

**PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA BOLERA EN EL MUNICIPIO DE  
GIRARDOT DENOMINADA  
“BOWLING CENTER GIRARDOT”**

**WILLIAN PORTELA CUEVAS  
JAIME CELIS HERREÑO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS  
GIRARDOT**

**2016**

**PROPUESTA CREACIÓN DE UNA BOLERA EN EL MUNICIPIO DE  
GIRARDOT DENOMINADA  
“BOWLING CENTER GIRARDOT”**

**WILLIAN PORTELA CUEVAS  
JAIME CELIS HERREÑO**

**Trabajo de grado requerido para optar el título de Especialista en  
Gerencia de Proyectos**

**Asesor Del Proyecto De Grado  
JENNY CAROLINA PÉREZ TOBAR  
Maestría Gerencia De Proyecto**

**Asesores Metodológico  
JAVIER GALVIS MERCHÁN  
Maestría Gerencia De Proyecto**

**Asesor Técnico  
JAIDI YANID JARA OCHOA  
Administradora Financiera**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS  
GIRARDOT**

**2016**

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	17
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	18
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	20
1.3 OBJETIVOS	21
1.3.1 Objetivo general.	21
1.3.2 Objetivos Específicos.	21
1.4 JUSTIFICACIÓN	22
2. MARCO REFERENCIAL	24
2.1 MARCO TEÓRICO	24
2.1.1 El deporte como discurso que da que pensar.	24
2.1.2 Mundo de la vida moderna.	25
2.2 MARCO CONCEPTUAL	26
2.3 MARCO TEMPORAL	28

2.4 MARCO LEGAL	28
3. METODOLOGÍA	30
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
3.3 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN	31
3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	31
3.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	31
3.6 TAMAÑO DE LA MUESTRA	32
3.6.1 Formula de la muestra aleatoria simple.	33
3.7 RECURSOS	34
4. ESTUDIO DE MERCADOS	36
4.1 ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL MERCADO	36
4.1.1 Tipo de Mercado.	36
4.2 DEFINICIÓN DE PRODUCTO	37
4.2.1 Definición de Producto.	37
4.2.2 Producto básico.	37
4.2.3 Producto real.	37

4.2.4 Producto aumentado.	38
4.2.5 Producto esperado.	38
4.2.6 Producto potencial.	38
4.3 EL MERCADO DEL JUEGO DE BOWLING	39
4.4 ESTUDIO Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO	40
4.4.1 Segmento del mercado.	41
4.5 ESTUDIO DE LA OFERTA	42
4.6 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	46
4.6.1 Estudio de mercado proveedor.	46
4.6.2 Políticas para realizar las compras del proyecto.	47
4.6.3 Estudio de mercado distribuidor.	48
4.6.4 Estudio del Mercado Consumidor.	50
4.6.5 Estudio de mercado competidor.	51
4.6.6 Análisis de variables macro ambientales.	52
4.6.7 Estructura Económica De Girardot.	56
5. ESTUDIO TÉCNICO	62
5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	62

5.2 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	64
5.2.1 Macro localización.	64
5.2.2 Micro localización.	64
5.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	65
5.3.1 Maquinarias, equipos y herramientas.	68
5.4 VALORACIÓN DE LAS VARIABLES TÉCNICAS.	72
6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	76
6.1 PLATAFORMA ESTRATÉGICA	76
6.1.1 Visión.	76
6.1.2 Misión.	76
6.2 POLÍTICAS CORPORATIVAS.	77
6.2.1 Objetivos Corporativos.	77
6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA LA OPERACIÓN	78
6.4 MATRIZ FODA	78
6.5 FACTORES QUE INCIDEN EN INVERSIONES Y COSTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVOS	80
6.6 MANUALES DE FUNCIONES	81
7. ESTUDIO LEGAL	87

7.1 IMPLICACIONES DE LA NORMATIVIDAD	87
7.2 INSTANCIAS LEGALES DEL PROYECTO	88
7.3 TIPO DE SOCIEDAD A CONFORMAR	89
7.4 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA PARA ADMINISTRAR EL PROYECTO	89
8. ESTUDIO FINANCIERO	90
8.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES	90
8.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN	91
8.3 INGRESOS	93
8.4 FLUJO DE CAJA	93
8.5 FUENTES DE FINANCIACIÓN	94
8.6 DETERMINACIÓN TASA MÍNIMA DE ACEPTACIÓN DE RENDIMIENTO PROPIA Y MIXTA	95
9. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	96
9.1 DESCRIPCIÓN	96
9.2 INVERSIÓN INICIAL	97
9.3 PRECIOS	97
9.4 HORIZONTE DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO	98

9.5 TASA DE DESCUENTO	99
9.6 VALOR PRESENTE NETO (VPN)	100
9.7 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	103
9.8 RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)	104
9.9 BENEFICIOS DEL PROYECTO	105
9.10 LIMITACIONES	106
10. ASPECTOS AMBIENTALES DEL PROYECTO	107
10.1 IDENTIFICACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL	107
10.2 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	107
10.2.1 Manejo de residuos sólidos.	107
10.2.2 Manejo de materiales e insumos.	108
10.2.3 Manejo de agua potable.	108
10.2.4 Manejo del recurso energético.	108
10.2.5 Manejo de riesgos y emergencias.	109
10.2.6 Manejo de la educación ambiental.	109
10.2.7 Manejo de mecanismos de control y evaluación del plan de manejo ambiental.	109
11. ESTUDIO DE DESASTRES Y/O RIESGOS DEL PROYECTO	110



11.1 ANÁLISIS DE AMENAZAS	110
11.2 ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD	111
11.3 ANÁLISIS DE RIESGOS	111
11.4 MEDIDAS DE MITIGACIÓN Y PREVENCIÓN	111
11.4.1 Plan de medidas de Prevención.	112
11.4.2 Plan de Medidas de Mitigación Ambiental.	112
12. IMPACTOS ECONÓMICO Y SOCIAL DEL PROYECTO	113
12.1 IMPACTO ECONÓMICO	113
12.2 IMPACTO SOCIAL	113
13. CONCLUSIONES	115
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	117

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Población de Girardot por rangos.	32
Cuadro 2. Presupuesto de elaboración del proyecto	34
Cuadro 3. Mercado disponible.	41
Cuadro 4. Demanda anual proyectada.	42
Cuadro 5. Análisis de la oferta.	43
Cuadro 6. Mercado Proveedor	46
Cuadro 7. Matriz de competitividad	52
Cuadro 8. Participación en el Mercado del Proyecto en Ventas.	62
Cuadro 9. Horarios de la Bolera Bowling Center Girardot.	62
Cuadro 10. Oferta de martes a viernes Bowling Center Girardot.	63
Cuadro 11. Oferta sábado domingo y festivos Bowling Center Girardot.	63
Cuadro 12. Inversiones.	72
Cuadro 13. Costos operativos	73
Cuadro 14. Carga salarial operativa del proyecto.	74
Cuadro 15. Prestaciones más seguridad social operativa.	75

Cuadro 16. Salarios administrativos del proyecto.	80
Cuadro 17. Prestaciones más seguridad social administrativa.	80
Cuadro 18. Resumen plan de inversiones.	90
Cuadro 19. Resumen costos de operación y administración.	91
Cuadro 20. Punto de equilibrio.	92
Cuadro 21. Total ingresos proyectados.	93
Cuadro 22. Estados de fuentes y usos proyectados.	93
Cuadro 23. Fuente de financiación.	94
Cuadro 24. Tasa mínima de aceptación de rendimiento (TMAR)	95
Cuadro 25. Total ingresos proyectados.	98
Cuadro 26. Tasa mínima de aceptación de rendimiento (TMAR)	99
Cuadro 27. Flujo de fondos.	100
Cuadro 28. Relación beneficio costo.	104
Cuadro 29. Género	122
Cuadro 30. Edad	122
Cuadro 31. Estado Civil	124
Cuadro 32. Nivel de ingresos familiares	125
Cuadro 33. Personas mayores de 12 años por familia	126

Cuadro 34. Lugar de residencia	127
Cuadro 35. Ha jugado bolos alguna vez?	128
Cuadro 36. Le gustaría jugar bolos?	128
Cuadro 37. Frecuencia de juego.	129
Cuadro 38. Cuál es la intencionalidad con este juego.	130
Cuadro 39. Está de acuerdo con la apertura de un centro de juego de bolos en el municipio de Girardot	131
Cuadro 40. Ubicación de la bolera	132
Cuadro 41. Qué día de la semana prefiere jugar bolos.	133
Cuadro 42. Qué jornada sería más conveniente para usted.	134
Cuadro 43. Qué jornada sería más conveniente para usted.	135
Cuadro 44. Horarios fin de semana.	136
Cuadro 45. ¿Ha jugado alguna vez en alguna de las siguientes boleras?	138
Cuadro 46. Cómo califica la atención de estos lugares.	139
Cuadro 47. Calificación listado de factores de la competencia.	140
Cuadro 48. ¿Le gustaría que en una bolera le ofrecieran el servicio de heladería?	142
Cuadro 49. Cuánto está dispuesto a gastar en un juego de bolos?	143

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Plano de planta y distribución Interna	72
Figura 2. Organización Bowling Center.	78

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Género	122
Gráfica 2. Edad.	123
Gráfica 3. Estado civil.	124
Gráfica 4. Nivel de ingresos familiares.	125
Gráfica 5. Personas mayores de 12 años por familia.	126
Gráfica 6. Lugar de residencia.	127
Gráfica 7. Ha jugado bolos alguna vez?	128
Gráfica 8. Le gustaría jugar bolos?	129
Gráfica 9. Frecuencia de juego.	130
Gráfica 10. Cuál es la intencionalidad con este juego.	131
Gráfica 11. Está de acuerdo con la apertura de un centro de juego de bolos en el municipio de Girardot.	132
Gráfica 12. Ubicación de la bolera.	133
Gráfica 13. Qué día de la semana prefiere jugar bolos.	134
Gráfica 14. Qué jornada sería más conveniente para usted.	135
Gráfica 15. Qué jornada sería más conveniente para usted.	136

Gráfica 16. Horarios fin de semana.	137
Gráfica 17. ¿Ha jugado alguna vez en alguna de las siguientes boleras?	138
Gráfica 18. Cómo califica la atención de estos lugares.	139
Gráfica 19. Calificación listado de factores de la competencia.	141
Gráfica 20. Le gustaría que en una bolera le ofrecieran el servicio de heladería?	142
Gráfica 21. Cuánto está dispuesto a gastar en un juego de bolos?	143

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Modelo de Encuesta	119
Anexo B. Resultados encuesta	122
Anexo C. Estados Financieros	144



## INTRODUCCIÓN

El propósito de este proyecto es documentar la viabilidad de crear una empresa de Bolos en el municipio de Girardot, Cundinamarca llamada **“BOWLING CENTER GIRARDOT”**, con el fin de que los habitantes y turistas tengan un sitio de esparcimiento, diversión, el cual puedan disfrutar junto con amigos y familiares.

En la última década en Colombia la actividad turística ha cobrado una importancia vital para el desarrollo del país y la recuperación de la economía, de hecho constituye una apreciable fuente de ingresos que posibilita la reanimación de otras ramas de la economía y aportes considerables a los sectores priorizados por el estado.

El proyecto plantea una gran oportunidad de negocios debido al desarrollo y crecimiento urbanístico que ha tenido el municipio de Girardot y los municipios aledaños como Ricaurte y Flandes.

Este proyecto incluye un análisis de la situación de los entornos del proyecto, el mercado objetivo que se desea alcanzar; las oportunidades y las amenazas que enfrenta, los objetivos del marketing, las estrategias, las inversiones requeridas y su financiación.

Para la realización y propuesta de este proyecto, se hizo una investigación de mercados, donde se elaboraron unas encuestas a la población objetivo del proyecto, con el fin de analizar la viabilidad del proyecto, seguido de un estudio técnico donde se tuvo en cuenta la macro localización y micro localización lo mismo que las inversiones requeridas para este proyecto, así mismo estudio legal y organizacional con que contara el proyecto, un estudio financiero donde se analizara la viabilidad financiera de este como su financiación y por ultimo una evaluación financiera, de impacto económico, social y ambiental.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las facilidades que el proceso globalizador ha dispensado en los habitantes de un importante número de países en el mundo, han posibilitado el Desplazamiento de éstos desde un lugar a otro con la simple condición de portar un pasaporte. Tal circunstancia indudablemente repercute de forma directa sobre el turismo, convirtiéndole en un eje económico de muchos territorios dentro del plano internacional, nacional y local.

El creciente interés de gran parte de la población colombiana y la exposición de las personas ante publicidad de la oferta de los diferentes servicios turísticos en la región, han creado una gran oportunidad de negocio, permitiendo involucrar ambos aspectos en un plan que ofrezca a la vez deporte y diversión.

De igual forma, el aumento en la seguridad y estructura de las carreteras colombianas y el apoyo que el gobierno le brinda al turismo nacional, permite que las personas se desplacen por fuera de su lugar de residencia, buscando lugares de sano esparcimiento y recreación.

### **1.1 Descripción de la situación problemática**

La industria del entretenimiento con el paso del tiempo ha ido evolucionando de tal manera que en la actualidad ha llegado a convertirse en un pilar fundamental para el desarrollo económico de sectores o zonas que han visto en el entretenimiento una fuente agradable de ingresos.

Es importante tener en cuenta que un centro de entretenimiento se debe principalmente a la aceptación y agrado que tenga este hacia las personas a las cuales se encuentra enfocado, Muchas veces la competencia, un estudio de

mercado no adecuado o por factores externos, hacen que un proyecto solo llegue a la etapa inicial y luego fracase.

En la actualidad, las personas buscan actividades culturales y de entretenimiento que les permitan compartir y disfrutar momentos de esparcimiento con sus familiares y amigos. Una de esas alternativas se encuentra en los parques temáticos, los cuales emergen como espacios en donde no solo se puede disfrutar de atracciones mecánicas y participar en dinámicas, sino también aprender, por medio de educación no formal, acerca de temáticas culturales, sociales e históricas que hacen parte de nuestra comunidad y que demandan ser transmitidas a personas de cualquier edad<sup>1</sup>.

En los últimos años el municipio de Girardot ha sufrido grandes cambios en la parte urbanística, esto debido a la construcción y/o adecuación de las grandes cadenas de hipermercados, como Jumbo, Éxito, Olímpica, La canasta campesina entre otras, además de firmas reconocidas nacional e internacionalmente, como Falabella, Home center, centro comercial Unicentro, a lo anterior le sumamos el gran número de condominios en construcción, tanto en Girardot como en los municipios aledaños, que según la oficina de planeación municipal de Girardot y de Ricaurte, hay en este momento aprobadas licencias para nuevas viviendas para más de 11.000 en el municipio de Girardot y 25.000 en el municipio de Ricaurte. Este boom de la construcción traerá consigo un número incalculable de visitantes, a lo anterior, le sumamos los visitantes de los condominios ya establecidos, que según cifras del estudio de mercado del proyecto centro comercial Unicentro, oscila más o menos entre 150.000 y 200.000 turistas en tiempo de temporada alta ( puentes, vacaciones, semana santa, semana de receso estudiantil), y que se reduce a 30.000 visitantes los fines de semana normales, todo esto es debido a la ventaja comparativa que tiene el municipio de Girardot, por la ubicación geográfica, su cercanía a Bogotá, el clima y la movilidad vehicular, su buena infraestructura vial de doble calzada , facilitan el

---

<sup>1</sup>Parques temáticos en Colombia: construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global. Universidad del Rosario.

desplazamiento de los turistas de la capital de Colombia hacia esta región, Toda esta población que nos visita más la población nativa que está en 105.701<sup>2</sup>.

En el municipio de Girardot, los centros de ocio y entretenimiento, se encuentran bien marcados hacia el tipo de usuarios y clase de entretenimiento que estos ofrecen, ya que, en su mayoría, por no decir en su totalidad los centros de pasatiempo son los bares y las discotecas, que se encuentran ubicados a lo largo y ancho de la ciudad y de los municipios aledaños.

En el municipio de Girardot los centros de esparcimiento en familia no son suficientes, por no decir escasos, para atender a sus habitantes, Girardot cuenta con una sola bolera que es la de COMPENSAR, la otra bolera está ubicada en el hotel Colsubsidio municipio de Ricaurte, Girardot solo cuenta con un centro de juego de Paint ball denominado “Survivors Paint Ball y cinemas, además de estos centros de esparcimiento, el municipio cuenta con el parque acuático las olas, la piscina olímpica, el paseo en lancha por el rio magdalena, centros deportivos como el coliseo Marta Catalina Daniel, el estadio de futbol Luis Antonio Duque Peña, canchas sintéticas (5), bares, restaurante y discotecas.

Las circunstancias comentadas en los párrafos anteriores conducen a considerar la idea de crear una bolera en el municipio de Girardot, denominada “BOWLING CENTER GIRARDOT”, que busque como propósito, brindar recreación y entretenimiento a toda la familia, donde los turistas y los Girardoteños puedan compartir momentos agradables junto con sus familiares y amigos, al tiempo que ayuda a aliviar el estrés cotidiano.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Es pertinente realizar una propuesta de creación de una bolera en el municipio de Girardot?

---

<sup>2</sup> DANE (Departamento nacional de estadística) censo 2005

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo general.**

Generar una propuesta para la creación de una bolera en el municipio de Girardot, denomina “BOWLING CENTER GIRARDOT”. Que brinde recreación y entretenimiento de toda la familia

### **1.3.2 Objetivos Específicos.**

❖ Llevar a cabo una investigación de mercados, para determinar el grado de aceptación de la empresa prestadora del servicio de bolos y su impacto en el mercado.

❖ Efectuar el estudio técnico con el cual se delimite la capacidad del proyecto, los flujos de servicios y las necesidades de propiedad, planta, equipos de la empresa.

❖ Establecer el estudio organizacional y legal de la empresa, en donde se defina el tipo de empresa, personal requerido y el perfil ocupacional del mismo; además determinar los mecanismos organizacionales básicos (misión, visión, manual de funciones y estatutos).

❖ Definir el estudio financiero en el cual se planteen las inversiones, la financiación, los ingresos y egresos durante los primeros cinco años de existencia de la empresa.

❖ Realizar una evaluación financiera de la empresa, determinado por los indicadores (valor presente neto, razón costo beneficio, tasa interna de retorno y periodo de la recuperación de la inversión) de los primeros cinco años de su apertura y funcionamiento, para su posterior comparación con la rentabilidad exigida por los inversores (TMAR). Tasa mínima aceptable de rentabilidad

❖ Efectuar el estudio de impacto ambiental, social y económico de la empresa, para determinar los beneficios que ocasionará entre la población beneficiaria, como trabajadores, proveedores y usuarios.

#### **1.4 Justificación**

El proyecto de crear la empresa “Bowling Center Girardot” en el municipio de Girardot, es para brindar recreación y entretenimiento a toda la familia, demostrando a los turistas y habitantes que, si hay lugares sanos, divertidos donde se puede disfrutar junto con la familia y los amigos. Así mismo, no será necesario que busquen entretenimiento en otra ciudad, ni que se queden en casa viendo televisión, porque existirá un lugar donde se puede pasar en familia y practicando un deporte donde utilizara su destreza mental y física, olvidándose un poco de los problemas y librándose del estrés.

Así mismo la importancia de materializar un proyecto como la creación de un centro de bolos en la región, sugiere, la realización previa de diferentes estudios que permitan dar cuenta del impacto financiero, económico, social y ambiental, que generaría la implementación de este tipo de turismo. Estos estudios y en especial el estudio financiero que realizaremos, nos presentará una idea más clara del grado de desarrollo que podría significar para la región, y por ende en la calidad de vida de sus habitantes.

Una evaluación financiera nos permitirá establecer los escenarios en los que el proyecto se podría realizar, por medio de la combinación de variables claves existentes, y así lograr establecer las mejores condiciones para que el proyecto se efectúe. También nos permitirá evaluar variables críticas y flujos de caja, los cuales son pieza fundamental para tomar decisiones de inversión y visualizar el futuro financiero del proyecto. Por último, nos permitirá conocer el impacto que tendría la implementación de este tipo de turismo en la región, razón

por la cual los resultados arrojados darán un pronóstico más detallado de algunas de las bondades del turismo deportivo.

La implementación de este tipo de turismo no sólo atraería más turistas y habitantes, sino también aumentaría el nivel de empleo en la región y por consiguiente influiría notoria y positivamente en la calidad de vida de sus habitantes, al generar mayores opciones de empleo tendría mayor poder adquisitivo la población, mayor grado de desarrollo económico, reconocimiento a nivel regional, departamental, nacional e incluso internacional.

El concepto de bolos no es común en la región, solo existe una bolera en compensar Girardot y otra en el municipio de Ricaurte, motivo por el cual implementar este tipo de proyecto es una alternativa novedosa, singular y beneficiosa para los participantes del proyecto, para la institución educativa que lo apoya y para la región.

## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1 Marco teórico

El fenómeno deportivo de recreación y esparcimiento, es uno de los escenarios más significativos de interacción social, donde se manifiesta con claridad como los individuos asumen los esquemas, las estructuras o las funciones sociales, de acuerdo al modo de comprender tales aspectos: el papel del sujeto o del individuo, valores, reglas y estrategias, rasgos específicos de identidad, el papel de las emociones y las condiciones del gregarismo y los medios de comunicación, etc., todo lo cual se ha potenciado desde el esquema deportivo moderno, donde prima el componente olimpista-racional, a diferencia de los deportes de salón, donde emergen nuevas constituciones de sentido, propias del mundo de la vida en la comunidad emocional. En este escrito se demostrará, que los deportes de salón corresponden a las dinámicas específicas de las formas en las que se desenvuelve la sociedad posmoderna.

#### 2.1.1 El deporte como discurso que da que pensar<sup>3</sup>.

Los deportes normalmente nos ofrecen qué sentir y a veces pasamos por alto que también nos dan qué pensar: Fijándonos un poco en el modo en que ha devenido tanto el mercado como la cultura, nuestras sociedades han convertido estos acontecimientos en referentes para millones de personas en todo el mundo; esto puede indicarnos, de un lado, la aparente banalización de las sociedades en pos de actividades puramente lúdicas, pero de otro, manifiesta la extrema

---

<sup>3</sup> Décimo Congreso Nacional de Sociología, ICESI, Colombia.



idealización y racionalización de la cultura moderna, donde hasta las actividades extra-laborales, están reguladas por una extrema racionalización y la técnica como valor absoluto de la acción<sup>4</sup>.

En este sentido, nos vamos a ocupar de la lectura de los deportes extremos como discursos de la posmodernidad, donde la complejidad y la paradoja son los signos y símbolos de una época que surge y realiza los ideales de la modernidad, en algunos de sus aspectos más discordantes, los cuales se leen e interpretan en la diversidad de emergencias que sus actores otorgan. Para nuestro caso, es necesario hacer un rodeo por el sentido del mundo de la vida moderno, donde la tecnología y los ideales de confort y superación de la dificultad contrastan con el mundo de la vida posmoderno, donde la cotidianidad se vive limitada por la tecnología y los valores que origina e impone, donde el sueño fue soñado y ya no es soportado. Seguidamente, presentaremos la paradoja entre el hombre deportivo moderno, en tensión a la subjetividad y el posmoderno, el x-gamer orientado a ser individuo y sus implicaciones dentro del contexto contemporáneo, donde puede leerse la conformación de una nueva manera de ser y de afrontar el mundo.

### **2.1.2 Mundo de la vida moderna.**

Si nos atenemos a la definición de mundo de la vida propuesto por Schütz y Berger, nos referimos a “ese ámbito de la realidad que el adulto alerta y normal simplemente presupone en la actitud de sentido común. Designamos por esta presuposición todo lo que experimentamos como incuestionable. Para nosotros todo estado de cosas es incuestionable hasta nuevo aviso” (Schütz & Berger, 1968, p. 26). Así, nuestra realidad se indica por el dictado del sentido común, de acuerdo a lo cual todo tiene sentido y hay naturalidad dentro del espectro de las cosas que pasan siempre. La normalidad no nos dice mucho de lo cotidiano, pues

---

<sup>4</sup> HUERTAS RUIZ, Joaquín Darío, DEPORTES EXTREMOS, EXPERIENCIA PERSONAL Y CONSTRUCCIÓN DE LA COMUNIDAD EMOCIONAL EN EL MUNDO DE LA VIDA CONTEMPORÁNEA.

ello entrañaría los cambios y transformaciones propios de lo extraordinario, la vida ordinaria.

Las coordenadas de la modernidad se han delineado desde el Renacimiento, en una estrecha dependencia entre la economía y el desarrollo de la tecnología, comenzando por el control del tiempo y superando las limitaciones del espacio, convirtiendo así al mundo en una “aldea global”, realidad en la cual los hombres supuestamente han podido alcanzar niveles de vida nunca antes pensados. Ya desde hace algún tiempo, la dependencia de la tecnología es una simbiosis entre el individuo y las cosas que le facilitan la vida; podemos afirmar entonces que para el hombre moderno, su realidad está condicionada por las máquinas, encontrando en ellas sentido y horizonte, configurando sus relaciones con los demás y con el medio por la intervención que estas hacen con el mundo, convirtiendo la cotidianidad en el escenario de las relaciones mecanizadas y mediatizadas, donde todas las experiencias de relación social tienen tal impronta.

## **2.2 Marco conceptual**

**ESTUDIO DE MERCADO:** consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

**ANÁLISIS FINANCIERO:** es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras.

**ASPECTOS JURÍDICOS:** requerimientos legales para la creación de una empresa.

**ESTUDIO TÉCNICO:** comprende el análisis de todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

**ANÁLISIS ADMINISTRATIVO:** Esta fase tiene como objetivo comparar la información registrada en la etapa de análisis y los aspectos técnicos establecidos, a efecto de enumerar los hallazgos y determinar los puntos críticos que afectan al buen desempeño del área evaluada.

**ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD:** es el estudio que dispone el éxito o fracaso de un proyecto a partir de una serie de datos base de naturaleza empírica: medioambiente del proyecto, rentabilidad, necesidades de mercado, factibilidad política, aceptación cultural, legislación aplicable, medio físico, flujo de caja de la operación, haciendo un énfasis en viabilidad financiera y de mercado.

**RENTABILIDAD:** hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

**FLUJO DE CAJA** es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

**VPN (Valor Presente Neto)** es una medida del Beneficio que rinde un proyecto de Inversión a través de toda su vida útil.

**TIR (Tasa Interna de Retorno)** es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión.

**IPC (Índice de Precios al Consumidor)** es un índice en el que se cotejan los precios de un conjunto de productos - conocido como "cesta" o "canasta familiar"

**PIB (Producto Interno Bruto)** es una medida agregada que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período (normalmente, un año).

**JUEGO DE LOS BOLOS:** El jugador lanza la bola, esta se desliza sobre la pista, tratando de derribar los bolos y caigan uno tras de otro, donde la máquina los recoge y los acomoda para una próxima jugada.

**OCIO Y ENTRETENIMIENTO:** Al tiempo libre que se dedica a actividades que no son ni trabajo ni tareas domésticas esenciales, y pueden ser recreativas.

**MERCADO TURÍSTICO:** Es el lugar donde confluyen, por un lado, la oferta de productos y servicios turísticos y, por el otro, la demanda de los mismos productos y servicios turísticos. El mercado turístico se encuentra conformado por la oferta turística, la demanda turística y los operadores turísticos. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, 2012)

**OFERTA TURÍSTICA:** La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado.

### **2.3 Marco temporal**

El desarrollo del presente proyecto se realizará durante cinco (5) meses “de febrero a junio de 2016”, en el municipio de Girardot Cundinamarca, en toda su área urbana y rural.

### **2.4 Marco legal**

**Resolución No 056 del 30 de diciembre de 2010** Por medio de la cual se reglamenta la Ficha Única Nacional y otros procesos relacionados con la inscripción y Afiliación de Deportistas “Que la FEDERACION COLOMBIANA DE BOWLING, debe adaptar sus procedimientos operativos a las nuevas tecnologías”.

Reglamentación que para Colombia rige Coldeportes y Fedecobol.

**Legislación del estado 1.** La Constitución política de 1991,

**Art 63 y 72:** Protección de los bienes de uso público, el patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional perteneciente a la nación, son inalienables, inembargables e imprescriptibles; esto representa un aspecto que refuerza la realización de las actividades turísticas en la medida que permite que los bienes enunciados puedan disfrutarse por todos “residentes y visitantes”, en el mejor sentido de apreciación y uso mediante actividades permitidas y controladas para evitar su deterioro o desaparición.

**Art 79 y 80:** El concepto de desarrollo sostenible está planteado en la garantía del derecho de todas las personas, de gozar de un ambiente sano y en la obligación del estado de “proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica, fomentar la educación para el logro de estos fines” y en “planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales...” Y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño metodológico de la investigación**

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo ya que parte del estudio del estado actual de este tipo de escenarios como son las boleras en el municipio de Girardot (Compensar) y en el municipio de Ricaurte (Hotel Peñalisa), a partir de allí se realizará un análisis de las necesidades que deben cubrirse por medio de la ejecución del proyecto y así describir posibles campos de acción a partir de las variables y fenómenos encontrados en el transcurso de la investigación.

Alcance de la Investigación: el tipo o alcance de la investigación es Descriptiva, dado que está dirigida a investigar una realidad relevante en torno a los profesionales que se están especializando en gerencia de proyectos, como lo es el desarrollo de un proyecto para la creación de una organización durante el período contemporáneo; además de medir el nivel de viabilidad implícito en el mismo.

La metodología que llevara a cabo la presente investigación está fundamentada en la aplicación de un instrumento (encuesta) a una muestra previamente definida, revisión de textos, archivos y entrevistas, que mencione todo relacionado con los estudios referentes a creación o propuesta de proyectos similares en otros territorios, dentro de lo que comprende el escenario internacional, nacional y local.

#### **3.2 Tipo de investigación**

El tipo de investigación a desarrollar es Descriptiva – Cualitativa, por medio de la información más relevante escogida a través de la revisión de una

bibliografía previamente seleccionada, además de la aplicación de una encuesta que permita conocer el nivel de aceptación por parte de la población de un proyecto con las características comentadas.

### **3.3 Caracterización de la población**

La población objetivo de este proyecto está focalizada inicialmente a los habitantes de los estratos 3 – 4 – 5 y 6 dentro del rango de edad de 12 a 50 años de la ciudad de Girardot y los visitantes del resto del país.

Se identifica principalmente a los pobladores del municipio de Girardot, personas que conocen, por experiencia, la realidad turística de la región y poseen por ello el criterio para jugar un rol importante como contribuidores.

### **3.4 Técnicas de recolección de la información**

Para recolectar la información se empleó la aplicación de una encuesta con preguntas abiertas y cerradas, que serán tabuladas y analizadas con el fin de obtener la información requerida para este trabajo.

### **3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

Para procesar la información se registró y clasificó la información obtenida de la muestra encuestada y se analizara a la luz de la información exógena encontrada.

La investigación que se realizara es de tipo descriptivo, con ésta información, se pretende enterarse de los conocimientos, actitudes, preferencias, y comportamientos de compra de las personas.

Se realizará recolección de datos en un momento único, de esta forma se establecerá y ejecutará la medición de variables y hechos que nos lleven al desarrollo del proyecto.

### 3.6 Tamaño de la Muestra

Para realizar el estudio satisfactoriamente, la muestra se estableció de la siguiente forma:

Según información oficial, los habitantes de la ciudad se encuentran ubicados en los siguientes rangos.

**Cuadro 1. Población de Girardot por rangos.**

RANGOS	POBLACIÓN
DE 0 A 11 AÑOS	10,951
DE 12 A 50 AÑOS	85,827
DE 51 A 100 AÑOS	8,923
TOTAL	105,701

Fuente: DANE

Solo se tomó la población de Girardot, porque no existen registros oficiales de la población flotante de Girardot que son los turistas que nos visitan los fines de semana, puentes y periodos de vacaciones.

De acuerdo a la encuesta se tomará una muestra y se le aplicará la fórmula de muestra aleatoria simple población finita.



### 3.6.1 Formula de la muestra aleatoria simple.

Una vez conozcamos la población realizaremos la siguiente formula que nos ayudara a encontrar la muestra deseada con un nivel de confiabilidad del 95% con un porcentaje de error del 5%.

N: Posibles clientes = 85.827

K: 1,96 nivel de confiabilidad 95%

E: 0,05 porcentaje de error 5%  $n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$

P: 0.5

q: 1-0.5: 0.5

$e^2 = 0,0025$

$K^2 = 3,84$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 85.827}{0.0025 * (85.827 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

n= 384 encuestas

Esta investigación sólo utilizará encuestas para realizar un estudio de mercado, además de algunas entrevistas a potenciales proveedores del proyecto.

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos se realizan en base a encuestas, ya que éste es un instrumento de medición o recolección de datos para medir actitudes en la investigación social, el cual es muy útil debido a que la investigación es de tipo cualitativa y busca describir e interpretar las actitudes de la población considerada como muestra.

Estas encuestas se adaptarán al contexto que se estudia para lograr un resultado más exacto, en tal sentido se estudian algunas variables importantes en el desarrollo de la investigación.

El instrumento sobre el cual se plasmarán los datos obtenidos será en una encuesta con el fin de lograr la interpretación de los mismos para poder llegar a

conclusiones concretas sobre el problema estudiado y de ese modo comprobar los objetivos planteados.

Determinar la consolidación y tabulación de la encuesta y analizar los resultados.

Ver anexo A Modelo de encuesta

### 3.7 Recursos

El proyecto requiere para su realización los siguientes recursos:

❖ Recursos humanos: los recursos humanos que se verán involucrados son: las dos personas que están realizando este proyecto

❖ Recursos físicos: los recursos físicos que se requerirán en este proyecto para llevarlo a buen término son: terrenos, maquinaria y equipo de oficina e infraestructura.

❖ Recursos tecnológicos: en los recursos tecnológicos, el proyecto contará con: hardware, software, manuales y guías de capacitación al personal.

❖ Recursos financieros: los recursos financieros de este proyecto en cuanto a su gestión, o movimiento de los fondos disponibles, estarán a cargo de la gestión financiera, que se ocupara de los gastos de elaboración de este proyecto.

El resto de información se dará al detalle en el estudio financiero del proyecto

#### Cuadro 2. Presupuesto de elaboración del proyecto

Actividades Del Proyecto	Fuente Financiación	Tiempo De Ejecución	Costo Total
Formuladores del proyecto	Propias	4 meses	8.000.000
Materiales, Papelería y Equipos.	Propias	4 meses	350.000
Elaboración y recopilación de la	Propias	1 semana	200.000

Actividades Del Proyecto	Fuente Financiación	Tiempo De Ejecución	Costo Total
información.			
Aplicación, procesamiento tabulación Encuestas.	Propias	1 semana	150.000
Elaboración, revisión y análisis de los resultados	Propias	4 meses	100.000
Total Costos Actividades			8.800.000

Fuente. Presente Estudio.

## **4. ESTUDIO DE MERCADOS**

El estudio de mercado es la etapa más importante de un proyecto de factibilidad, porque nos dice si la idea de negocio es viable desde el punto de vista del mercado, en otras palabras el estudio de mercado nos dice que nuestro bien o servicio tiene o no aceptación, en caso de que la información brindada por este estudio diga que si es aceptado nuestro producto, pasamos a las siguientes etapas del proyecto, y si la información nos arroja que nuestro producto no es viable entonces simplemente desechamos el proyecto.

### **4.1 Estructura económica del mercado**

#### **4.1.1 Tipo de Mercado.**

Bowling center Girardot entraría en una competencia en particular de oligopolio, debido a que existen dos boleras, una en el municipio de Girardot en el Peñón (Compensar) y otra en el municipio de Ricaurte en el hotel (Peñalisa Colsubsidio) y de acuerdo al estudio de mercado solo con los habitantes de Girardot sin contar los turistas hay bastante demanda para este servicio, es un mercado de entretenimiento, pero esta poco desarrollado en este municipio, lo podríamos ubicar en el sector terciario de la economía, este servicio de bolos lo podemos ubicar dentro turismo por su entretenimiento y recreación.

Las ofertas más relevantes en cuanto a las actividades de “tiempo libre” y esparcimiento según la OIT, son: sauna, jacuzzi, spa, solarium, snack bar, sala para TV y cine, hidromasaje, área de juegos, parrillero, gimnasio, Bolos, play room, sala de lectura, canchas de paddle e internet.

## **4.2 Definición de Producto**

El producto consiste en poner en funcionamiento un nuevo centro de bolos en la ciudad de Girardot. Este contará con 4 pistas y conteo de puntos computarizado. La innovación que presenta este proyecto es que no solamente será un lugar para disfrutar de este deporte, debido a que el local contará con servicio de cafetería donde se ofrecerán comidas rápidas y bebidas, además ofrecer a los habitantes que gustan de este deporte, un lugar con diseño que ofrezca un ambiente acogedor y agradable.

### **4.2.1 Definición de Producto.**

Los bolos, son un juego de interior en el cual los jugadores lanzan rodando bolas sintéticas, a lo largo de una superficie de madera, llamada pista tratando derribar 10 palos de madera llamados pines

### **4.2.2 Producto básico.**

El servicio central que ofrece BOWLING CENTER GIRARDOT, es alquilar un espacio y accesorios para la recreación, el esparcimiento en familia y amigos, a través del juego de bolos.

### **4.2.3 Producto real.**

BOWLING CENTER GIRARDOT ofrecerá servicios de alquiler de pista y accesorios (zapatos, bolas, pines y elementos electrónicos de puntuación) que permita a los usuarios de una forma recreativa o de competencia, ya que este juego es considerado un deporte, la práctica de bolos.

#### **4.2.4 Producto aumentado.**

BOWLING CENTER GIRARDOT prestara la posibilidad a todo usuario de asesoría y acompañamiento personalizado, servicio de excelente calidad y seguridad, con atención de personal altamente calificado y con altos estándares de calidad y servicio al cliente en cada juego.

#### **4.2.5 Producto esperado.**

Que en cada línea contratada se reciba un servicio seguro, divertido, saludable y que permita desarrollar un mayor grado de esparcimiento, acogimiento y unión familiar.

#### **4.2.6 Producto potencial.**

Bowling center Girardot pretende incursionar en el mercado nacional debido a que el municipio es reconocido por su turismo y los visitantes proceden de diferentes partes del país, aunque está sujeto a que deben visitar las instalaciones de la bolera ya que es un producto de consumo.

Permitirá el ingreso de todo habitante o turista que cuente con el poder adquisitivo para contratar las líneas de juego, además Incluirá un servicio de cafetería dirigidas a todo tipo de público que sostenga un adecuado comportamiento que no causen ningún tipo de daño o perjuicio en esta población.

Según la revista digital [mercadodedinerousa.com](http://mercadodedinerousa.com), más de la mitad de las personas que hacen turismo, viajan por esparcimiento y ocio según estadísticas de la Organización Mundial de Turismo.

Y es que esta industria se encuentra en continuo crecimiento. Durante las últimas seis décadas esta ha sido la tendencia convirtiéndose en uno de los

sectores económicos con más rápido crecimiento a nivel mundial. El turismo en la actualidad se ha diversificado y existe cada vez más competencia de destinos.

Además, el negocio del turismo iguala a las exportaciones de petróleo, productos alimentarios y vehículos según la OMT. Es un motor importante para el progreso socioeconómico y es la principal fuente de ingresos de muchos países en vías de desarrollo.

La cifra supera las expectativas de la OMT, que proyectó un incremento del 3,8 por ciento para el periodo 2010-2020. Los picos se registraron en los meses de junio, julio y agosto.

“El turismo internacional sigue creciendo por encima de lo previsto, a pesar de los nuevos retos mundiales”, manifestó el secretario general de la OMT, Taleb Rifai. “Sin embargo, las crecientes incertidumbres geopolíticas y el hecho de que la economía mundial esté dando señales de un crecimiento más débil y desigual, exigen nuestra atención”, añadió.

Por regiones, el mayor crecimiento se registró en las Américas (8 por ciento), seguido del de Asia y el Pacífico (5 por ciento) y Europa (4 por ciento). Por subregiones, América del Norte (9 por ciento) y Asia Meridional (8 por ciento) tuvieron los mejores resultados, así como la Europa Meridional y Mediterránea, la Europa Septentrional, el Noreste Asiático y América del Sur (todas ellas con un 7 por ciento).

### **4.3 El Mercado del Juego de Bowling**

El Bowling (Juego de Bolos), es actualmente practicado por más de 150 millones de personas en el mundo, los que ha provocado que sea considerado una de las principales tendencias dentro de la Industria del Ocio y Entretenimiento en este siglo<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> <http://www.empresaeiniciativaempresadadora.com/?Montar-una-Bolera>

España, Portugal, y Latinoamérica, según estudios publicados en revistas y periódicos especializados, tienen capacidad de absorber aproximadamente 55.000 canchas de Bowling sin riesgo de saturación del mercado.

La actividad del Bowling continúa registrando tasas de crecimiento muy positivas año tras año. Su aceptación y atracción como una actividad de puro ocio, para jóvenes y familias es la principal causa de su vertiginosa expansión

El Bowling está de moda y un hecho representativo es que todos los grupos inmobiliarios que construyen actualmente centros comerciales, incluyen el bowling dentro de las actividades “deseables” para dicho centro por considerarlo una actividad “motor” para el mismo.

En los lugares donde ya está presente el bowling se ha demostrado que se ha convertido en un éxito palpable, debido principalmente a su alta rentabilidad, que en España mantiene una media de cash flow, año tras año, de aproximadamente el 30%, lo que conlleva resultados predecibles, convirtiéndola en una inversión estable.

