidad de emprender, ¿Lo haría en actividades de distracción y entretenimiento totalmente diferentes a los bares y discotecas que actualmente se encuentran en nuestro cantón?					
10. En caso que quisiera emprender, ¿Consideraría recurrir a la Municipalidad, como fuente de apoyo y asesoría?					
11.- Amplio conocimiento sobre los trámites para aperturar un negocio relacionado con la distracción y el entretenimiento.					
12.- Disposición para convertirse en un emprendedor, tomando como opción la creación de una Bolichera (entretenimiento y distracción relacionado con el juego de bolos).					
13.- ¿Considera usted que existiría demanda para una Bolichera (entretenimiento y distracción relacionado con el juego de bolos)?					



ANEXO 2
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN MILAGRO, CON DESEOS DE ACCEDER A SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO Y DISTRACCIÓN

La encuesta tiene por objetivo determinar el potencial de demanda que existe en el Cantón Milagro para acceder a nuevas actividades de distracción y entretenimiento y promover así el aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocios.

Por favor responder con honestidad y marcar la opción que corresponda a la percepción que usted posea.

5	Muy de acuerdo
4	De acuerdo
3	Indiferente o indeciso
2	En desacuerdo
1	Muy desacuerdo

PREGUNTAS	5	4	3	2	1
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente o indeciso	En desacuerdo	Muy desacuerdo
1.- Nuestro Cantón le ofrece una variedad de opciones para entretenimiento y distracción.					
2.- Cuando busca entretenimiento y distracción, opta siempre por actividades familiares o con grupo de amistades.					
3.- Disposición y deseos de practicar alguna actividad de distracción, diferente a las prácticas de fútbol, basket o visitas a bares y discotecas.					
4.- Las actividades de distracción y entretenimiento que se ofrecen en nuestro Cantón son tradicionales y mantiene en usted un nivel de insatisfacción.					

<p>5.- Los escasos negocios que ofrecen actividades de distracción y entretenimiento destinados a los grupos familiares y de amigos, se debe al poco riesgo que asumen nuestros emprendedores.</p>					
<p>6.- El juego de bolos es una actividad que promueve la compartitividad social y fortalece los lazos de amistad.</p>					
<p>7.- Si en Milagro existiera una Bolichera (negocio que genera entretenimiento y distracción mediante el juego de bolos), usted estaría dispuesto a convertirse en un cliente habitual.</p>					
<p>8.- En caso de que se creara en nuestro cantón una Bolichera (negocio que genera entretenimiento y distracción mediante el juego de bolos), es importante contar con personas que expliquen el funcionamiento de este juego deportivo.</p>					

ANEXO 3

ENTREVISTA



Entrevistado:

Institución:

Cargo:

El objetivo de la entrevista es obtener información sobre las actividades que efectúa la Municipalidad de nuestro Cantón para promover la inversión en nuevos proyectos de negocios relacionados con actividades de distracción y entretenimiento, diferentes a los que tradicionalmente se conocen en nuestra localidad; al mismo tiempo se podrá precisar la disponibilidad de espacio físico para llevar a cabo la implementación de dichos negocios.

Preguntas:

1.- ¿Cómo catalogaría usted la disponibilidad de espacios físicos en nuestro cantón para la creación de nuevos emprendimientos? ¿Considera que el espacio físico es suficiente?

2.- ¿Qué opina usted acerca de la inversión privada que tiene nuestro cantón en actividades de distracción y entretenimiento? ¿Considera que se debe ampliar la visión emprendedora sobre entretenimiento y distracción?

3.- Actualmente, ¿Qué actividades está llevando a cabo el Municipio para potencializar la inversión del sector privado en actividades de entretenimiento y distracción?

4.- ¿La Municipalidad, posee algún departamento o área que brinde asesoría sobre nuevas oportunidades de negocios? ¿Qué conocimientos tiene usted sobre las Bolicheras? ¿Considera que serían una nueva opción para emprender?

ANEXO 4
ENTREVISTA



Entrevistado:

Empresa:

Cargo:

Esta entrevista tiene por objetivo conocer si los negocios relacionados con actividades de entretenimiento y distracción requieren de una alta inversión de capital, sobre todo para actividades no tradicionales o que no corresponden a nuestro contexto cultural.