Por último, otra de las ventajas que ofrece el bowling es que es una combinación de ocio y deporte no influenciado por la meteorología.

BOWLING CENTER GIRARDOT, estará disponible para realizar campeonatos tanto profesionales como amateurs. Desde campeonatos oficiales hasta los realizados por trabajadores de empresas, grupos o estudiantes. De esta forma impulsará el desarrollo de este deporte en Colombia.

#### **4.4 Estudio y proyección de la demanda del producto**

La proyección de la demanda se hará de acuerdo a los resultados de la encuesta y al censo proyectado por el DANE para el año 2016 en el municipio de Girardot.



#### 4.4.1 Segmento del mercado.

La población de Girardot, según las proyecciones del DANE, está en 105.701 para el año 2016, dentro de esta población nosotros segmentamos los habitantes de acuerdo a la edad, se tomó el rango entre los 12 a 50 años.

Este rango nos dio un total de 85.827 habitantes, de los cuales el 48% ha jugado bolos que corresponde a 41.197 personas, del 52% que nunca ha jugado bolos que son 44.630 quieren hacerlo el 86%, que corresponde a 38.381.

Del ejercicio anterior tenemos un mercado potencial de 41.197 personas que han jugado, más las 38.381 que quieren jugar y nos da un total de 79.578.

Para sacar la demanda proyectada hay que tener en cuenta la frecuencia con que las personas van a jugar. De acuerdo a lo expuesta anteriormente, multiplicaría las 79.578 personas que están dispuestas a jugar por el porcentaje de frecuencia, semanal, quincenal, mensual y ocasional, para obtener el mercado Disponible.

**Cuadro 3. Mercado disponible.**

Mercado Potencial	Frecuencia de Juego	%	Promedio Mensual
79.578	Semanal	10%	7.958
79.578	Quincenal	29%	23.078
79.578	Mensual	33%	26.261
79.578	Ocasional	29%	23.078
Mercado Disponible			80.374

Fuente. Presente Estudio.

De la anterior demanda disponible, la idea es empezar el primer año de operaciones, con un porcentaje del mercado del 25% de acuerdo a la participación en el mercado de las otras boleras y centros de ocio, esta se incrementaría cada año de acuerdo a la tasa de crecimiento anual de la población del municipio de

Girardot, fijada por el DANE que es del 0.538%, en un horizonte de 5 años, que es el calculado para este proyecto.

#### **Cuadro 4. Demanda anual proyectada.**

Demanda Anual Proyectada			
Periodo	Número De Clientes	Ingreso Por Persona	Total Ingresos
2017	20.093	\$15.000	\$301.401.675
2018	20.202	\$15.900	\$321.204.609
2019	20.310	\$16.854	\$342.308.651
2020	20.420	\$17.865	\$364.799.288
2021	20.529	\$18.937	\$388.767.623

Fuente. Presente estudio.

El precio se promedió en \$15.000, de acuerdo a las encuestas en la pregunta de cuanto estaría dispuesto a gastar en el juego de bolos, y la mayor respuesta fue entre \$20.000 y \$50.000. Este precio se incrementará de acuerdo a la inflación anual que está alrededor en este momento del 6%, según el Banco de la República.

#### **4.5 Estudio de la Oferta**

En BOWLING CENTER GIRARDOT, hemos considerado algunos factores que influyen en la oferta de nuestros servicios, como es la microlocalización, la capacidad instalada y los precios, los cuales juegan un papel determinante en los clientes.

En la actualidad existen dos competidores directos que son la bolera ubicada en compensar, municipio de Girardot, y la bolera que está ubicada en el hotel penaliza municipio de Ricaurte, los cuales tiene un posicionamiento del mercado.

**Cuadro 5. Análisis de la oferta.**

Nombre Bolera	Horarios	Número de líneas	Capacidad Disponible/ Personas/ Semanas	Ocupación capacidad Instalada	Costo de Línea / hora	Personas promedio por línea	Valor alquiler zapatos con medias desechables / persona
Bolera Peñalisa Ricaurte	Martes a Viernes de 3:00 pm a 10:00 pm, Sábados, Doming	4	864	40% Temporalmente baja, 80% Temporalmente alta	Categoría A 9,300 Categoría B 10,200 Categoría C 13,500 , No afiliado	4	2,700

Nombre Bolera	Horarios	Número de líneas	Capacidad Disponible / Personas / Semanas	Ocupación capacidad Instalada	Costo de Línea / hora	Personas promedio por línea	Valor alquiler zapatos con medias desechables / persona
	os y Festivos de 10:00 am a 11 de la noche				17,000		
Bolera Compensar Girardot	Martes a Jueves de 3:00 pm a	4	720	40% Temporal baja, 90% Temporal alta	1, Categoría A 7,500 2, Categoría	4	2,700

<i>Nombre Bolera</i>	<i>Horarios</i>	<i>Número de líneas</i>	<i>Capacidad Disponible / Personas / Semanas</i>	<i>Ocupación capacidad Instalada</i>	<i>Costo de Línea / hora</i>	<i>Personas promedio por línea</i>	<i>Valor alquiler zapatos con medias desechables / persona</i>
	<i>10:00 pm, Viernes, Sábados, Domingos y Festivos de 03:00 pm a 11 pm</i>				<i>a B 8,200 3, Categoría C 9,100, 4, No-afiliado 14,000</i>		


Fuente: Presente Estudio

## 4.6 Investigación de mercados

### 4.6.1 Estudio de mercado proveedor.

**Cuadro 6. Mercado Proveedor**

Nombre de la empresa	Producto	Dirección	Teléfono	Condiciones de venta
COLOMBIA BOWLING	pinos, zapatos de renta, bolas de la casa, repuestos para maquinas Brunswick, repuestos para maquinas AMF	Bogotá D.C. Oficina de representación Horario de atención lunes a viernes de 10:00 am a 5:00 pm	(1) 3521646	Contado
AMF	Instalación de canchas para bolos	Calle 91 No. 59 - 69 Bogotá, Colombia www.amf.com	Tel: (57) (1) 6333743	Contado
PISEL LTDA.	Instalación de canchas para bolos	Cr52 74-30 Bogotá, Colombia www.pisel-ltda.com	(57) (1) 2314328	Contado
BOLÍVAR BOLO CLUB	instalación de canchas de bolos	CR 14 25-06, Bogotá, Cundinamarca, Colombia	(57) (1) 3417839	Contado
AMF BOWLING		CRA 40 No 74 /30	Tel: (57) (1)	Contado

Nombre de la empresa	Producto	Dirección	Teléfono	Condiciones de venta
CRA 40 74 30		Bogotá	6333743	
COSMOS ON LINE	Muebles y enseres	www.cosmos.com.		Contado
Brillo Mart	Productos de aseo	Cr18 32-81 Bogotá, Colombia www.brillomart.com	PBX: (57) (1) 7464712	Contado
Induex Ltda.	Extintores y seguridad industrial		PBX: (57) (1) 7411405	Contado
 SELECCIONEMOS DE COLOMBIA	Outsourcing de aseo, cafetería y mantenimiento	www.solucionesmos.com		Contado

Fuente: Presente Estudio

#### 4.6.2 Políticas para realizar las compras del proyecto.

Las compras se realizarán de contado, con el fin de obtener buenos precios, se tendrán inventarios de pines y bolas suficientes en caso de emergencias por algún daño,

Políticas de Marketing hacia atrás con los proveedores

Nosotros no distribuimos como para tener algún pacto con nuestros proveedores.

### 4.6.3 Estudio de mercado distribuidor.

El proyecto “BOWLING CENTER GIRARDOT”, prestara sus servicios directamente.

Productor usuario servicios.

El proyecto “BOWLING CENTER GIRARDOT” entregará su Paquete de servicios inmersos en ellos directamente al Usuario/Habitante - Turista, con lo cual se garantice el cumplimiento de la Promesa de Servicio que se hace al momento de la prestación al Usuario.

El acercamiento y venta del paquete turístico estará a cargo inicialmente del de la disposición de las líneas de bolos; bajo la estricta supervisión del Administrador.

Canales de distribución indirectos

Productor detallista usuario servicio.

El servicio ofrecido por el proyecto “BOWLING CENTER GIRARDOT” incluye el servicio de cafetería, el cual lo prestará a través de un outsourcing.

Estudio de mercado consumidor.

El ocio, entretenimiento y descanso hacen parte de los gastos de la clase media<sup>6</sup>

Durante el primer trimestre a de 2013 el incremento de estas actividades fue de 3,9% y en lo que va corrido del año, los colombianos han invertido 13,23% según cifras de estudios de mercadeo.

El sociólogo y profesor asociado de la Universidad Industrial de Santander (UIS), Héctor Mauricio Rojas, aclara que “lo que llamamos clase media hoy es gente con una buena capacidad de consumo, personas con posibilidad de endeudamiento y sobre todo es el público al cual el comercio le crea necesidades todo el tiempo”.

---

<sup>6</sup> Diario la república, lunes octubre 21 de 2013



Las personas compran más por necesidad (75,01%) que por gusto (24,99%) y las cifras demuestran que el dinero que pueden gastar los colombianos sobre el ingreso de total de los hogares a marzo del presente año es de 17,92%.

Esto quiere decir que los ciudadanos de clase media tienen más posibilidades de gastar el dinero en diferentes formas de entretenimiento.

La decana de la facultad de Economía de la Universidad Santo Tomás de Aquino de Bucaramanga, Carmen Elisa Therán, aseguró que “la clase media colombiana tiene unas dinámicas de entretención obvias como salir a comer a los restaurantes, ir a cine y realizar viajes regionales y nacionales”.

Según la presidenta de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), María Claudia García, “gracias al desarrollo económico que está teniendo el país la clase media está creciendo y, por lo tanto, ha logrado avanzar y luego de cubrir sus necesidades básicas como salud, educación y vivienda porque tiene unos recursos disponibles para el ocio”.

Para Rojas, las personas consumen en diversión y ocio debido a que “se quiere demostrar socialmente quiénes son o quiénes quisieran ser. De una u otra manera lo que piensan los demás de nosotros juega un papel importante en el consumo”.

Los destinos que más eligen los colombianos

Los colombianos de clase media disfrutan al viajar durante los fines de semana con festivos a los destinos más cercanos a sus ciudades de origen.

La presidenta de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), María Claudia García, aseguró que uno de los destinos más elegidos por los colombianos para pasar fines de semana más largos son Cartagena y Medellín.

Por otra parte, García explicó que “por lo general, un ciudadano que vive en Bogotá prefiere escoger lugares que estén cerca de la ciudad, como Melgar, Girardot o Villa de Leyva”. Según los datos arrojados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), los medios de transporte más utilizados por los colombianos para desplazarse hacia los destinos turísticos son el

aéreo en un 9,1%; el transporte terrestre público se usa en un 43,5%; y el transporte terrestre particular es el más utilizado con un 47,2%

A continuación, se hace referencia a características generales, que presentan la gran mayoría de los consumidores actuales:

- ❖ Se prefiere adquirir un producto de calidad a bajo costo sin importar que sea de marca reconocida.

- ❖ Se redefine la relación marca-consumidor. En virtud de la gran propuesta de los mismos productos con diferentes marcas, la lealtad del comprador es con las características benéficas del mismo y su precio.

- ❖ Se recurre a las promociones y ofertas para adquirir mejores productos a menor precio.

- ❖ Se evitan grandes volúmenes en lo adquirido evitando el almacenamiento.

- ❖ Se buscan las marcas sustitutas. Con mayor frecuencia la necesidad de buscar reducir el gasto cotidiano, obliga a intercambiar marcas en cada compra de acuerdo a su precio.

- ❖ Se tiene mayor conciencia para comprar y se evita hacerlo por impulso.

Es importante resaltar, que la evolución, en el sector de este tipo de servicios es significativa, el claro ejemplo, lo tenemos, en el alquiler de canchas sintéticas para practicar fútbol cinco, las cuales la sociedad las ha adoptado con mucha naturaleza, y les ha dado cabida importante para su entorno social<sup>7</sup>.

#### **4.6.4 Estudio del Mercado Consumidor.**

El mercado consumidor objetivo del proyecto “BOWLING CENTER GIRARDOT” son los turistas y lugareños en un segmento de edad entre 12 a 50 años de edad económicamente activas.

De acuerdo a los resultados de la encuesta:

---

<sup>7</sup> ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE BOWLING EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

- ❖ El nivel de ingresos de los usuarios esta entre 1 y 3 SMMLV.
- ❖ De los usuarios, el 71% son residentes del municipio de Girardot y 29% son de otros municipios.
- ❖ La frecuencia de Juego de los usuarios es: semanal 10%, quincenal 29%, mensual 33% y ocasionalmente el 29%.
- ❖ El horario preferido para los usuarios es en las tardes y en las noches.
- ❖ Al usuario le gustaría que le ofrecieran en la bolera servicio de heladería.
- ❖ El 95% de los usuarios estarían dispuestos a gastar entre \$20.000 y \$50.000.

#### **4.6.5 Estudio de mercado competidor.**

Los competidores directos serian la bolera de compensar ubicada en el hotel compensar de Girardot, que es una caja asociada, donde ingresan personas afiliadas y no afiliadas, pero su mercado está en las personas afiliadas a esa caja. Otro competidor directo es la bolera ubicada en el hotel Peñalisa ubicada por la vía principal del municipio de Ricaurte, la mayoría de sus clientelas es de afiliados a la caja de compensación familiar Colsubsidio.

De otro lado tenemos los servicios sustitutos de diversión como los cinemas en este caso sería cine Colombia de Girardot, ubicado en el centro comercial Unicentro, Las canchas sintéticas de futbol 5, en Girardot hay cuatro canchas sintéticas, la del barrio Kennedy, la del barrio Gaitán, la de la avenida de Nariño vía la esperanza, y la de la avenida del Sena, en el centro comercial plaza. Cuyos valores por hora oscilan entre \$50.000 y \$70.000 Hora y funciona des las 4 pm hasta las 12 de la noche de lunes a jueves y de 4 pm a 1 am los fines de semana.

**Cuadro 7. Matriz de competitividad**

<i>MATRIZ DE COMPETITIVIDAD</i>								
<i>No</i>	<i>Factores Críticos de Éxito</i>	<i>Ponderación n</i>	<i>BOWLING CENTER GIRARDOT</i>		<i>BOLERA COMPENSAR</i>		<i>BOLERA PEÑALISA</i>	
			<i>Calificación n</i>	<i>Puntaje</i>	<i>Calificación n</i>	<i>Puntaje e</i>	<i>Calificación n</i>	<i>Puntaje e</i>
1	<i>Participación en el mercado</i>	0,3	2	0,6	3	0,9	3	0,9
2	<i>Calidad del servicio</i>	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
3	<i>Localización</i>	0,1	3	0,3	2	0,2	3	0,3
4	<i>Tecnología</i>	0,2	4	0,8	3	0,6	3	0,6
5	<i>Publicidad</i>	0,1	3	0,3	2	0,2	3	0,3
6	<i>Precios</i>	0,2	4	0,8	3	0,6	3	0,6
	<i>TOTAL</i>	1		3,1		2,8		3

Fuente: Presente Estudio

Que a pesar que nuestra empresa tiene una leve ventaja sumando el puntaje, podemos observar los resultados de los demás competidores son muy parejos, esto quiere decir que la competencia es muy fuerte y debemos mejorar la calificación en algunos factores, como es la participación en el mercado, el servicio al cliente, la publicidad y la localización.

#### **4.6.6 Análisis de variables macro ambientales.**

Gran parte de los factores macroambientales fueron extraídos del trabajo de grado de la especialización en gerencia de proyectos de la universidad minuto de Dios, denominado “PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DEPORTE Y AVENTURA EXTREMA, “YUJHO PARQUE EXTREMO” EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT<sup>8</sup>”, debido a que este trabajo también es de

<sup>8</sup> “PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DEPORTE Y AVENTURA EXTREMA, “YUJHO PARQUE EXTREMO” EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT”

esparcimiento, y deporte ubicado en el municipio de Girardot y los acobija los mismos factores.

#### **4.6.6.1 Factor Demográfico.**

La demografía es el estudio de poblaciones humanas en términos de tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza ocupación y otros datos estadísticos.

Los mercadólogos analizan el factor demográfico porque las personas son los que constituyen los mercados. Una población en crecimiento crea muchas más necesidades que satisfacer. De igual manera la mejora en los ingresos de las personas, genera más oportunidades de mercado. Pero en el caso de Girardot el crecimiento es negativo según un informe de la secretaria de Planeación de Cundinamarca.

En este factor según el Dane, Girardot en el último censo que fue en el 2005, tenía 95.675 habitantes y con las proyecciones está en el año 2015 Girardot tendría un crecimiento negativo, estaría casi igual, más la población flotante, tanto de los fines de semana, como puentes y temporada de vacaciones. El turismo, se calcula alrededor de unos 80.000 más, hay que tener en cuenta que se contaría la población de Ricaurte y Flandes que también tiene una población flotante alta debido al desarrollo de la construcción de condominios, según la oficina de alcantarillado de Ricaurte, se han expedido 20.000 licencias de construcción de nuevas viviendas y en Girardot alrededor de 3.000 nuevas construcciones, más los centros comerciales y la entrada a Girardot de las grandes superficies, como Jumbo, Éxito, Olímpica, Home Center, Unicentro. Esto hace que el flujo de personas en la ciudad los fines de semana se incrementen. Lo cual lo hace atractivo para el turismo el comercio y los inversionistas.

#### **4.6.6.2 Factor Cultural y Social.**

El factor cultural lo entendemos como los paradigmas, las lentes, los filtros a través de los cuales miramos, percibimos y vemos, Se expresa como un conjunto de creencias, supuestos y preconcepciones a los que adhiere en forma inconsciente o consiente la población de un país.

Los principales valores culturales de una sociedad se expresan en la forma en que la gente se ve asimismo y a los demás, además de la forma en que ven a las organizaciones, a la sociedad, a la naturaleza y al universo.

La fuerza cultural analiza permanentemente los factores del micro entorno y el macro entorno para dar una respuesta rápida y oportuna a los cambios que suceden en el entorno, a fin de mantener relaciones sostenibles y beneficiosas con los clientes. Entregándole satisfacción cada vez más y mejor a través de los productos y servicios de la empresa.

En desarrollo al artículo 174 de la Ley 1450 de 2011, el municipio de Girardot ha elaborado acciones pertinentes para desarrollar en el Municipio, el “Sistema Nacional de Competencias deportivas, académicas y culturales “Supérate”, como estrategia de inserción social dirigida de forma prioritaria a poblaciones en situación de vulnerabilidad, en condición de desplazamiento forzado y en proceso de reintegración social. Esta estrategia desarrollará competencias deportivas y actividades artísticas en todos los municipios del país en diferentes categorías”.

El Proyecto por ser novedoso primero que todo tiene una aceptación del 92%, y rima con las políticas municipales de impulsar el deporte, como estrategia de inserción social.

El gobierno Municipal pretende disminuir los riesgos asociados a la vulnerabilidad de la población del Municipio; alejando del ocio a los habitantes de Girardot Despacho del Alcalde 218 Girardoteños con proyectos y programas llamativos en deporte, recreación, ecodeporte y ocupación del tiempo libre para que estas actividades no las vean más como improductivas y nocivas, mediante la

promoción de espacios que estimulen el buen uso del tiempo libre; mediante la oferta de actividades deportivas que orienten al respeto por los derechos humanos, la valoración de las diferencias y el ejercicio de la democracia participativa.

#### **4.6.6.3 Factor Económico.**

Es aquel relacionado con el comportamiento de la economía, tanto a nivel nacional como internacional. Índice de crecimiento, inflación, devaluación, ingreso por capital disponible, PIB comportamiento de la economía internacional.

En este momento tenemos una crisis mundial que son los bajos precios del petróleo, lo cual afecta enormemente la economía del país y si a eso le agregamos la subida del dólar o la devaluación del peso frente al dólar, pues acaba de empeorar la crisis del país en términos económicos, porque el petróleo le deja buenos dividendos al gobierno central, a los departamentos y a los municipios los cuales a través de las regalías elaboraban proyectos, que mueven la economía regional y local y fomenta el empleo.

El desempleo está creciendo en el país, la inflación está creciendo, según el banco de la republica la inflación para el año 2015 fue el 7.8% y la fijada para el 2016 será del 7%, cuestión que hace que los ciudadanos de los estratos más bajos, le afecte los ingresos y tendrían que sacrificar la inversión que hacen estas familias en esparcimiento por atender otros gastos más urgentes, esperemos que esta crisis sea pasajera, y mejore la economía de esta región.

El crecimiento del turismo internacional en Colombia está por encima del promedio mundial. La llegada de viajeros internacionales a Colombia aumentó de 600 mil en 2000 a casi 1,5 millones en 2010, con un crecimiento promedio anual del 10,6%, casi cuatro veces el promedio mundial y uno de los más altos en la región. En 2010 el comportamiento en llegadas internacionales al país continúa

siendo destacable con un crecimiento de 8,9% con respecto al año anterior, por encima del crecimiento mundial y de la región.

Descuentos Tributarios Aplican en impuesto sobre la renta, aportes parafiscales y contribuciones de nómina (Ley 1429 de 2010 conocida como “Ley del primer empleo y formalización” la cual opera para vinculación de nuevos empleados menores de 28 años, personas en situación de desplazamiento, reintegración, o discapacidad y mujeres mayores de 40 años con 12 meses desvinculadas laboralmente, entre otros).

- ❖ Incentivos para turistas a Colombia
- ❖ Tarifa diferencial del IVA de 10% a servicios de hoteleros.
- ❖ Exención del IVA para paquetes turísticos vendidos en el exterior a turistas residentes en el extranjero.
- ❖ Devolución de IVA a turistas extranjeros por la compra de los siguientes bienes: confecciones, zapatos, perfumes, bienes de cuero, discos compactos, manualidades, licor y alimentación, juguetes, esmeraldas y joyería artesanal colombiana.

#### **4.6.7 Estructura Económica De Girardot.**

##### **4.6.7.1 Situación Actual.**

La economía de Girardot se basa en el comercio y la explotación turística, debido a que la mayoría de industrias que existían en la localidad cerraron sus puertas por estrategias empresariales y expansión de las organizaciones en el mercado mundial.

Actualmente, “en Girardot existen 2.833 empresas según información de Planeación Municipal, destacándose las empresas de servicios y de obras. Además, según datos de Industria y Comercio 3.474 de empresas, entre grandes y pequeños contribuidores, se encuentran organizadas y contribuyendo con



impuestos. En esta información encontramos tiendas, lecherías, hipermercados, etc.”<sup>56</sup> En el párrafo anterior; se destaca el desarrollo comercial de tiendas y microempresas en la ciudad, auxiliándose los habitantes con los ingresos que se genera por estas actividades comerciales debido a que no hay grandes empresas para emplearse, las pequeñas tiendas que se han generado en la ciudad benefician con sus tributos las arcas del Municipio.

Cabe resaltar, que en los sectores más importantes para la economía de Girardot se destacan el Comercio local, restaurantes, cafeterías, heladerías, hoteles, supermercados e hipermercados; presentándose una mayor concentración de ingresos por estas actividades económicas y un crecimiento en la economía local<sup>9</sup>.

Por otra parte, se exhibe una notoria recuperación económica local; debido a las nuevas inversiones locales y al despegue comercial, pero esto no es suficiente para generar nuevos puestos de trabajo que eviten mitigar la problemática social en que se encuentra la localidad por el aumento de mano de obra joven la cual sería apta para cualquier trabajo empresarial.

El municipio carece de infraestructura turística y nuevas vías de acceso tanto a nivel interno como externo de la localidad. Mientras que Girardot no cuente con infraestructura turística propia no generaría un desarrollo social sostenible.

De otra manera, la infraestructura turística propia fomentaría un mayor desarrollo turístico a nivel local y regional obteniendo mayor demanda de habitantes que visitarían la ciudad por sus infraestructuras imponentes. Al mismo tiempo, la ausencia de nuevas vías de acceso dentro de la localidad y fuera de ella originaría contaminación auditiva, accidentes, trancones de autos y estrés para los habitantes de la localidad y turistas que visitan los días de fiestas.

De otra manera, el abandono del teatro cultural y actividades culturales locales contribuyen con el descuido de la demanda de turistas mayores de 50 años que se encierran en los hoteles sin darles mayor prioridad de nuevas actividades.

---

<sup>9</sup> Diagnostico Económico De La Ciudad De Girardot Por Diego Armando Castro Muna

El Municipio presenta un desarrollo económico importante en el sector turístico, pero no generaría un equilibrio económico en la producción de nuevos puestos de trabajo. Mientras si se concibe el apoyo a las PYME locales por parte de Fenalco, Cámara de Comercio y Alcaldía; se generaría una alternativa empresarial de mayor envergadura para los habitantes del Municipio creando nuevas oportunidades de manera permanente contribuyendo así a bajar la tasa de desocupación por la cual atraviesa Girardot.

En efecto; el turismo se debe tomar con una alternativa de nuevos ingresos para la localidad, pero no como la panacea al desarrollo para Girardot; ya que trae desequilibrios sociales para los habitantes, las políticas municipales deben trazarse en pro del fortalecimiento de pequeñas, medianas y grandes empresas que contribuiría con plenos empleos locales permanentes y no esporádicos en la localidad.”

#### **4.6.7.2 Factor Político Legal.**

Consiste en leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión. Las leyes de protección al consumidor, las normas sanitarias, las organizaciones de defensa del consumidor, mayor énfasis en la ética y la responsabilidad social de la empresa.

Como veníamos diciendo la crisis del petróleo afecto las finanzas del gobierno y este necesita esta plata o parte de estos dineros para cumplir sus compromisos de inversión social, no le queda otra que vender activos como los de ISAGEN, y además nos obliga a ser solidario con él, cobrándonos más impuestos, vía reforma tributaria.

En este momento para el comerciante y empresario se viene un año difícil porque hay que pagar más impuestos, se está subiendo la inflación afectando el poder adquisitivo de las personas y se está incrementando el desempleo.

Pero lo importante de este factor, es que el municipio de Girardot, gracias a sus incentivos tributarios enmarcados en el acuerdo 036 de 1998, Donde concede unos incentivos tributarios para los nuevos negocios que se creen en Girardot y cumplan con ciertos parámetros tendrán derecho a exoneración de impuesto de industria y comercio, avisos y tableros, impuesto predial hasta por (10) diez años, ha logrado atraer empresas de talla nacional que ayudan al desarrollo económico y por ende generan fuentes de trabajo, empresas de grandes superficies como Home Center, Jumbo, Éxito. Olímpica, Unicentro entre otros<sup>10</sup>.

#### **4.6.7.3 Factor Tecnológico.**

Este factor es el relacionado con el desarrollo de la maquinaria, materiales etc. Son los instrumentos con los que cuenta la empresa para ser más competitiva ante los demás.

En este factor si tenemos que apuntarle a lo último en tecnología para este tipo de deportes con el fin de adelantarnos a la competencia, que hay y que seguramente llegara más adelante.

En este caso puntual, nos beneficia por un lado porque nos permite tener acceso a lo último en tecnología para el negocio, pero nos afecta debido a la subida del dólar los precios de las máquinas y los implementos que necesitamos están cada día más caros, debido a que muchos de ellos son importados.

#### **4.6.7.4 Factor Ambiental.**

Se refiere al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en su conjunto. Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un

---

<sup>10</sup> Estatuto de rentas para el municipio de Girardot

momento determinado, que influyen en la vida del hombre y en las generaciones venideras.

En este momento el país acaba de pasar de uno de los fenómenos del niño más fuertes de los últimos 20 años, que afectó la economía de los hogares y de los establecimientos turísticos y comerciales, que tuvieron que hacer razonamientos drásticos de luz, pero en el sector turístico estos razonamientos eran casi imposibles de hacer y no pudieron reducir el consumo y fueron castigados con fuertes multas, por parte de las empresas de servicio de luz, ahora estamos empezando la temporada de lluvias, que está haciendo estragos en las carreteras, sobre todo en parte de la doble calzada Bogotá Girardot, que podría influir negativamente en los visitantes.

#### **4.6.7.5 Factor Geográfico.**

Son las normas que se hablan en las ciudades más importantes del país las que tienen mayor prestigio. Es lo relativo a la ubicación, espacio, topografía, clima, recursos naturales. De este modo existen muchas normas tanto en distintos lugares de un mismo país como en diferentes países que comparten una misma lengua,

En cuanto a este factor Girardot cuenta con dos entradas que vienen desde Bogotá, una por Melgar y otra por el municipio de Tocaima, además tiene visitantes de acceso por los municipios de Nariño y Flandes, lo único que afecta a Girardot en este factor es que no se hizo la doble calzada hasta el municipio, esta quedó hasta la variante y debido a la gran afluencia vehicular los fines de semana, puentes y temporada alta, se forma un embotellamiento vehicular entre los tres municipios Girardot, Melgar y Flandes.

#### **4.6.7.6 Factor Competitivo.**

Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. Es todo lo relacionado con productos, mercado, calidad, servicio.

Los municipios de tierra caliente y clima templado, son los beneficiados de los turistas que salen de la capital Bogotá, en busca de otros climas y Girardot es una de las ciudades privilegiadas, por la gran afluencia de turistas, que vienen a visitar este hermoso municipio. Es por eso que se está invirtiendo en centros comerciales, hoteles, restaurante, condominios etc.

## 5. ESTUDIO TÉCNICO

### 5.1 Tamaño del proyecto

**Cuadro 8. Participación en el Mercado del Proyecto en Ventas.**

Periodo	Número de Clientes
2017	20.093
2018	20.202
2019	20.310
2020	20.420
2021	20.529

Fuente: Presente Estudio

La participación en el mercado será del 25% del mercado disponible y se incrementará en un 0.0538% anualmente, de acuerdo a la tasa de crecimiento de los habitantes del municipio de Girardot, de acuerdo al DANE, en un horizonte de 5 años.

**Cuadro 9. Horarios de la Bolera Bowling Center Girardot.**

De martes a viernes	De 3:00 pm A 11 de la noche
Sábado y domingo	De 10:00 am A 11 de la Noche

Fuente: Presente Estudio

**Cuadro 10. Oferta de martes a viernes Bowling Center Girardot.**

Número de pistas disponibles	4
Horas de servicio/ Día	8
Unidad de medida de tiempo de juego (Horas)	1
Promedio de jugadores por juego	4
Juegos disponibles por día por línea	8
Número de personas atendidas por día	128

Fuente: Presente Estudio

**Cuadro 11. Oferta sábado domingo y festivos Bowling Center Girardot.**

Número de pistas disponibles	4
Horas de servicio/ Día	13
Unidad de medida de tiempo de juego (Horas)	1
Promedio de jugadores por juego	4
Juegos disponibles por día por línea	14
Número de personas atendidas por día	208

Fuente: Presente Estudio

El largo ideal para montar una bolera estándar son 32 metros, pero con menos también es posible.

El ancho ideal dependerá del número de pistas que quiera instalar pero para que se haga una idea, 2 pistas ocupan 3,5 metros. En el ancho sí que no podemos ajustar las pistas, se tendrán que ajustar las pistas a los metros que disponga el local.

## 5.2 Localización de la planta

### 5.2.1 Macro localización.

El proyecto está pensado montarlo en el municipio de Girardot, debido que es el municipio con mayor número de habitantes, el de mayor desarrollo de la región, además de las ventajas comparativas que ofrece este municipio, se le suman las ventajas competitivas, como los incentivos tributarios que ofrece el municipio a los nuevos inversionistas, La excelente infraestructura de servicios públicos, el acelerado desarrollo urbanístico y crecimiento económico.



Fuente: <https://www.google.com.co/maps>

### 5.2.2 Micro localización.

El proyecto estará ubicado en la avenida la estación en la calle 33 con carrera 14 al reverso de la Discoteca la PLAYA, cerca de la mayoría de los sitios de diversión, bares restaurantes, discotecas, que hacen este sitio con mucha afluencia de personas, lo cual sería beneficioso para este proyecto.





### 5.3 Ingeniería del Proyecto

Para la determinación de un tamaño óptimo, puesto que existen diferentes tipos de pistas de bolos, en la teoría se propone varios análisis por puntos de vista, entre los cuales se destacan: desde el punto de vista de la demanda estimada y proyectada, desde el punto de vista del inversionista, o desde el punto de vista de las necesidades del mercado o de los consumidores. Cada uno de

estos debe tener en cuenta la reglamentación que para Colombia rige Coldeportes y Fedecobol<sup>11</sup>.

A continuación, se presentan las disposiciones de Fedecobol al respecto (Coldeportes, 2009):

En este medio el campo de juego se conoce como bolera. Desde la superficie de juego o pista, al techo falso debe haber entre 10 y 12 pies, es decir, unos 3,66 metros de altura.

Los techos preferiblemente deben tener forma de sierra para disminuir el impacto producido por el ruido y permitir la ubicación de luces adecuadamente. Ancho: Las pistas de bowling generalmente se instalan por pares. Cada par de pistas se conoce como herradura y ocupan a lo ancho unos 11,6 pies o 3,51 metros.

Para determinar el espacio requerido en la construcción de una bolera se deberá multiplicar el número de herraduras que se quiere instalar por dicha medida. A la izquierda de la primera herradura y a la derecha de la última, se debe adicionar un espacio libre mínimo de 91 cm; como aislamiento de muros laterales. Largo: Generalmente las boleras se distribuyen en cinco áreas.

- ❖ La primera zona es la zona social y de acceso.
- ❖ La segunda zona es la zona de jugadores.
- ❖ La tercera es la zona de acercamiento y pistas.
- ❖ La cuarta es la zona de máquinas para pines y
- ❖ La quinta es la zona del hall de mecánica.

Desde la zona de acceso hasta el final de la zona de pistas, las boleras se extienden cerca de unos 40 a 45 metros.

Al interior de una bolera

Área social

En la zona de acceso a la bolera se ubican el área de comidas, oficinas, almacén de artículos deportivos, lockers, En esta área, también se pueden

---

<sup>11</sup> ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE BOWLING EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ; UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS; 07/05/2012; Alumnos; Sergio Mauricio Chavarry Amaya y Cesar Augusto Salamanca León

encontrar el control de asignación de pistas, la caja, el alquiler de zapatos e incluso tribunas para espectadores.

#### Área de deportistas

Este es un lugar exclusivo para los deportistas. En esta zona se encuentran los juegos de sillas y mesas dispuestas para cada herradura, en estas mesas los deportistas esperan su turno mientras sus compañeros de juego efectúan el lanzamiento. La longitud del área de jugadores va desde los 3.66 metros hasta 4.57 metros.

#### Área de juego

Es el espacio en el que se desarrolla la práctica del deporte del bowling. En esta área encontramos los elementos que protagonizan la acción del juego: los pines, el área en la que el deportista camina balanceando la bola, la superficie sobre la cual se lanza y se hace rodar la bola, la maquinaria que pone en pie los pines luego de ser derribados, la maquinaria que retorna la bola luego de ser lanzada. Así mismo, son parte de la zona de juego los elementos empleados para registrar la cantidad de pines derribados.

#### Zona de approach o acercamiento

La zona de approach es en la que el deportista camina balanceando la bola antes de lanzarla. Esta zona inicia donde termina el área de deportistas y su límite final está demarcado por una línea oscura denominada foul. La zona de acercamiento está conformada por 39 tablas unidas entre sí. Cada tabla tiene una longitud de 16 pies o 4,87 metros y de ancho cada tabla tiene algo más de una pulgada. La unión de estas 39 tablas le da a la zona de approach un ancho total de 42 pulgadas que se amplía cerca de 9 pulgadas adicionales a cada lado. El deportista puede caminar dentro de este límite o bien desplazarse a su derecha o hacia su izquierda nueve tablas a cada lado.

Teniendo en cuenta que la propuesta se basa en atender la necesidad del mercado, la cual se enfoca en el servicio actual, la población desatendida y el porcentaje que se espera atender de la misma, este estudio se enfoca en el análisis basado en el punto de vista de la demanda esperada.

### **5.3.1 Maquinarias, equipos y herramientas.**

#### **5.3.1.1 Software y hardware.**

Lo que principalmente se busca es una Interfaz de fácil utilización, el software debe ofrecer una interfaz amigable al cliente, interfaz que hace que el entrenamiento y uso del sistema sea de una forma rápida y eficaz. El proveedor debe ofrecer numerosas oportunidades de formación tanto en el lugar, como a través de la Web.

Una gestión remota le da control total a nuestro centro de entretenimiento, esperamos que nuestros clientes fieles se conecten al centro desde cualquier lugar a través de Internet, y que nunca se sientan fuera de contacto, El sistema debe ofrecer la flexibilidad de utilizar cualquier software estándar de la industria de gestión remota y controlar el centro desde un portátil, PC, iPad u otro dispositivo móvil.

El propósito para los sistemas de puntuación y anotación es que sean altamente compatibles, con el fin de que le dé el control total al centro, mientras que proporcione la experiencia óptima para los clientes.

Elevar la imagen del centro con las consolas de puntuación elegantes y espectaculares monitores, también obtener una fácil operación, desempeño y durabilidad. Con la visualización en línea, los jugadores de bolos saben el resultado de su lanzamiento, se espera que los jugadores interactúen con una pantalla multi-tarea que les permite ver todo, desde información estadística para el desempeño de los jugadores de bolos en otros carriles. Con la visualización en línea, la pantalla se llena de vida con capacidad de múltiples pantallas de marco, de la información, la velocidad de la bola y la información indicador de pin. Jugadores también disfrutarán de control sobre la selección de idioma, en el lugar de las correcciones de puntuación incluso el control de tope automático.

Por otra parte, se espera utilizar herramientas del software para de alguna forma se pueda explorar una manera más rápida de aumentar los ingresos, a

comercializar con eficacia a los clientes existentes. Dicha herramienta debe ser una base de datos integral al cliente. La cual permita el aumento de las visitas de clientes, así como el tiempo que pasen en el centro, y la cantidad de dinero que gastan cada vez que vienen. Se pretende tener el control que permita automáticamente capturar y gestionar datos de clientes valiosos y aplicables, así como extraer de la base de datos para implementar programas de marketing directo basadas en el género, edad, localización, profesión, dirección, y mucho más. También puede crear campos personalizados para realizar un seguimiento de datos, tales como los promedios de puntuación de bolos que se dirigen a jugadores de diferentes niveles de habilidad y generar informes detallados para examinar los datos.

Imprescindible maximizar el control del centro de bowling con facilidad, además calcular con precisión, recoger y realizar un seguimiento de cada peso gastado en cualquier lugar del centro, a través de una manera centralizada y fácil de operar el sistema.

Aumentar los ingresos por mantenimiento de más carriles en la acción, e incluso reducir el tiempo de inactividad de los carriles con controles colocadores de bolos. Administrar los empleados del centro de forma más sistemática para mantener bajos los costos de la nómina al tiempo que aumenta la productividad del trabajador y la eficacia.

#### **5.3.1.2 Consolas de puntuación.**

Se busca en el mercado actual consolas con estilo, estas consolas de puntuación ofrecen versatilidad, dinamismo y efectividad en cada juego realizado, ya sean de teclado o de pantalla táctil.

Existen de un solo pedestal, pedestal de horquilla y soportes de sobremesa los cuales ofrecen flexibilidad en la instalación, fabricados para resistencia al alto

tráfico. Se reitera en el diseño elegante, el cual complementa cualquier ambiente, y el pequeño tamaño le dan la máxima flexibilidad durante la instalación.

#### **5.3.1.3 Monitores de puntuación.**

Los monitores marcan la diferencia en el bienestar del juego, en el mejor de los casos, los monitores de puntuación harán que la entretención se maximice al pasar los juegos, Se pretende obtener monitores de alta definición y excelente calidad comercial, dichos monitores son ideales para la visualización, la programación de televisión, la publicidad y el contenido de señalización digital. Se puede Disponer en tamaños de 32 ", 40" y 50", los monitores pueden ser controlados de forma remota desde la recepción. También ofrecen la posibilidad de ofrecer banderas de desplazamiento o mensajes de texto durante el juego o mostrar mensajes automatizados de comercialización.

#### **5.3.1.4 Pistas y devolución de bolas.**

Desde el hormigón, los carriles deben estar diseñados de manera diferente de los carriles de la competencia con el fin de ofrecer mayores instalaciones, menos problemas de mantenimiento, y costos más bajos en el largo plazo.

La estructura de las vigas que van a soportar el piso de madera, deben estar ubicadas de excelente manera para dar lugar a la estabilidad dimensional, lo que significa menos movimiento del piso en el tiempo y menos estrés en superficie de la pista.

La madera laminada Strand placa contrapiso proporciona la siguiente capa de ventajas para los sistemas de carriles. Cada placa de esta madera ofrece 2,5 veces mayor fuerza que la MDF. También ofrecen una mayor resistencia a la humedad, mayor fuerza de torsión, una mayor uniformidad y consistencia que la madera natural.