Preguntas:

1.- Cuando tuvo la idea de emprender en actividades de distracción y entretenimiento, ¿Fueron las Bolicheras una de sus primeras opciones? ¿Por qué?

2.- ¿Qué opinión podría proporcionarnos usted acerca de la inversión de capital que se requiere para emprendimientos relacionados con la diversión y entretenimiento?


3.- ¿Implementar una Bolichera exige una alta inversión de capital? ¿Por qué?

4.- ¿Considera usted que el espacio físico sería un limitante para los negocios de distracción y entretenimiento, especialmente las Bolicheras? ¿Por qué?

5.- ¿De acuerdo a su experiencia, podría indicarnos como disminuir el riesgo para emprender en negocios novedosos?


ANEXO 5

Tasa de Habilitación y Funcionamiento

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO	
N° 00789	
	
MUNICIPIO DE MILAGRO	
Milagro, _____ del 20____	
La dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PÚBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende _____ permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____ Clasificado como de _____	
De Propiedad _____ situado en _____	
Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo apercibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario	
Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 20____	
VALOR US\$ 2.00	
Director Financiero Municipal	


ANEXO 6

Patente


PATENTE	
De Comerciantes Industriales y otras Actividades que se ejerzan en el Cantón	
	
MUNICIPIO DE MILAGRO	
De conformidad con el Capítulo VII de la Ley de Régimen Municipal vigente y en uso de atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación y el cobro del Impuesto de Patentes, se confiere en esta fecha la presente Patentes, para que pueda funcionar el establecimiento.	
Destinado a _____	Registro N° 00013
Propiedad de _____	CEDULA N° _____
Situado en las Calles _____	
Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado, hasta con la clausura.	
Esta patente caduca el 31 de Diciembre del 20 ____	_____
VALOR US\$ 2.00	
	Director Financiero Municipal

ANEXO 7

Tasa de Establecimiento Comerciales

TASA DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES	
N° 000789	
	
MUNICIPIO DE MILAGRO	
Milagro, _____ del 20__	
<p>La Municipalidad de Milagro en uso de las atribuciones que le concede la ley de Régimen Municipal vigente (Art. 3 Literal A Sector 7). Publicado en el Registro oficial 444 del 4 de Marzo de 1983 extiende el presente permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento.</p>	
PROPIETARIO:	
DIRECCIÓN:	
ACTIVIDAD:	
<p>Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes y de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.</p>	
<p>Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 20__</p>	
VALOR US\$2.00	
_____ Director Financiero Municipal	

ANEXO 8
Permiso del Cuerpo de Bomberos

	<p style="text-align: right;">CUERPO DE BOMBEROS MILAGRO</p> <p style="text-align: right;">RUC. 0968513910001</p> <p style="text-align: right;">DIRECCION: ROCAFUERTE 661 Y GARCIA MORENO</p>													
<p style="text-align: center;">CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO RUC 0968513910001 DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS</p> <table style="width: 100%;"><tr><td style="width: 50%;">AUT. SRI</td><td style="width: 50%;">TASA:</td></tr><tr><td>AÑO:</td><td>TÍTULO:</td></tr><tr><td>MES:</td><td>RECARGO:</td></tr><tr><td>NOMRES:</td><td>TOTAL:</td></tr><tr><td>DIRECCION:</td><td></td></tr></table> <p>ACTIVIDAD: Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la ley de defensa contra incendios así como la documentación se procederá a extender la presente tasa por servicio de prevención de incendio.</p> <p>Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentado cuando fuera requerido.</p> <p>Abnegación y Disciplina.</p> <table style="width: 100%;"><tr><td style="width: 40%;">Jefe de prevención</td><td style="width: 20%; text-align: center;">Emisión</td><td style="width: 40%;"></td></tr></table> <p style="text-align: center;">SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRLE MEJOR.</p>		AUT. SRI	TASA:	AÑO:	TÍTULO:	MES:	RECARGO:	NOMRES:	TOTAL:	DIRECCION:		Jefe de prevención	Emisión	
AUT. SRI	TASA:													
AÑO:	TÍTULO:													
MES:	RECARGO:													
NOMRES:	TOTAL:													
DIRECCION:														
Jefe de prevención	Emisión													

ANEXO 9

Afiliación a la Cámara de Comercio



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

Fundada el 10 de Septiembre de 1952
 García Moreno y Chile (esquina) Telefax: 2-970181
 R. U. C. 0992161809001
 MILAGRO - ECUADOR

Recibo Oficial de Caja Nº 023

Fecha: _____

Recibido de: _____

CONCEPTO			VALOR
CUOTAS ORDINARIAS			
CUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NO.	BANCO	C/A. C/T.E.	VALOR
TOTAL \$.			

NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de las CUOTAS.

(F) Afiliado



(F) Recaudador

ANEXO 10

DETALLE DE LOS GASTOS (MENSUAL)

"BOLOMAX" S. de R.L.																	
DETALLE DE GASTOS																	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 ADMINISTRADOR	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00	11.340,00	11.907,00	12.502,35	13.127,47
1 CONTADOR	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
2 SUPERVISORES DE PISTA	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
2 CAJEROS	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
1 GUARDIA	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	4.560,00	4.788,00	5.027,40	5.278,77	5.542,71
VACACIONES														136,67	143,50	150,68	158,21
APORTE PATRONAL	398,52	398,52	398,52	398,52	398,52	398,52	398,52	398,52	398,52	398,52	398,52	398,52	4.782,24	5.021,35	5.272,42	5.536,04	5.812,84
DECIMO CUARTO				2.226,00									2.226,00	2.337,30	2.454,17	2.576,87	2.705,72
DECIMO TERCERO												3.280,00	3.280,00	3.444,00	3.616,20	3.797,01	3.986,86
FONDO DE RESERVA													3.280,00	3.444,00	3.616,20	3.797,01	3.986,86
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.678,52	3.678,52	3.678,52	5.904,52	3.678,52	3.678,52	3.678,52	3.678,52	3.678,52	3.678,52	3.678,52	6.958,52	52.928,24	55.711,32	58.496,88	61.421,73	64.492,82
GASTOS GENERALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
ENERGIA ELECTRICA	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	4.560,00	4.788,00	5.027,40	5.278,77	5.542,71
TELEFONO	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
SERVICIOS DE INTERNET	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23
UTILES DE OFICINA	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00	567,00	595,35	625,12	656,37
SUMINISTROS Y SERVICIOS DE LIMPIEZA	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	1.680,00	1.764,00	1.852,20	1.944,81	2.042,05
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	6,36	6,36	6,36	6,36	6,36	6,36	6,36	6,36	6,36	6,36	6,36	6,36	76,30	76,30	76,30	76,30	76,30
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	29,04	29,04	29,04	29,04	29,04	29,04	29,04	29,04	29,04	29,04	29,04	29,04	348,48	348,48	348,48	348,48	348,48
DEPRECIACION DE EDIFICIO	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	19,88	238,50	238,50	238,50	238,50	238,50
DEPRECIACION DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	15.360,00	15.360,00	15.360,00	15.360,00	15.360,00
TOTAL GASTOS GENERALES	2.322,61	2.322,61	2.322,61	2.322,61	2.322,61	2.322,61	2.322,61	2.322,61	2.322,61	2.322,61	2.322,61	2.322,61	27.871,28	28.338,68	28.829,45	29.344,76	29.885,83
GASTO DE VENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DIFUSION POR PRENSA ESCRITA	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
DIFUSION POR RADIO	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
VOLANTES	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
TOTAL GASTOS DE VENTAS	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00	7.500,00	7.605,00	7.715,25	7.831,01	7.952,56

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

ANEXO 11

A continuación se presenta un cuadro de la apreciación de los costos indirectos:

"BOLOMAX" S. de R.L.													
DETALLE DE GASTOS													
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	6.626,13	6.626,13	6.626,13	8.852,13	6.626,13	6.626,13	6.626,13	6.626,13	6.626,13	6.626,13	6.626,13	9.906,13	88.299,52
GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	5.082,52	5.082,52	5.082,52	7.308,52	5.082,52	5.082,52	5.082,52	5.082,52	5.082,52	5.082,52	5.082,52	8.362,52	69.776,24
GASTOS GENERALES	779,00	779,00	779,00	779,00	779,00	779,00	779,00	779,00	779,00	779,00	779,00	779,00	9.348,00
DEPRECIACION	1.543,61	1.543,61	1.543,61	1.543,61	1.543,61	1.543,61	1.543,61	1.543,61	1.543,61	1.543,61	1.543,61	1.543,61	18.523,28
													18.523,28