#### **5.3.1.5 Instalaciones necesarias.**

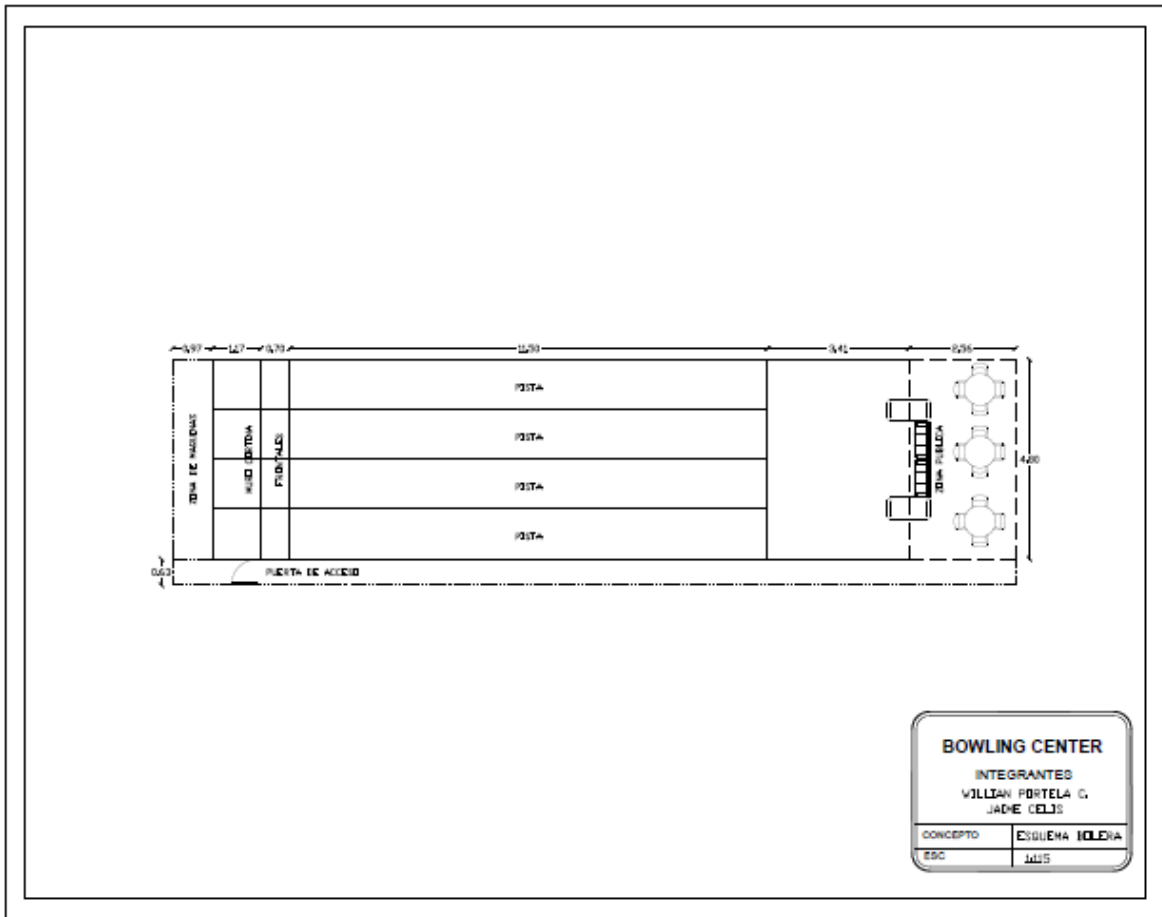
Se incluye en esta sección todo lo que respecta a la construcción del centro de entretenimiento, y la adecuación de los servicios básicos, primordiales para el funcionamiento del mismo, se hace necesario buscar un local del tamaño y las condiciones adecuadas para la ubicación de las pistas y los demás servicios a prestar.

Para esto se ha cotizado en la zona por bodegas con un tamaño entre 300 y 500 Mts<sup>2</sup>, con altura de al menos 3,7 ubicada en una zona de fácil acceso, con servicios básicos (Agua, luz, gas, teléfono) instalados.

#### **5.3.1.6 Distribución física (planos).**

En el transcurso de la investigación se contactó a los representantes de compañías encargadas de la manufactura de los equipos necesarios, diseño para las etapas de planificación e implementación de áreas recreativas, un posible proveedor nos suministró una guía para la elaboración del layout del centro de entretenimiento el cual se presenta a continuación:

**Figura 1. Plano de planta y distribución Interna**



Fuente: Presente Estudio

#### 5.4 Valoración de las variables técnicas.

**Cuadro 12. Inversiones.**

Resumen plan de inversiones	
Concepto	Total
Inversiones Fijas	
Maquinaria y Equipo	118.650.000



Resumen plan de inversiones	
Concepto	Total
Equipo de Oficina	2.990.000
Herramientas y útiles	1.500.000
Edificaciones y adecuaciones	100.000.000
Equipo de tecnología	4.250.000
Licencias	1.700.000
Muebles y Enseres	3.200.000
Total Inversiones Fijas	232.290.000
Gastos Preoperativos	4.900.000
Capital de trabajo inicial	22.068.900
<b>TOTAL</b>	<b>\$259.258.900</b>

Fuente: Presente Estudio

### Cuadro 13. Costos operativos

<i>Conceptos</i>	<i>Años</i>				
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>Mano de Obra</i>	<i>31.572.00</i>	<i>33.466.32</i>	<i>35.474.2</i>	<i>37.602.7</i>	<i>39.858.92</i>
<i>Directa</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>99</i>	<i>57</i>	<i>3</i>
<i>Prestaciones + aportes</i>	<i>15.100.761</i>	<i>16.006.80 7</i>	<i>16.967.21 5</i>	<i>17.985.24 8</i>	<i>19.064.36 3</i>
<i>Amortización</i>	<i>490.000</i>	<i>490.000</i>	<i>490.000</i>	<i>490.000</i>	<i>490.000</i>
<i>Gastos</i>					
<i>Financieros</i>	<i>7.777.767</i>	<i>7.334.557</i>	<i>6.838.163</i>	<i>6.282.201</i>	<i>5.659.523</i>

	4.449.00	4.449.00	4.449.00	4.449.00	4.449.00
<i>Depreciación</i>	0	0	0	0	0
	49.800.0	52.788.00	55.955.2	59.312.59	62.871.35
<i>Gastos anuales</i>	00	0	80	7	3
	109.189.5	114.534.6	120.173.9	126.121.8	132.393.1
<i>SUBTOTAL</i>	28	84	57	03	62

**Cuadro 14. Carga salarial operativa del proyecto.**

Cargo	Puestos	Sueldo Mensual	Auxilio De Transporte	Total Mensual	Total Anual
Auxiliar de Pista	2	800.000	77.000	1.754.000	21.048.000
Auxiliar De Servicios Generales	1	800.000	77.000	877.000	10.524.000
Totales		1.600.000	154.000	2.631.000	31.572.000

Fuente: Presente Estudio

**Cuadro 15. Prestaciones más seguridad social operativa.**

<i>Prestaciones más aportes carga operativa</i>	<i>Cesantías</i>	<i>Prima De Servicios</i>	<i>Vacaciones</i>	<i>Interés Cesantía</i>	<i>Total Prestaciones</i>	<i>EPS, Pensión, ARL, Parafiscales</i>	<i>Total Prest + Seguridad Social</i>
<i>Cargo</i>	<i>8,33%</i>	<i>8,33%</i>	<i>4,17%</i>	<i>12%</i>		<i>26%</i>	
<i>Auxiliar De Pista</i>	<i>1.753.298</i>	<i>1.753.298</i>	<i>877.702</i>	<i>210.396</i>	<i>4.594.694</i>	<i>5.472.480</i>	<i>10.067.174</i>
<i>Auxiliar De Servicios</i>	<i>876.649</i>	<i>876.649</i>	<i>438.851</i>	<i>105.198</i>	<i>2.297.347</i>	<i>2.736.240</i>	<i>5.033.587</i>
<i>Totales</i>	<i>2.629.948</i>	<i>2.629.948</i>	<i>1.316.552</i>	<i>315.594</i>	<i>6.892.041</i>	<i>8.208.720</i>	<i>15.100.761</i>

Fuente: Presente Estudio

## **6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **6.1 Plataforma Estratégica**

#### **6.1.1 Visión.**

La Bolera BOWLING CENTER GIRARDOT para el 2020 será reconocida como la empresa líder, con prestigio competitivo, proyectada como Institución calificada en competencias deportivas a nivel nacional e internacional en su ámbito, conservando altos estándares de calidad para el logro de las necesidades de cada uno de nuestros clientes fundamentados en el deporte y la prestación de servicios de bolos.

#### **6.1.2 Misión.**

La Bolera BOWLING CENTER GIRARDOT es el mejor lugar para la integración en la familia y amigos de los habitantes y turistas de Girardot, promueve los buenos valores, la salud y la cultura, a través del deporte, para la sana diversión y el esparcimiento con el disfrute de los bolos, siendo reconocida a nivel nacional e internacional.

## 6.2 Políticas Corporativas.

### 6.2.1 Objetivos Corporativos.

La filosofía de “**BOWLING CENTER GIRARDOT**”, se fundamenta en la prestación de nuestros servicios de diversión y esparcimiento, con personal altamente calificado conservando altos standard de calidad para el logro de las necesidades de cada uno de nuestros clientes fundamentados en los siguientes valores:

- ❖ Trabajar conjuntamente con nuestros clientes en objetivos comunes de mejorar y compartir una política, cultura y metas comunes

- ❖ Operar nuestro negocio de manera eficiente y con calidad humana

- ❖ Administrar bajo el principio de respeto a la dignidad humana

- ❖ Hacer de nuestra empresa un lugar agradable para trabajar, donde nos comuniquemos abiertamente y con honestidad

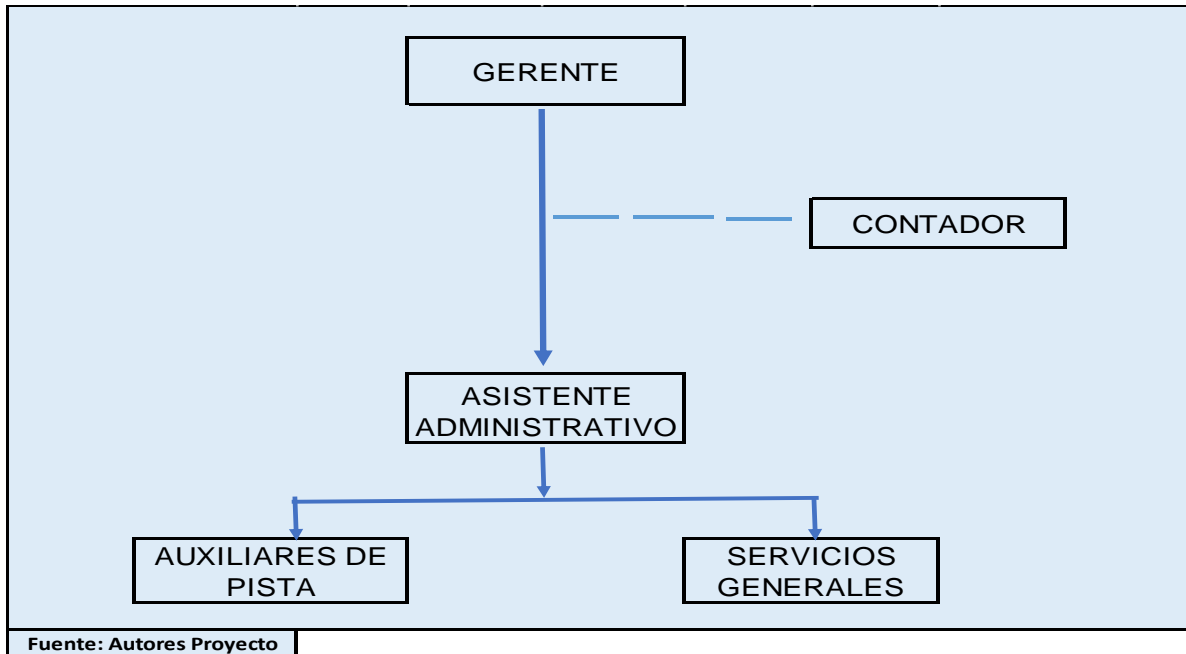
- ❖ Trabajar basados en el código de ética del empresario asumiendo compromisos con el estado, la sociedad, sus empleados, la comunidad y el medio ambiente.

- ❖ Establecer los lineamientos para que sus empleados y dueños se comprometan a cuidar el medio ambiente con el fin de generar calidad ambiental. Así mismo “**BOWLING CENTER GIRARDOT**” dentro de su desarrollo operativo lo hará sin que se generen riesgos e impactos ambientales.

- ❖ Asumir nuestro compromiso basado en el código de comportamiento empresarial con rectitud, legalidad, respeto, calidad y competitividad

### 6.3 Estructura organizacional para la operación

Figura 2. Organización Bowling Center.



### 6.4 Matriz FODA

"BOWLING CENTER GIRARDOT"	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hay una alta barrera de entrada.</li> <li>➤ La ciudad de Girardot está en la mira de inversionistas por su acelerado crecimiento urbanístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Que los fines de semana las personas prefieran asistir a otros lugares como cines, bares, discotecas.</li> <li>➤ Que la competencia son cajas de compensación y maneja precios bajos.</li> </ul>

<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Que hay una competencia que tiene un mercado cautivo.</li> <li>➤ Somos novatos en el negocio.</li> <li>➤ Improvisaciones por falta de experiencia en este tipo de negocios.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Generar estrategias para incrementar el porcentaje del mercado.</li> <li>➤ Como buen emprendedor aprender todos los días sobre el tipo de negocio que tenemos.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar un plan de mercadeo agresivo, con promociones y precios bajos, con el fin de atraer clientes que se quieran divertir sanamente.</li> <li>➤ Pensar en montar otros juegos adicionales al juego de bolos, como el billar y rana electrónica y otro tipo de juegos de salón.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Servicio innovador, vistoso y atractivo.</li> <li>➤ Tener los equipos de última tecnología.</li> <li>➤ Talento Humano altamente especializado, eficiente y dinámico.</li> <li>➤ Entretenimiento para toda la familia y grupos de amigos en un ambiente cómodo.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aprovechar el desarrollo urbanístico del municipio porque así atrae muchos inversionistas y turistas.</li> <li>➤ Aprovechar los incentivos que da el municipio por inversiones nuevas en turismo y negocios.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Brindar un servicio innovador, vistoso y atractivo y contando con la mejor tecnología, teniendo un talento humano eficiente, se podrá superar el hecho de no tener a alguien como una guía.</li> </ul>

Fuente: Presente Estudio

## 6.5 Factores que inciden en inversiones y costos de operación administrativos

**Cuadro 16. Salarios administrativos del proyecto.**

Cargo	Puestos	Sueldo Mensual	Auxilio De Transporte	Total Mensual	Total Anual
Administrador	1	2.577.400		2.577.400	30.928.800
Asistente Administrativo	1	1.000.000	77.000	1.077.000	12.924.000
Totales		3.577.400	77.000	3.654.400	43.852.800

Fuente: Presente Estudio

**Cuadro 17. Prestaciones más seguridad social administrativa.**

<i>Prestaciones más aportes carga administrativa</i>	<i>Cesantías</i>	<i>Prima de servicios</i>	<i>Vacaciones</i>	<i>Interés cesantía</i>	<i>Total prestaciones</i>	<i>EPS, pensión, ARL, parafiscales</i>	<i>Total Prest + Seguridad Social</i>
<i>Cargo</i>	8,33%	8,33%	4,17%	12%		26%	
<i>Administrador</i>	2.576.369	2.576.369	1.289.731	309.164	6.751.633	8.041.488	14.793.121



<i>Asistente</i>							
<i>Administrativo</i>		1-076-56			2-821-25	3-360-2	6-181-49
	1-076-569	9	538-931	129-188	8	40	8
<i>Totales</i>	3-652-938	38	2	438-353	1	8	619

Fuente: Presente Estudio

## 6.6 Manuales de funciones

Manual De Funciones Código 001	
Cargo	Gerente
Jefe Inmediato	Junta de Socios
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ejercer la representación legal "BOWLING CENTER GIRARDOT Ltda."</li> </ol> <p>Con las facultades expresamente otorgadas en el Estatuto.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Proporcionar a los socios, información y asesoría necesaria para conducir adecuadamente la toma de decisiones.</li> <li>3. Supervisar la ejecución del Presupuesto del Centro de bolos.</li> <li>4. Revisar y firmar, conjuntamente con el contador, los Estados Financieros y Declaraciones de renta y complementarios,</li> <li>5. Ejercer supervisión permanente, con facultades disciplinarias y de incentivo, sobre la gestión y labor de los trabajadores de la empresa, dando cuenta a los socios.</li> </ol>
Perfil Ocupacional	Administrador, de empresas, turístico, financiero, e

Manual De Funciones Código 001	
Cargo	Gerente
	ingeniero industrial
Estudios Mínimos Requeridos	Profesional con especialización en administración de empresas, turismo y/o marketing y finanzas.
Experiencia Laboral	5 años de experiencia en cargos de dirección
Edad	Mayor de 30 años
Habilidades Especiales	Comunicación efectiva, Sensibilidad interpersonal, Trabajo en equipo, Toma de decisiones, Pensamiento creativo, Manejo de la información, Adaptabilidad, perseverancia, vitalidad, Tolerancia, Obtención de resultados, Iniciativa, Planeación y Organización,
Conocimientos Especiales	Turismo e Ingles

Fuente: Presente Estudio

Manual De Funciones Código 002	
Cargo	Asistente Administrativo
Jefe Inmediato	Gerente
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Velar por el cumplimiento y aplicación de las normas de recaudo.</li> <li>2. Hacer la funciones de cajero</li> <li>3. Contribuir con el desarrollo del proceso de selección del personal idóneo para la bolera.</li> <li>4. Archivar información generada en los procesos contables y administrativo. Digitar comprobantes de Egresos en el programa contable. Causar pagos mensualmente.</li> <li>5. Recepcionar, liquidar y preparar los pagos a</li> </ol>

Manual De Funciones Código 002	
Cargo	Asistente Administrativo
	proveedores, acreedores y demás obligaciones de la empresa. 6. Presentar y colaborar al contador con toda la información necesaria.
Perfil Ocupacional	Administrador de Empresas, Administrador turístico Ingeniero Industrial y Afines.
Estudios Mínimos Requeridos	Estudiante de Contaduría y/o administración o afines.
Experiencia Laboral	2 Años en cargos relacionados
Edad	Mínimo 25 años
Habilidades Especiales	Comunicación efectiva, Sensibilidad interpersonal, Trabajo en equipo, Toma de decisiones, Pensamiento creativo, Disposición de aprendizaje, Manejo de la información, Adaptabilidad, perseverancia, vitalidad, Tolerancia, Obtención de resultados, Iniciativa, Planeación y Organización, Orientación, Innovación, Servicio, Trabajo bajo presión, Calidad integral, Sentido de pertenencia.

Fuente: Presente Estudio

Manual De Funciones Código 003	
Cargo	Auxiliar de Pista
Jefe Inmediato	Asistente Administrativo
Funciones	1. Estar atento para la atención de los clientes, autorizar el juego y el encargado de medir el tiempo de juego de cada línea, asesorar a los clientes cuando no tiene practica en este juego. 2. Llevar a cabo el programa de mantenimiento

Manual De Funciones Código 003	
Cargo	Auxiliar de Pista
	preventivo, que pueda suceder durante el juego. 3. Las demás que siendo de la naturaleza del cargo, le asigne su jefe inmediato.
Estudios Mínimos Requeridos	Técnico en Mantenimiento de obras de electricidad y obras Civiles
Experiencia Laboral	2 Años en juegos de bolos
Edad	Mínimo 20 Años
Habilidades Especiales	Comunicación efectiva, Sensibilidad interpersonal, Trabajo en equipo, Toma de decisiones, Pensamiento creativo, Disposición de aprendizaje, Manejo de la información, Adaptabilidad, perseverancia, vitalidad, Tolerancia, Obtención de resultados, Iniciativa, Planeación y Organización, Orientación, Innovación, Servicio, Trabajo bajo presión, Calidad integral, Sentido de pertenencia.
Conocimientos Especiales	Servicio al cliente, y conocimiento del juego de bolos

Fuente: Presente Estudio

Manual De Funciones Código 004	
Cargo	Auxiliar de servicios generales
Jefe Inmediato	Asistente Administrativo
Funciones	1. Mantener en estado óptimo la limpieza, mantenimiento y estado general del local. 2. Crear una estancia de armonía y confort a través del orden, la limpieza e higiene en las instalaciones de la bolera.
Perfil Ocupacional	Bachiller o Técnico Sena

Estudios Mínimos Requeridos	Bachiller y/o técnico Sena
Experiencia Laboral	2 Años
Edad	Mínimo 23 Años
Habilidades Especiales	Comunicación efectiva, Sensibilidad interpersonal, Trabajo en equipo, Disposición de aprendizaje, Adaptabilidad, perseverancia, vitalidad, Tolerancia, Servicio, Trabajo bajo presión, Calidad integral, Sentido de pertenencia
Conocimientos Especiales	Tener amplios conocimientos en servicios generales

Fuente: Presente Estudio

Manual De Funciones Código 005	
Cargo	Contador por Honorarios
Jefe Inmediato	Gerente
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formular y ejecutar el Plan Operativo del Área de Contabilidad, y propone su presupuesto en coordinación y de acuerdo a los procedimientos establecidos por la Oficina de Planificación y Presupuesto.</li> <li>2. Organizar, programar y ejecutar los procesos que permitan obtener información financiera oportuna, para la toma de decisiones.</li> <li>3. Conducir y controlar el Sistema Contable de la institución de acuerdo a las Normas Internacionales de Contabilidad — NICs y demás normatividad aplicable.</li> <li>4. Elaborar y presentar los Estados Financieros de la institución, en forma mensual y anual, de acuerdo a la normatividad aplicable.</li> <li>5. Mantener actualizados y legalizados los libros</li> </ol>

	contables, así como la correspondiente información y documentación sustentadora.
Perfil Ocupacional	Profesional en Contaduría Pública
Estudios Mínimos Requeridos	Contador Público, estudios relacionados con las NIC Y LAS NIFF
Experiencia Laboral	2 años
Edad	Mínimo 25 años
Habilidades Especiales	Comunicación efectiva, Sensibilidad interpersonal, Trabajo en equipo, Toma de decisiones, Pensamiento creativo, , Manejo de la información, Adaptabilidad, perseverancia, vitalidad, Tolerancia, Obtención de resultados, , Calidad integral, Sentido de pertenencia.
Conocimientos Especiales	NIFFF y NIC, Conocimientos En ISO; Y Manejo De Software Contable

## **7. ESTUDIO LEGAL**

El estudio Legal y el Administrativo hacen parte de los pasos fundamentales que se deben seguir para la preparación, formulación, ejecución y evaluación de un proyecto de Inversión. El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. Una de las áreas más relevantes al estudio legal será la legislación tributaria. Los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, etc.) y. Además de los incentivos tributarios que brindan los municipios a las nuevas inversiones, que pueden ir de una excepción de impuestos de industria y comercio, e impuesto predial hasta de 10 años. Lo cual lo hace atractivo a los inversionistas. La localización más adecuada para llevar a cabo el proyecto<sup>12</sup>.

### **7.1 Implicaciones de la normatividad**

- ❖ Acatar la normatividad:
- ❖ Contable y tributarias
- ❖ Nic, Niff
- ❖ Normas ambientales del proyecto
- ❖ Seguridad laboral
- ❖ Normas de riesgos laborales

---

<sup>12</sup> PROYECTO URBANÍSTICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO A TURISTAS EN EL MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS CUNDINAMARCA; CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS; ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS; GIRARDOT; AÑO2015

- ❖ Código del comercio

## 7.2 Instancias legales del proyecto

Es necesario cumplir con diferentes requisitos estipulados en el Código de Comercio, se presentarán los siguientes requisitos:

- ❖ El nombre de las personas naturales, nacionalidad, número de identificación y domicilio que intervengan como otorgantes.

- ❖ La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.

- ❖ El domicilio de la empresa y de sus sucursales.

- ❖ El objeto social, las actividades principales.

- ❖ Consulta de clasificación por actividad económica código CIU

- ❖ Consulta de uso del suelo. DAPD 14

[www.superintendenciasocietades.htm](http://www.superintendenciasocietades.htm) 15 Código de Comercio, Art. 110. Pág. 53

- ❖ Trámites ante la DIAN • formularios de matrícula mercantil

- ❖ El capital social, la parte del mismo que se suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución.

- ❖ Las fechas que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma de dividirse los beneficios, con indicación de las reservas que deba hacerlo.

- ❖ La duración precisa de la liquidación de la empresa para sus asociados

- ❖ El nombre y el domicilio de la persona que será la representante legal.

- ❖ Copia de la escritura pública registrada en cámara y comercio de la ciudad.

- ❖ De acuerdo con lo anterior, se puede dar con el inicio del tipo de sociedad, para el LA BOLERA BOWLING CENTER GIRARDOT ubicado en el municipio de Girardot.



### **7.3 Tipo de sociedad a conformar**

El tipo de sociedad será la constitución de una empresa de responsabilidad limitada

### **7.4 Determinación de la forma jurídica para administrar el proyecto**

Seguridad Laboral. El tipo de contrato de todos los empleados, será a término indefinido

❖ La obligación de las empresas es asegurar a sus empleados, y la realización de inscripciones a la seguridad social; el cual implica:

❖ Realizar la inscripción ante la administración de riesgos profesionales (privado o gubernamental).

❖ La afiliación de los empleados al sistema de seguridad social y de pensiones ante las entidades promotoras de salud (EPS), fondo de pensiones, fondo de cesantías y caja de compensación familiar.

## 8. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero encontramos las inversiones, las fuentes de financiamiento, los presupuestos de ventas, costos, gastos, personal, y estados financieros

### 8.1 Presupuesto de inversiones

**Cuadro 18. Resumen plan de inversiones.**

<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
<b>Inversiones Fijas</b>	
Maquinaria y Equipo	118.650.000
Equipo de Oficina	2.990.000
Herramientas y útiles	1.500.000
Edificaciones y adecuaciones	100.000.000
Equipo de tecnología	4.250.000
Licencias	1.700.000
Muebles y Enseres	3.200.000
<b>Total Inversiones Fijas</b>	<b>232.290.000</b>
Gastos Preoperativos	4.900.000
Capital de trabajo inicial	22.068.900
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 259.258.900</b>

Fuente: Presente Estudio

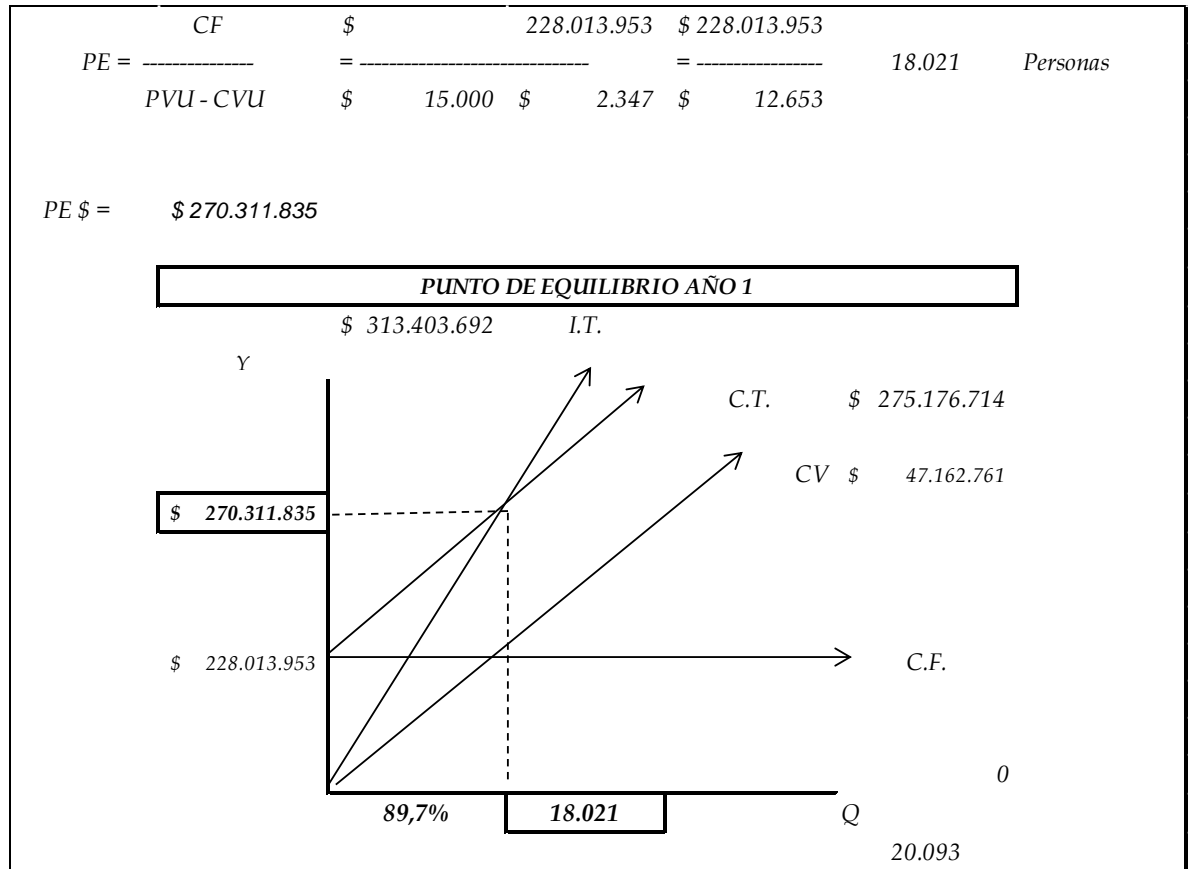
## 8.2 Costos de producción

**Cuadro 19. Resumen costos de operación y administración.**

<i>Costos Operacionales</i>					
<i>Años</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<i>Conceptos</i>					
<i>Mano de Obra</i>					
<i>Directa</i>	31.572.000	33.466.320	35.474.299	37.602.757	39.858.923
<i>Prestaciones + aportes</i>	15.100.761	16.006.807	16.967.215	17.985.248	19.064.363
<i>Amortización</i>	490.000	490.000	490.000	490.000	490.000
<i>Gastos</i>					
<i>Financieros</i>	7.777.767	7.334.557	6.838.163	6.282.201	5.659.523
<i>Depreciación</i>	4.449.000	4.449.000	4.449.000	4.449.000	4.449.000
<i>Gastos anuales</i>	49.800.00 0	52.788.000	55.955.280	59.312.597	62.871.353
<b><i>SUBTOTAL</i></b>	<b>\$109.189.5 28</b>	<b>\$114.534.68 4</b>	<b>\$120.173.95 7</b>	<b>\$126.121.80 3</b>	<b>\$132.393.16 2</b>

Fuente: Presente Estudio

**Cuadro 20. Punto de equilibrio.**



Fuente: Presente Estudio

El punto de equilibrio en unidades para el primer año estaría en el ingreso de 18.021 personas, que equivale a un punto de equilibrio en pesos de \$270.311.835 y aun 89,7 % del total de las personas proyectadas para el 1 año.

Los costos fijos ascienden a \$228.013.953, los costos variables del proyecto para el primer año son de 47.162.761 para un costo total de 275.176.714

El ingreso total de personas es de 20.093, que equivale en pesos a \$313.403.692 para el primer año.

### 8.3 Ingresos

**Cuadro 21. Total ingresos proyectados.**

<i>Periodo</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>
<i>Servicios De</i>	<i>\$301.401.6</i>	<i>\$321.204.6</i>	<i>\$342.308.</i>	<i>\$364.799.</i>	<i>\$388.767.</i>
<i>Bolera</i>	<i>75</i>	<i>09</i>	<i>651</i>	<i>288</i>	<i>623</i>
<i>Arrendamiento</i>	<i>\$12.000.0</i>	<i>\$12.720.00</i>	<i>\$13.483.2</i>	<i>\$14.292.19</i>	<i>\$15.149.72</i>
<i>Cafetería</i>	<i>00</i>	<i>0</i>	<i>00</i>	<i>2</i>	<i>4</i>
<i>Total Ingresos</i>	<i>\$313.403.692</i>	<i>\$333.926.627</i>	<i>\$355.793.870</i>	<i>\$379.093.500</i>	<i>\$403.919.367</i>

Fuente: Presente Estudio

### 8.4 Flujo de caja

**Cuadro 22. Estados de fuentes y usos proyectados.**

<i>Periodos</i>		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>Conceptos</i>						
<b>FUENTES</b>						
<i>Utilidad Operacional</i>		38.226.978	45.182.201	52.720.855	60.891.748	69.747.869
<i>Depreciación</i>		17.739.000	17.739.000	17.739.000	17.739.000	17.739.000
<i>Amortización de</i>						
<i>Diferidos</i>		980.000	980.000	980.000	980.000	980.000
<b>GENERACIÓN</b>		56.945.978	63.901.201	71.439.855	79.610.748	88.466.869

<b>INTERNA</b>						
<i>Aportes Sociales</i>	129.629.450					
<i>Obligaciones Bancarias</i>	129.629.450					
<b>TOTAL FUENTES</b>	259.258.900	56.945.978	63.901.201	71.439.855	79.610.748	88.466.869
<b>USOS</b>						
<i>Inv. de Activos Fijos</i>	232.290.000					
<i>Imprenta 25%</i>			9.556.744	11.295.550	13.180.214	15.222.937
<i>Costos Preoperativos</i>	4.900.000					
<i>Amortización Préstamo</i>		7.386.826	8.273.245	9.266.034	10.377.958	11.623.313
<b>TOTAL USOS</b>	237.190.000	7.386.826	17.829.989	20.561.585	23.558.172	26.846.250
<i>Saldo Inicial</i>		22.068.900	71.628.052	117.699.264	168.577.534	224.630.110
<i>Fuentes</i>	259.258.900	56.945.978	63.901.201	71.439.855	79.610.748	88.466.869
<i>Disponible</i>	259.258.900	79.014.878	135.529.253	189.139.119	248.188.282	313.096.978
<i>Usos</i>	237.190.000	7.386.826	17.829.989	20.561.585	23.558.172	26.846.250
<b>Saldo Final de Efectivo</b>	<b>22.068.900</b>	<b>71.628.052</b>	<b>117.699.264</b>	<b>168.577.534</b>	<b>224.630.110</b>	<b>286.250.728</b>

Fuente: Presente Estudio

## 8.5 Fuentes de financiación

**Cuadro 23. Fuente de financiación.**

Aportes Socios	\$129.629.450	50%
Préstamo Bancario	\$129.629.450	50%
<b>Total</b>	<b>259.258.900</b>	<b>100%</b>

Fuente: Presente estudio

## 8.6 Determinación tasa mínima de aceptación de rendimiento propia y mixta

**Cuadro 24. Tasa mínima de aceptación de rendimiento (TMAR)**

Fuente	Monto	CDI	%	C.P.P
Inversionistas	\$129.629.450	12,00%	50,00%	6,00%
Crédito	\$129.629.450	12,00%	50,00%	6,00%
Costo De Capital	\$259.258.900		100,00%	12,00%
Fuente: Presente estudio				
CDI	Costo del Interés			
%	Participación de las fuentes			
CPP	Costo Promedio Ponderado			

La financiación de este proyecto, se realizará una parte con recursos propios (50%) y Otra parte con recursos externos, en este caso con el banco Davivienda, que será el otro (50%) de la inversión inicial del proyecto a una tasa del 12% efectivo anual, con un plazo máximo de 10 años. En la línea de microempresarios.

La tasa de oportunidad del inversionista se calculó en un 12%, que sería 8% de inflación más un 4% de premio al riesgo.

## **9. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

La evaluación financiera y económica del proyecto integra los resultados de todos los otros componentes del estudio para permitir la determinación de su viabilidad bajo estos aspectos.

La profundidad con la que se analizaron los factores que afectan los beneficios y costos del proyecto y el grado de integración de los distintos componentes de los estudios hacen que sea mayor la confiabilidad de los resultados de la evaluación del proyecto.

Independiente de la evaluación social del modelo y el impacto que este tiene en la comunidad, se realiza a continuación el análisis financiero del proyecto y sus resultados de este se deben evaluar para analizar las perspectivas desde el punto de vista económico y financiero, este se evaluara bajo los siguientes parámetros:

- ❖ Inversión Inicial (I<sub>0</sub>)
- ❖ Valor Presente Neto (VPN)
- ❖ Tasa Interna de Retorno (TIR)
- ❖ Relación Beneficio Costo. (B/C)

### **9.1 Descripción**

El proyecto plantea el Fortalecimiento de los lugares de diversión y esparcimiento a los habitantes y turistas mediante el proyecto de la creación de una bolera en el municipio de Girardot.



## 9.2 Inversión Inicial

La inversión inicial es el monto de recursos requeridos para el montaje de una bolera en el municipio de Girardot Cundinamarca, su valor está determinado en este caso por \$ 259.258.900 para la adquisición del local, sus adecuaciones del local y las líneas de bolos, equipos de oficina, equipo de cómputo, Muebles y enseres, y capital de trabajo.

La financiación de este proyecto, se realizara una parte con recursos propios (50%) y Otra parte con recursos externos, en este caso con el banco Davivienda, que será el otro (50%) de la inversión inicial del proyecto a una tasa del 12% efectivo anual, con un plazo máximo de 10 años. En la línea de microempresarios.

Por lo tanto, se tiene los siguientes montos de inversión inicial:

Proyecto	Monto de la inversión ( )	
	Concepto	Total
Montaje de una bolera en el municipio de Girardot	inversiones fijas	232.290.000
	Gastos Pre operativos	4.900.000
	Capital de Trabajo	22.068.900
	TOTAL	\$259.258.900

## 9.3 Precios

En la evaluación del proyecto se utiliza los precios así:

Periodo	Ingreso Por Persona
2017	\$15.000
2018	\$15.900
2019	\$16.854

2020	\$17.865
2021	\$18.937

Fuente: Presente Estudio

El precio se incrementa anualmente de acuerdo a la inflación proyectada propuesta, por los autores de este estudio, que está en el 6% para todos los años.

### **Cuadro 25. Total ingresos proyectados.**

<i>Periodo</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>
<i>Servicios De Bolera</i>	<i>\$301.401.675</i>	<i>\$321.204.609</i>	<i>\$342.308.651</i>	<i>\$364.799.288</i>	<i>\$388.767.623</i>
<i>Arrendamiento Cafetería</i>	<i>\$12.000.000</i>	<i>\$12.720.000</i>	<i>\$13.483.200</i>	<i>\$14.292.192</i>	<i>\$15.149.724</i>
<i>Total Ingresos</i>	<i>\$313.403.692</i>	<i>\$333.926.627</i>	<i>\$355.793.870</i>	<i>\$379.093.500</i>	<i>\$403.919.367</i>

Fuente: Presente Estudio

## **9.4 Horizonte de Evaluación del Proyecto**

El horizonte de evaluación del proyecto es de 5 años; esto debido a que, en el sector privado para proyectos de factibilidad económica, se recomienda evaluar los proyectos con proyecciones mínimas de 5 años. Corresponde a la dimensión en tiempo que se tiene estipulado recuperar la inversión, en este caso por tratarse de un proyecto netamente privado, se espera la satisfacción total por parte de los turistas y de la población del municipio de Girardot y de municipios vecinos, al término del mismo.

## 9.5 Tasa de Descuento

La tasa de descuento o tasa de oportunidad del proyecto denominado “PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA BOLERA EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT DENOMINADA

“BOWLING CENTER GIRARDOT” se ha definido analizando los siguientes criterios:

La tasa que el mercado ofrece a hoy para los recursos a invertir, está determinada por el valor de un crédito comercial de línea ordinaria. La financiación de este proyecto, se realizara una parte con recursos propios (50%) y Otra parte con recursos externos, en este caso con el banco Davivienda, que será el otro (50%) de la inversión inicial del proyecto a una tasa del 12% efectivo anual, con un plazo máximo de 10 años. En la línea de microempresarios.

La tasa será del 12% efectiva anual, que es una línea de crédito para empresarios, con préstamos superiores a 40 SMLV. A un plazo de 10 años máximo con el banco Davivienda.

**Cuadro 26. Tasa mínima de aceptación de rendimiento (TMAR)**

Fuente	Monto	CDI	%	C.P.P
Inversionistas	\$129.629.450	12,00%	50,00%	6,00%
Crédito	\$129.629.450	12,00%	50,00%	6,00%
Costo De Capital	\$259.258.900		100,00%	12,00%

Fuente: Presente estudio

CDI	Costo del Interés
%	Participación de las fuentes
CPP	Costo Promedio Ponderado

Como los niveles de riesgo son bajos en este proyecto, se estima conveniente realizar las inversiones requeridas, con estos niveles de rentabilidad.

Por lo tanto se ha definido que la tasa de descuento que se le va a exigir en este proyecto es del 12% anual; esto para que nuestras inversiones sean atractivas a los inversionistas públicos o privados que deseen invertir en este.

### 9.6 Valor Presente Neto (VPN)

El valor Presente Neto de un proyecto, es el valor de este medido en pesos de hoy, es decir, es el equivalente en pesos actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto.

Como un índice para medir la bondad de un proyecto dada una tasa de interés de oportunidad el proyecto se puede medir de la siguiente manera.

VPN (i) > 0 El proyecto es conveniente

VPN (i) = 0 El proyecto es indiferente

VPN (i) < 0 El proyecto no es atractivo

La tasa de oportunidad empleada como descuento es del 12% anual, es solo una tasa de referencia.

Para determinar el VPN se utilizó la siguiente formula.

$$VPN(i) = \sum_0^n \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

FC = cada uno de los valores que compone el flujo de caja

Aplicando la anterior metodología se tienen los siguientes resultados como cálculo de Valor Presente Neto (VPN).