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

ANEXO 12

COSTO DE VENTAS (MENSUAL)

CANT.	DETALLE	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
1	GRASAS Y LUBRICANTES	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00
32	PAÑOS	15,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	5760,00
8	CAUCHOS	15,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1440,00
24	TACOS	10,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	2880,00
50	TIZAS	0,25	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	150,00
TOTAL			877,50	877,50	877,50	877,50	877,50	877,50	877,50	877,50	877,50	877,50	877,50	877,50	10530,00

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

ANEXO 13

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	556.857,36
GASTOS FINANCIEROS	75.307,32
INVERSION INICIAL	253.204,00
UTILIDAD NETA	331.963,54
VALOR DEL CREDITO	228.204,00
VENTAS	1.130.544,15
COSTO DE VENTA	534.109,71
TOTAL DEL ACTIVO	160.187,60

Elaborado por: Adriana Llanos – Alan García

ANEXO 14

ANTIPLAGIO

CAPÍTULO 2: MARCO REFERENCIAL

complamin - Buscar con G... Sitios sugeridos ▾ Buscar amigos Galería de Web Slice ▾

NEW! Upgraded and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
posibilidades, dependiendo de cada caso, pueden ser entretenimien...	OK
entretenimiento está relacionado con la palabra entretener, esto hac...	OK
emprendedores han explorado el contexto empresarial e identifican...	OK
norteamericanos son quienes más han desarrollado y propagado la...	OK
Definitivamente, los emprendedores contribuyen a sus comunidade...	OK
ingresos operativos son relativamente constantes, entonces existirá...	OK
embargo, es fundamental advertir que el multimillonario negocio del...	OK
productos y/o servicios similares que identifican como competidores...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

ANEXO 15

ANTIPLAGIO

CAPÍTULO 2: MARCO REFERENCIAL

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Revisar texto :: Revisar URL :: Mis Búsquedas :: Mis Alertas

Síganos en [f](#) :: [Tweet](#) :: Blog :: Ayuda :: Mi Cuenta :: Iniciar sesión :: [Login with Facebook](#) :: Español

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 18,548 caracteres.

plagiumTM

insatisfacción de la comunidad, y esto hace que nuestro proyecto tenga éxito desde cualquier punto de vista.

5.4 OBJETIVOS

Búsqueda Rápida Búsqueda Profunda

Busca a través de: La Web Noticias social networks *Beta* - [ver opciones avanzadas](#)

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos.
Ayuda a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

[Like](#) 3.6k [Tweet](#) 776 [+1](#) 288 [Share](#) 1.6K

Síganos en [Twitter](#) y [Facebook](#)

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more powerful server. 223 days ago

Home :: Acerca de :: Precios :: Ayuda :: FAQ :: Blog :: Twitter :: Facebook :: API :: Términos de Uso :: Contáctenos

ANEXO 16

ANTIPLAGIO

CAPÍTULO 5: PROPUESTA

complamin - Buscar con G... Sitios sugeridos Buscar amigos Galería de Web Slice

NEW! Upgraded and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Incurción en el sector de servicios de entretenimiento y distracción	OK
objetivo de una estructura organizacional es poder establecer un sis...	OK
Efectuar un análisis del nivel de competitividad del mercado junto	OK
evolución que han tenido estos establecimientos para jugar bolos ta...	OK
frecuente encontrar en las empresas trabajadores que no saben cu...	OK
instrumentos de gestión que incrementan espectacularmente el des...	OK
colaborador de la empresa debe conocer: las declaraciones estraté...	OK
Determinar las necesidades de infraestructura y equipamiento	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

ANEXO 17

ANTIPLAGIO

CAPÍTULO 5: PROPUESTA



Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

Plagium es gratuito, pero su desarrollo y mantención implican costos.
Ayude a que Plagium sea aún mejor realizando una donación que permita conservar y mejorar nuestro servicio [Donar](#)

¡Corra la voz!

[Like](#) 3.6k [Tweet](#) 775 [+1](#) 288 [Share](#) 1.6K

Síguenos en [Twitter](#) y [Facebook](#):

The Plagium team is pleased to announce the transfer of its service to a newer, more powerful server. 220 days ago