#### Cuadro 27. Flujo de fondos.

<i>Inversiones</i>						
<i>Activos Fijos</i>	232.290.00					

<i>Activos Diferidos</i>	4.900.000					
<i>Fondos Disponibles</i>	237.190.000					
<i>Capital de Trabajo</i>	22.068.900					
<i>Inversión Total</i>	259.258.900					
<i>Aporte de los socios</i>	129.629.450					
<i>Préstamo Bancario</i>	129.629.450					
	<b>AÑO 0</b>	<b>PRIMER AÑO</b>	<b>SEGUNDO AÑO</b>	<b>TERCER AÑO</b>	<b>CUARTO AÑO</b>	<b>QUINTO AÑO</b>
<b>INGRESOS</b>						
<i>Ingresos por servicio de Bolera</i>		301.401.675	321.204.609	342.308.657	364.799.288	388.767.623
<i>Ingreso por arrendamiento Cafetería</i>		12.000.000	12.720.000	13.483.200	14.292.192	15.149.724
<b>TOTAL INGRESOS OPER.</b>		313.401.675	333.924.609	355.791.857	379.091.480	403.917.346
<b>COSTOS OPERATIVOS</b>		109.189.528	114.534.684	120.173.957	126.121.803	132.393.162
<b>COSTOS</b>		165.987.188	174.209.777	182.899.058	192.079.944	201.778.333

ADMINISTRATIVOS		6	41		9	7
TOTAL COSTOS Y GASTOS		275.176.714	288.744.426	303.073.015	318.201.752	334.171.498
RENTA ANTES DE IMPUESTO		38.224.961	45.180.183	52.718.836	60.889.728	69.745.848
Impuesto		9.556.744	11.295.550	13.180.214	15.222.937	17.436.967
Mas Depreciación		17.739.000	17.739.000	17.739.000	17.739.000	17.739.000
Mas Amortización Diferidos		980.000	980.000	980.000	980.000	980.000
Menos Pago Amortización Préstamo		7.386.826	8.273.245	9.266.034	10.377.958	11.623.313
Flujo Fondos del Proyecto	129.629.450	40.000.391	44.330.388	48.991.588	54.007.832	59.404.567
VALOR PRESENTE NETO	\$44.327.043					
T.I.R.	24%					
TMAR	12,0%					
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2 años + 11 meses					

Fuente: Presente estudio

	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		332.120.675	352.643.609	374.510.851	397.810.480	422.636.346

	129.629.4	292.120.2	308.313.2	325.519.2	343.802.6	363.231.7
<i>EGRESOS</i>	50	84	21	63	48	79
<i>FLUJO NETO DE EFECTIVO</i>	129.629.4	40.000.39	44.330.38	48.991.58	54.007.83	59.404.56
	50	1	8	8	2	7
<i>VPN(i) INGRESOS</i>	\$1.336.862.034					
<i>VPN(i) EGRESOS</i>	\$1.292.534.991					
<i>VPN(i) DEL PROYECTO</i>	\$44.327.043					

Fuente: Presente estudio

Se recuperó la inversión inicial y además se maximizó el valor del proyecto en \$44.327.043 con una tasa mínima de rentabilidad del 12% anual, en un horizonte de 5 años.

El anterior resultado nos indica que el VPN es mayor a cero y por lo tanto el proyecto es factible de realizar.

## 9.7 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno TIR es aquella tasa de interés que hace igual a cero, el valor presente del proyecto, en otras palabras es la tasa que hace equivalentes, los ingresos recibidos y los pagos efectuados durante el tiempo del proyecto.

El análisis de la TIR por modelo es la siguiente:

TIR Efectiva Diaria	0.100%
TIR. Efectiva Mensual	3.0853%
TIR. Efectiva Anual	12%

El proyecto presenta una TIR positiva del 24%, que comparado con la tasa de descuento o de oportunidad que era del 12% es mayor, por lo cual su ejecución es factible.

**9.8 Relación Beneficio Costo (B/C)**

Este indicador se utiliza para determinar las bondades del proyecto medidas está en la relación entre los ingresos proyectados y los costos proyectados.

La relación B/C se calcula de la siguiente manera.

Se calcula el valor presente de los ingresos

Se calcula el valor presente de los egresos del proyecto

Se establece una relación entre VPN de los ingresos y VPN de los egresos, al dividir los ingresos entre los egresos. El resultado de tal división es la relación Beneficio-Costo

La relación beneficio-costo puede asumir los siguientes valores

1

$B/C = 1$

$< 1$

Cuando el valor es superior a 1, significa que el VPN de los ingresos es superior al de los egresos, es decir el VPN del proyecto es positivo y en consecuencia el proyecto es atractivo.

Cuando B/C es igual a 1 el VPN de los ingresos es igual a los egresos y el VPN del proyecto es igual a Cero. Por consiguiente, en tales circunstancias el proyecto es indiferente y la tasa de interés utilizada representa la tasa interna de retorno del proyecto.

Cuando el valor de esta relación es negativo, se tiene un proyecto en el cual el VPN de los ingresos es menor que el de egresos, lo cual señala que el VPN de todo el proyecto es negativo, es decir, que el proyecto no es atractivo.

El cálculo de la relación para los diferentes modelos son los siguientes.

**Cuadro 28. Relación beneficio costo.**

	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
--	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------



<i>Total Ingresos Del Proyecto</i>		332.120.675	352.643.609	374.510.851	397.810.480	422.636.346
<i>Total Egresos Del Proyecto</i>	129.629.450	292.120.284	308.313.221	325.519.263	343.802.648	363.231.779
	<i>B/C=</i>	<i>1,16</i>				
	<i>B/C &gt; = 1 APROBAR</i>					
	<i>B/C &lt; = 1 RECHAZAR</i>					
<i>Fuente: Presente Estudio</i>						

VPN(i) INGRESOS	\$1.336.862.034
VPN(i) EGRESOS	\$1.154.049.099
B/C	1,16

El valor de 1.16 indica una relación mayor a uno por tal razón el proyecto se puede realizar.

El análisis de la evaluación financiera de acuerdo a los indicadores de la misma, determina que el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR), y la relación beneficio costo (B/C).

En este caso el valor presente neto es positivo, mayor a cero, si el valor presente neto (VPN) es mayor a cero, quiere decir que la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto debe ser mayor a la tasa de oportunidad. Por lo tanto, el proyecto se puede realizar.

## 9.9 Beneficios del proyecto

El Fortalecimiento de la Oferta de nuevos sitios de diversión y esparcimiento en el municipio de Girardot Cundinamarca, mediante un proyecto de una propuesta de creación de una bolera en el municipio de Girardot, que

beneficiara a los habitantes de este municipios y municipios aledaños, incluyendo a los turistas que nos visitan los fines de semana y temporada de vacaciones.

La relación beneficio costo fue de 1.16, a 1, lo cual lo hace realizable

### **9.10 Limitaciones**

Estas podrían ser un alto impuesto de industria y comercio, que afectaría las utilidades, así mismo los permisos de uso del suelo de acuerdo al POT del municipio, los horarios designados para este tipo de negocios entre otros.

## **10. ASPECTOS AMBIENTALES DEL PROYECTO**

Cuando hablamos de los aspectos ambientales del proyecto, nos referimos a los elementos y procesos que pudieran causar una afectación en el medio, como pueden ser la generación de ruidos, y desechos, que podrían causar un impacto ambiental

### **10.1 Identificación y cuantificación del Impacto Ambiental**

Dentro de la identificación y cuantificación de los elementos que podrían incidir en la generación de impactos ambientales, serían los siguientes:

- ❖ Manejo de residuos sólidos
- ❖ Manejo de materiales e insumos
- ❖ Manejo de agua potable
- ❖ Manejo del recurso energético
- ❖ Manejo de riesgos y emergencias
- ❖ Manejo de la educación ambiental.
- ❖ Manejo de mecanismos de control y evaluación del plan de manejo ambiental.

### **10.2 Plan de Manejo Ambiental**

#### **10.2.1 Manejo de residuos sólidos.**

- ❖ Disminuir las aguas residuales de modo que no produzcan alteraciones ambientales, reutilizando estas aguas.
- ❖ Separar desechos y adoptar programas de reciclaje

- ❖ Aprovechar las aguas lluvias
- ❖ Adoptar medidas para minimizar las emisiones de gases y aerosoles contaminantes, ruidos desagradables desechos.
- ❖ Clasificar desde la fuente de generación de desechos

#### **10.2.2 Manejo de materiales e insumos.**

- ❖ Utilizar productos detergentes que contengan tenso activos biodegradables.
- ❖ Establecer un buen sistema de almacenamiento para evitar pérdidas y gastos.
- ❖ Evitar adquirir productos que por su forma u origen sean dañinos al medio ambiente.

#### **10.2.3 Manejo de agua potable.**

- ❖ Implantar un sistema de registro y control del consumo de agua, dentro del local
- ❖ Revisar periódicamente las instalaciones de agua potable, aguas lluvias y aguas residuales.

#### **10.2.4 Manejo del recurso energético.**

- ❖ Implantar un sistema de registro y control del consumo de energía, tanto de las cabañas, como la parte administrativa y las zonas comunes.
- ❖ Revisar periódicamente las instalaciones eléctricas, de aires acondicionados de ventiladores y demás enseres eléctricos.

### **10.2.5 Manejo de riesgos y emergencias.**

- ❖ Diseñar sistemas de evacuación para casos de emergencia

### **10.2.6 Manejo de la educación ambiental.**

- ❖ Incentivar, y diseñar programas de limpieza, mantenimiento, de las instalaciones del local.
- ❖ Informar a los clientes de los planes y programas ambientales

### **10.2.7 Manejo de mecanismos de control y evaluación del plan de manejo ambiental.**

- ❖ Utilizar métodos de purificación amigables con el medio ambiente
- ❖ Identificar aquellas actividades que generan mayor gasto
- ❖ Evitar el uso de tóxicos y productos químicos.

## 11. ESTUDIO DE DESASTRES Y/O RIESGOS DEL PROYECTO



De acuerdo al POT del municipio de Girardot, el proyecto no está ubicado en ninguna zona de desastre natural ni de erosión y está localizado de acuerdo al uso del suelo.

### 11.1 Análisis de amenazas

Una de las amenazas de los proyectos en Colombia es el cambio de las reglas de juego en cuanto a normatividad, como los cambios en la tributación, cada dos años el gobierno saca una reforma tributaria, que afecta a los negocios, otro son los cambios de normas municipales, como el POT, los impuestos municipales de industria y comercio, predial, las tarifas de los servicios públicos, en especial el de energía. El crecimiento del desempleo puede afectar la

economía regional y la delincuencia común, ante la cual es necesario tomar medidas de seguridad a modo de prevención<sup>13</sup>.

## **11.2 Análisis de vulnerabilidad**

La bolera debe planear bien toda la operatividad del proyecto, con el fin de incrementar la seguridad, se hace necesario realizar un análisis de vulnerabilidad para identificar problemas de seguridad que pueda afectar a la organización.

De otro lado contratar expertos en métodos de seguridad informática para protección de la información que se maneja en los equipos de cómputo.

## **11.3 Análisis de Riesgos**

Es pertinente afirmar que los riesgos son eventos ciertos e inciertos en su ocurrencia, y que pueden tener un efecto positivo o negativo para el proyecto según el caso.

## **11.4 Medidas de mitigación y prevención**

El Plan de Medidas de Mitigación y prevención Ambiental de un proyecto o actividad deberá contener, cuando proceda, uno o más de los siguientes planes:

---

<sup>13</sup> PROYECTO URBANÍSTICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO A TURISTAS EN EL MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS CUNDINAMARCA; Wilson Alfaro guzmán, y otros; UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS, Especialización en gerencia de proyectos año 2015

#### **11.4.1 Plan de medidas de Prevención.**

También denominadas medidas protectoras, son todas aquellas que evitaren la aparición de efecto ambiental negativo.

En el caso del proyecto del proyecto de la bolera se han tomado todas las medidas de prevención ambiental, como el diseño adecuado de las instalaciones, físicas, eléctricas, de acueducto, un correcto diseño del drenaje de aguas lluvias, y aguas residuales.

Todos los elementos tienen una ubicación adecuada y se cuenta con tecnología de última generación. Así mismo el manejo técnico de los residuos sólidos.

#### **11.4.2 Plan de Medidas de Mitigación Ambiental.**

Las medidas de mitigación ambiental tienen por finalidad evitar o disminuir los efectos adversos del proyecto o actividad.

En este caso se hará un riguroso control y mantenimiento de las maquinarias y equipos. Además, se contara un adecuado diseño de seguridad industrial, así mismo como las medidas de control de accidentes, que puedan causar daños a la vida, a la salud humana o al medio ambiente.



## **12. IMPACTOS ECONÓMICO Y SOCIAL DEL PROYECTO**

### **12.1 Impacto Económico**

El impacto económico se verá reflejado en las ventas por el servicio de la bolera que se generaran a partir de la operación y puesta en marcha de la nueva empresa, cuyo objetivo es que la rentabilidad esperada del proyecto, sea mayor a la tasa de oportunidad en alianza con empresas regionales y locales.

Así mismo, es relevante mencionar que la constitución de una nueva empresa genera una influencia positiva en el desarrollo del sector, pues estimula la oferta de servicios innovadores y diferenciados, además genera empleo directo e indirecto, y el pago de tributos al municipio y a la nación

### **12.2 Impacto Social**

El proyecto además de pretender tener éxito en la parte financiera trae consigo la intención de impactar de manera positiva en los aspectos sociales del municipio de Girardot y la región. Para ello se quiere tener en cuenta y en gran medida a la comunidad en lo que respecta a la conformación del recurso humano. Con esta labor se abrirá la posibilidad de:

- ❖ Generar nuevos empleos que contribuyan al sostenimiento económico de las familias de los colaboradores.
- ❖ Ofrecer un trato humano a los colaboradores y posibilidades de capacitaciones que permitan el desarrollo de un mejor capital humano.
- ❖ Al generar opciones de empleo se ha demostrado que se reducen los índices de violencia y criminalidad en el sector de influencia.

De otro lado también se pretende emplear jóvenes menores de 25 años como oferta de primer empleo de acuerdo a la ley 1429 de 2010.

### **13. CONCLUSIONES**

Al municipio de Girardot, le viene bien este tipo de proyecto porque le da un impulso a negocios innovadores que contribuyen al esparcimiento y diversión de los habitantes y turistas, aprovechando sus ventajas comparativas, (cercanía a Bogotá, Sol, baja delincuencia, pacífico y tranquilo, etc.), ya que este municipio, tiene un aparato productivo extremadamente débil, debido a que no existen industrias; su comercio, contadas excepciones, tiene una estructura tradicional, y posee una economía de tipo salarial, por un lado fundamentada en los pensionados y las personas que tiene un empleo fijo, pero también genera un a economía informal, es decir fundamentada en los ingresos que perciben las personas por el rebusque. El turismo está en proceso de fortalecimiento y de convertirse en la nueva vocación económica de Girardot, como generador de empleo y de riqueza colectiva.

Con el estudio de cada uno de los procesos y su análisis, como la revisión teórica, investigación de Campo, las proyecciones, los balances, estados de resultados y el cálculo de los Indicadores de evaluación financiera se concluye que nuestro proyecto es factible.

El proyecto es realizable de acuerdo a los resultados de los indicadores de evaluación financiera como es el valor presente neta (VPN) que fue mayor a cero y a la (TIR). Que fue superior a la tasa de descuento. Luego de recuperar el 129.629.450 de inversión inicial, deja un rubro positivo, indicando que la actividad económica retribuye aquellos recursos por los cuales se asume cierto riesgo financiero. Esta razón de análisis es importante conocerla, especialmente para aquellas personas interesadas en el proyecto, ya que tendrán la oportunidad de saber la proyección económica que tiene esta empresa en el municipio de Agua de Dios, La razón costo beneficio nos indica que la inversión inicial es recuperada 1,16 veces al cabo de los primeros cinco años de estar funcionando este proyecto

S.A, resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que supera el mínimo esperado que es una (1) vez.

Es ente proyecto se pudo poner en practica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de esta especialización, el cual era el objetivo nuestro.

La inversión inicial es recuperada 1,16 veces al cabo de los primeros cinco años, resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que supera el mínimo esperado que es una (1) vez.

Los centros de diversión han resultado ser negocios que generan altos niveles de rentabilidad y excelentes ingresos, debido a que estos lugares son visitados por turistas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- SAPAC Chaing Nasar y Reinaldo; preparación y formulación de proyectos, editorial Mc Graw Hill, quinta edición Bogotá Colombia 2008.
- ALEJANDRO Domínguez doncel y GEMMA Muñoz Vera; Métricas del marketing, Editorial Alfaomega, Segunda edición Madrid 2010.
- GABRIEL Vaca Urbina, evaluación de proyectos, editorial Mc Graw Hill, Tercera edición México 1995.
- INGRID Rivera Avellaneda, Trabajo de grado titulado, “Plan De Negocio Para La Creación De Una Constructora Enfocada Hacia La Arquitectura Sostenible En Estratos Altos De La Ciudad De Bogotá”, PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, BOGOTÁ 2010
- CÁMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT, Concepto Económico de la Jurisdicción
- WILLIAM ROBERTO TOVAR LUNA Presidente Ejecutivo. Girardot año 2014
- Departamento de Cundinamarca, Secretaría de Planeación de Cundinamarca, Oficina de Sistemas de Información Análisis y Estadísticas, Estadísticas Básicas Provincia del Alto Magdalena, Bogotá año 2015
- Ministerio de industria y comercio, Informe Turismo enero 2015, oficina de estudios económicos. Bogotá abril de 2015
- Dane; Censo General 2005; Perfil Girardot – Cundinamarca.
- Estadísticas Básicas de la provincia de alto magdalena; Girardot y la región del alto magdalena en cifras 2014; oficina de planeación gobernación de Cundinamarca
- Aljure Manuel, 2011, Laboratorio de proyectos de ciudad. Publicación limitada.
- “Proyecto Urbanístico Para El Fortalecimiento De La Oferta De Alojamiento A Turistas En El Municipio De Agua De Dios Cundinamarca” Wilson Alfaro

guzmán y otros; especialización en gerencia de proyectos; corporación universitaria minuto de Dios; Girardot 2015.

“Propuesta De Creación De Una Empresa De Deporte Y Aventura Extrema, “Yujho Parque Extremo” En El Municipio De Girardot” Wendy Yurani Guzmán Tapias y otro; especialización en gerencia de proyectos; corporación universitaria minuto de Dios; Girardot 2015.

Concejo municipal de Girardot; ACUERDO 04 DE 2015; "Por el cual se crea la política pública de turismo en el Municipio de Girardot".

Plan De Competitividad De Girardot 2007 – 2019; Cámara de comercio de Bogotá y Girardot, abril de 2007.

Plan de Desarrollo Turístico “Primer Muelle Turístico de Colombia” 2011; municipio de Girardot.

Caracterización Turística Girardot Mesa Gestión y Planificación Turística, Región del Alto Magdalena; julio 23 de 2014

Rodríguez, A. (s.f.). *Seminario de Turismo Alternativo*. Recuperado el Agosto de 2011, de [www.moblibar.com.mx/articulos /index.php/administracion-yfinanzas/ administracion-para-de-hoteles/42-administracion-para-de-hoteles/3738- seminario-de-turismo-alternativo/texto1.html](http://www.moblibar.com.mx/articulos/index.php/administracion-yfinanzas/administracion-para-de-hoteles/42-administracion-para-de-hoteles/3738-seminario-de-turismo-alternativo/texto1.html)

Plan de desarrollo Girardot, (2012-2015),

[http://www.girardotcundinamarca.gov.co/apc-afiles/31653534616662323337623935383430/plan\\_de\\_desarrollo\\_girardot\\_tiene\\_con\\_que\\_2012\\_2015.pdf](http://www.girardotcundinamarca.gov.co/apc-afiles/31653534616662323337623935383430/plan_de_desarrollo_girardot_tiene_con_que_2012_2015.pdf)

<http://girardot-cundinamarca.gov.co/indicadores.shtml>

## ANEXO A. MODELO DE ENCUESTA

# ENCUESTA

Por favor, dedique un momento a diligenciar esta encuesta.

1. ¿Género?

Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

2. ¿Edad?

Menor de 12 años \_\_\_\_\_ 26 a 30 años \_\_\_\_\_ 12 a 17 años \_\_\_\_\_ 30 a 40 años  
18 a 25 años \_\_\_\_\_ Mayor de 40 años \_\_\_\_\_

3. ¿Estado civil?

Casado \_\_\_\_\_ Soltero \_\_\_\_\_ Unión Libre \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

Entre 0 y 1 smlv \_\_\_\_\_ Entre 2 y 3 smlv \_\_\_\_\_ Entre 1 y 2 smlv \_\_\_\_\_  
Más de 3 smlv \_\_\_\_\_

5. ¿Cuántas personas mayores de 12 años conforman su núcleo familiar?

1 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

6. ¿Lugar de residencia?

Girardot \_\_\_\_\_  
Otro municipio \_\_\_\_\_

7. ¿Ha jugado Bolos?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Si su respuesta es afirmativa, pase a la siguiente pregunta

8. ¿Con que frecuencia juega este deporte?

Diariamente \_\_\_\_\_

Semanalmente \_\_\_\_\_

Quincenalmente \_\_\_\_\_

Mensualmente \_\_\_\_\_

Ocasionalmente \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es la intención de jugar este deporte?

(\* Marque una sola opción)

Aficionado \_\_\_\_\_

Compartir con mis amigos \_\_\_\_\_

Celebrar con mi familia \_\_\_\_\_

Competencia deportiva \_\_\_\_\_

10. ¿Está de acuerdo con la apertura de un centro de juego de bolos en el municipio de Girardot?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

¿Porque? \_\_\_\_\_

Si su respuesta es afirmativa, pase a la siguiente pregunta

11. ¿En dónde le gustaría que estuviera ubicado la bolera?

Centro de la ciudad \_\_\_\_\_

En uno de los barrios \_\_\_\_\_

En un centro comercial \_\_\_\_\_

En los límites del municipio \_\_\_\_\_

12. Teniendo en cuenta sus actividades diarias, por favor marque: ¿Qué día de la semana prefiere ir a jugar bolos?

lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	Domingo

Si su respuesta fue un día entre semana, pase a la siguiente pregunta, de lo contrario conteste la pregunta 15.

13. ¿Qué jornada sería más conveniente?

En la mañana \_\_\_\_\_ En la Tarde \_\_\_\_\_ En la Noche \_\_\_\_\_

14. ¿Qué horario sería más beneficioso entre semana?

(\* Marque una X)

3: 00 a 4: 00 pm		7: 00 a 8: 00 pm	
4: 00 a 5: 00 pm		8: 00 a 9: 00 pm	
5: 00 a 6: 00 pm		9: 00 a 10: 00 pm	
6: 00 a 7: 00 pm			

15. ¿Qué horario sería más conveniente (SÁBADO Y DOMINGO)?

(\* Marque una X)

10:00 a 11: 00 am		5: 00 a 6: 00 pm	
11: 00 a 12: 00 m		6: 00 a 7: 00 pm	
12: 00 a 1:00 pm		7: 00 a 8: 00 pm	



1: 00 a 2: 00 pm		8: 00 a 9: 00 pm	
3: 00 a 4: 00 pm		9: 00 a 10: 00 pm	
4: 00 a 5: 00 pm			

16. ¿Ha jugado alguna vez en las boleras que se presentan a continuación?

Bolera Compensar \_\_\_\_\_

Bolera Santa Ana \_\_\_\_\_

Bolera Hotel Penaliza \_\_\_\_\_

17. ¿Cómo califica la atención de estos lugares?

Bueno \_\_\_\_\_

Regular \_\_\_\_\_

Mala \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

18. Del siguiente listado, califique de 1 a 5 cada uno de los factores, donde 1 “es el más relevante y 5 “el menos relevante”

	1	2	3	4	5
Atención					
Mejores Precios					
Diversidad de juegos					
Promociones					
Parqueaderos					

19. ¿Le gustaría que en una bolera le ofrecieran el servicio de heladería?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Por qué? \_\_\_\_\_

20. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un juego de bolos?

(\* Marque una X)

20.000 a 50.000	
50.000 a 80.000	
80.000 a 100.000	
Más 100.000	

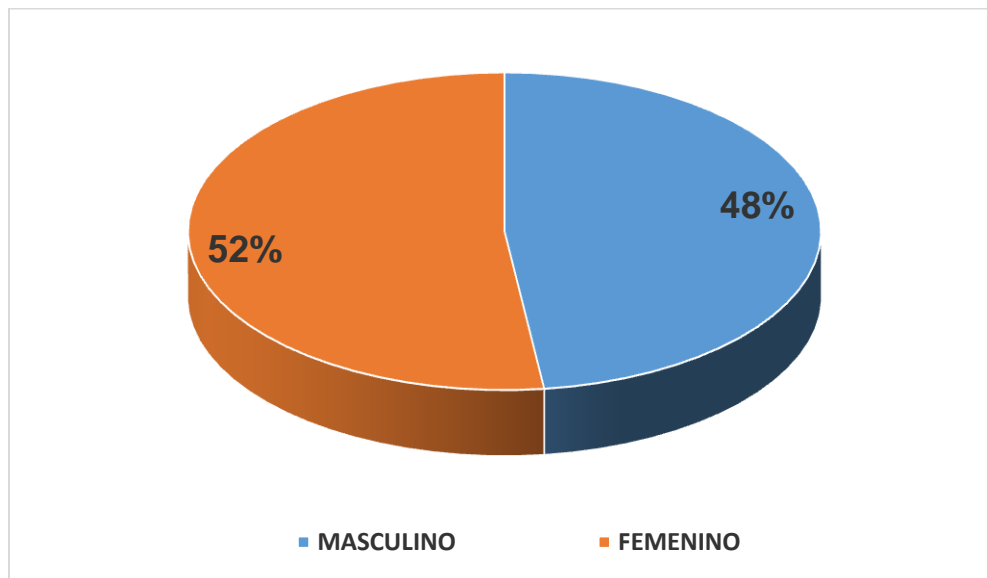
## ANEXO B. RESULTADOS ENCUESTA

**Cuadro 29. Género**

Masculino	184	48%
Femenino	200	52%
Total	384	100%

Fuente. Presente Estudio.

**Gráfica 1. Género**



Fuente. Presente Estudio.

En la gráfica No 1, que se refiere al género de las personas encuestadas, arrojo que el 52% son mujeres y el 48% son hombres

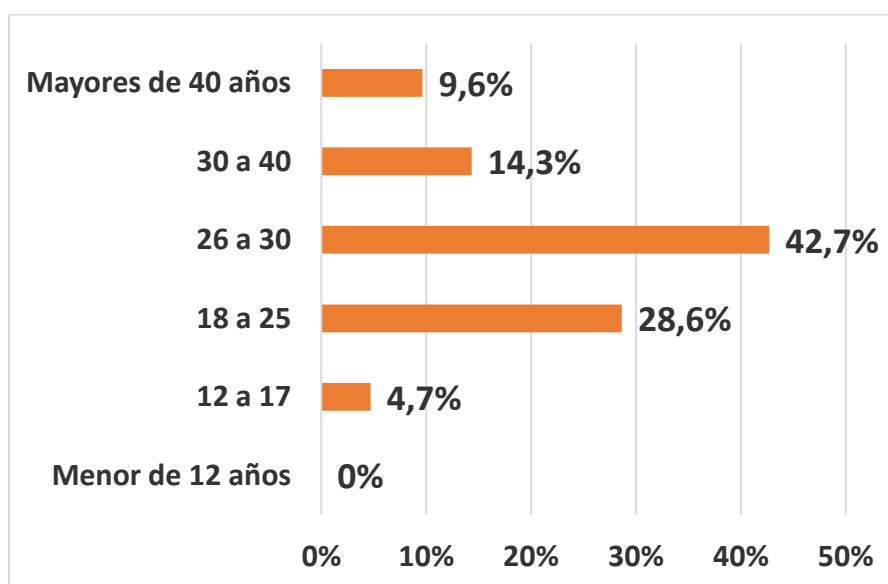
**Cuadro 30. Edad**

Rango edad	No. de encuestas	%
------------	------------------	---

Rango edad		No. de encuestas	%
Edad	Menor de 12 años	0	0%
	12 a 17	18	4,7%
	18 a 25	110	28,6%
	26 a 30	164	42,7%
	30 a 40	55	14,3%
	Mayores de 40 años	37	9,6%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio.

**Gráfica 2. Edad.**



Fuente. Presente Estudio

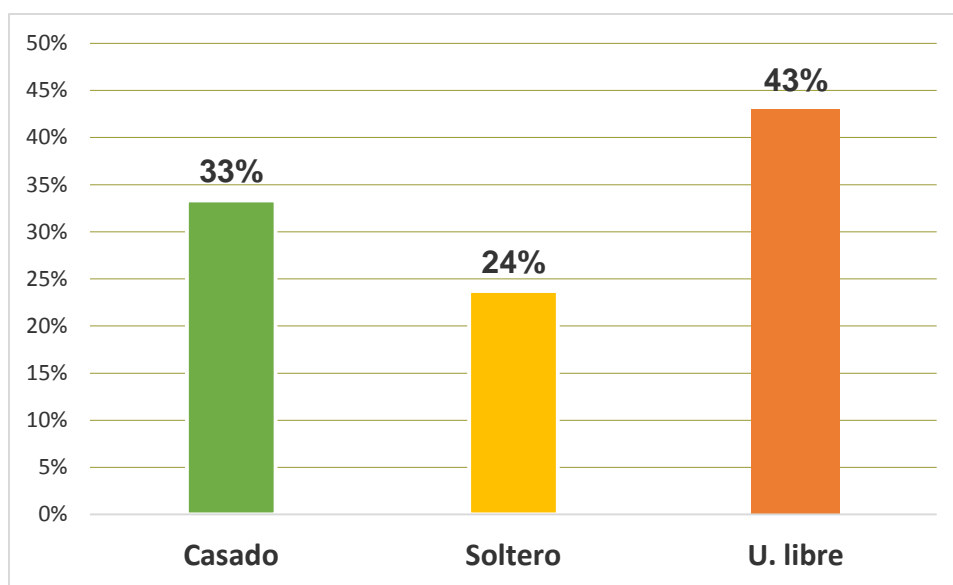
De las personas encuestadas, las de mayor rango fueron los jóvenes de 26 a 30 años con un 47%, seguido por los jóvenes de 18 a 25 años, en el tercer rango quedaron las personas de 30 a 40 años con un 14.3%, en el grupo ultimo están registrados los niños de 12 a 17 años.

**Cuadro 31. Estado Civil**

Estado Civil	Casado	128	33%
	Soltero	91	24%
	U. Libre	165	43%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 3. Estado civil.**



Fuente. Presente Estudio

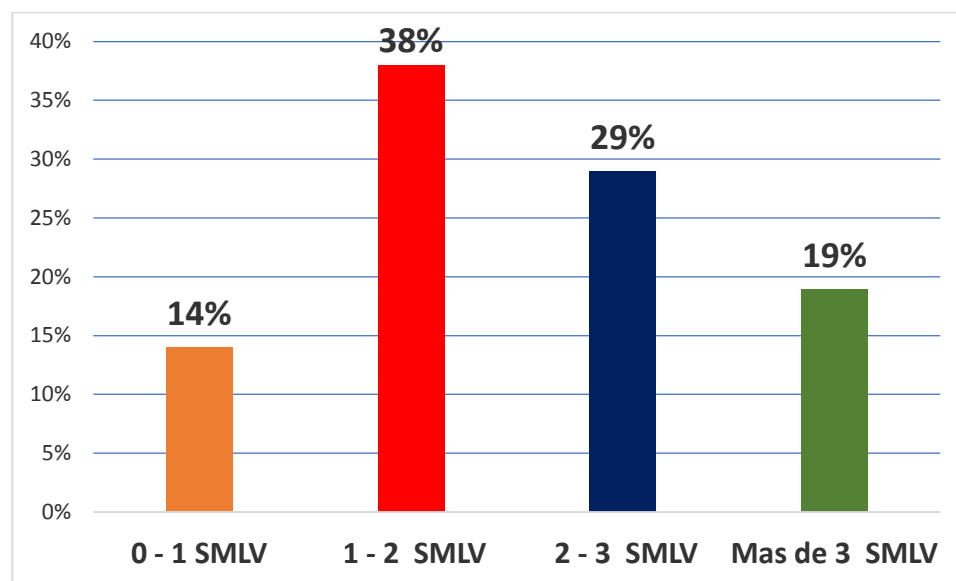
En la gráfica No. 3, podemos observar que, al contestar la encuesta en lo referente a su estado civil, las parejas que viven en unión libre son mayoría con un 43%, seguido de los casados con un 33% y solo un 24% de las personas encuestadas son solteras.

**Cuadro 32. Nivel de ingresos familiares**

Nivel de ingresos	0 - 1 SMLV	55	14%
	1 - 2 SMLV	146	38%
	2 - 3 SMLV	110	29%
	Más de 3 SMLV	73	19%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 4. Nivel de ingresos familiares.**



Fuente. Presente Estudio

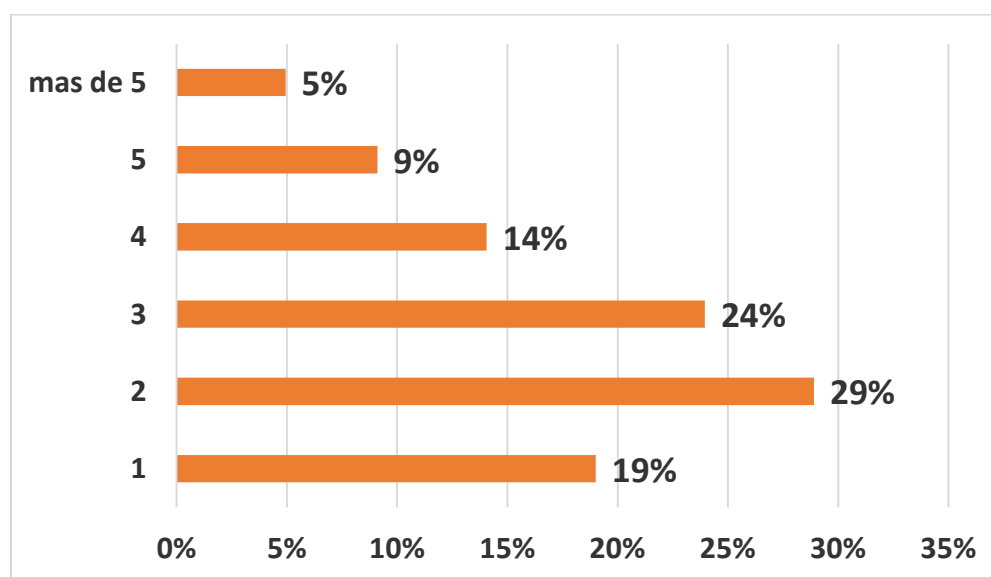
De acuerdo a lo registrado en las encuestas, el 38% que es la mayoría de los de los encuestados los ingresos familiares están entre uno y dos salarios mínimo legal vigente, seguido del 29% donde los ingresos familiares están entre 2 y 3 salarios mínimos, un 19% de los encuestados tienen ingresos familiares que superan los 3 salarios mínimos legales y solamente el 14% de los encuestados sus ingresos familiares alcanzan a un salario mínimo legal vigente

**Cuadro 33. Personas mayores de 12 años por familia**

Personas mayores de 12 años conforman su núcleo familiar	1	73	19%
	2	111	29%
	3	92	24%
	4	54	14%
	5	35	9%
	Más de 5	19	5%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 5. Personas mayores de 12 años por familia.**



Fuente. Presente Estudio

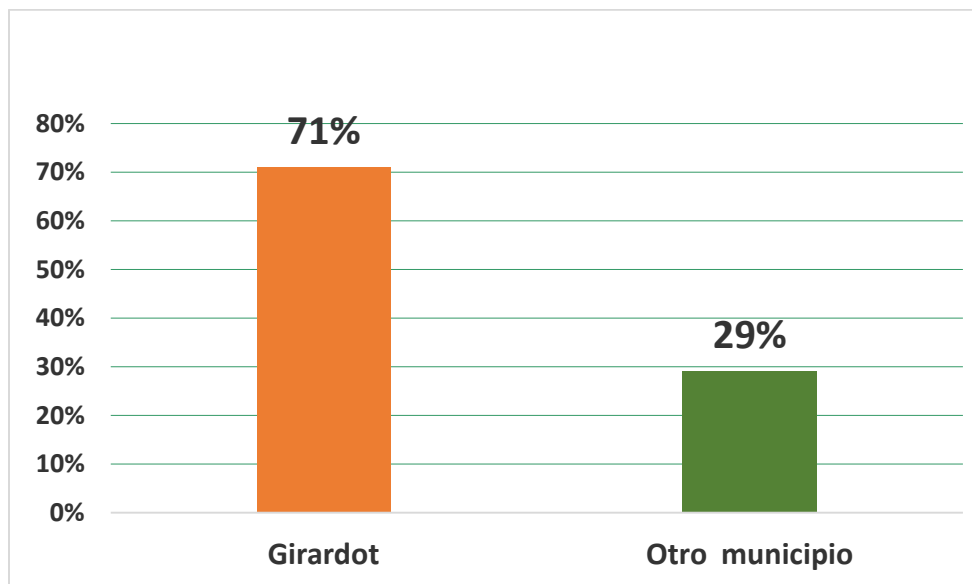
Los hogares donde habitan personas mayores de 12 años el de mayor número de estas personas fue el de 2 personas con un 29% de los encuestados, seguido el de tres personas con un 24%, un 14% el de 4 personas, con un 9% de los encuestados los hogares con 5 miembros y con más de 5 personas por hogar el 5% únicamente.

**Cuadro 34. Lugar de residencia**

Residencia	Girardot	274	71%
	Otro municipio	110	29%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 6. Lugar de residencia.**



Fuente. Presente Estudio

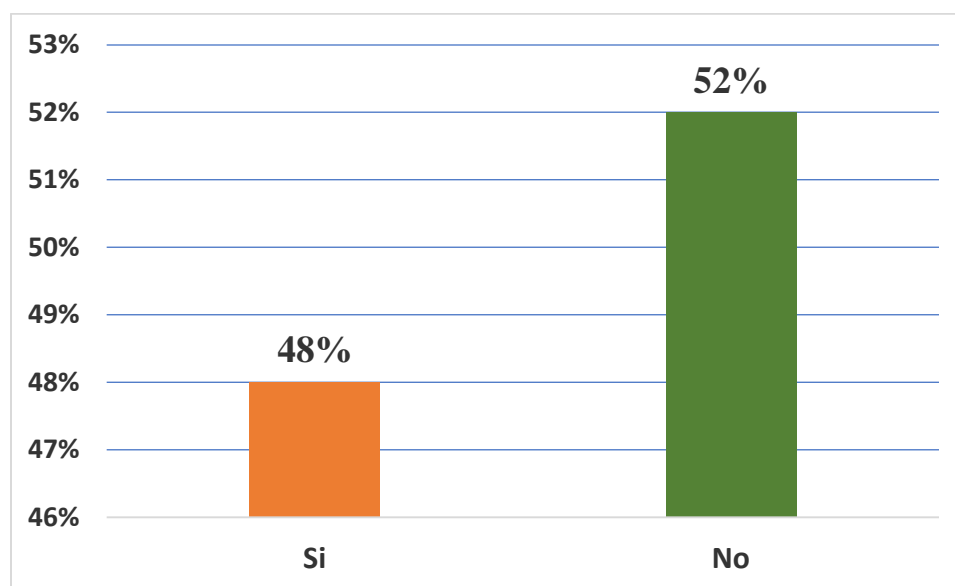
De los encuestados el 71% residen en el municipio de Girardot, y solo el 29% son de otros municipios

**Cuadro 35. Ha jugado bolos alguna vez?**

Ha jugado bolos	Si	183	48%
	No	201	52%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 7. Ha jugado bolos alguna vez?**



Fuente. Presente Estudio

De acuerdo a las personas encuestadas, el 52 % que es una cifra bastante alta nunca en la vida ha jugado bolos, solo lo ha hecho un 48%.

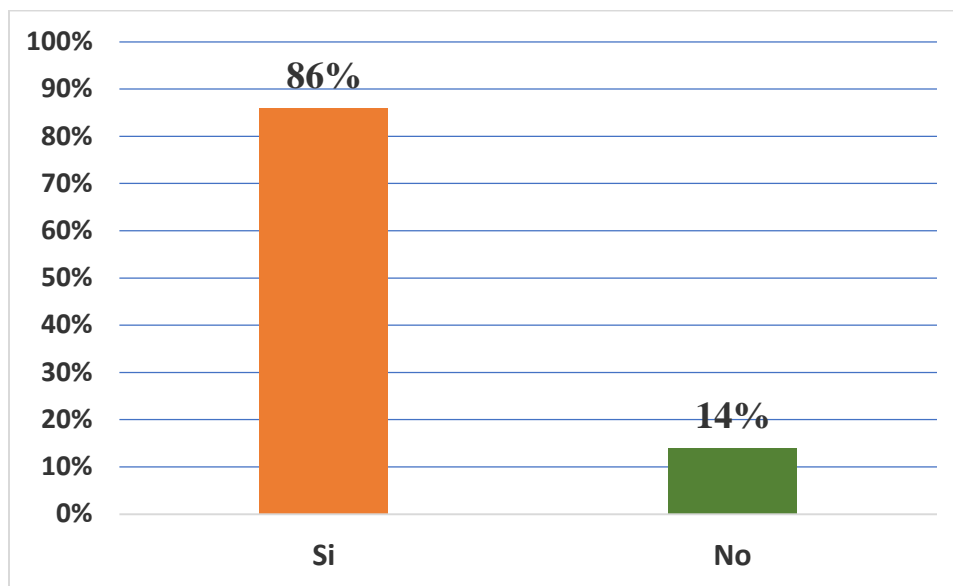
**Cuadro 36. Le gustaría jugar bolos?**

Le gustaría jugar bolos	Si	173	86%
	No	28	14%
Total		201	100%

Fuente. Presente Estudio



### Gráfica 8. Le gustaría jugar bolos?



Fuente. Presente Estudio

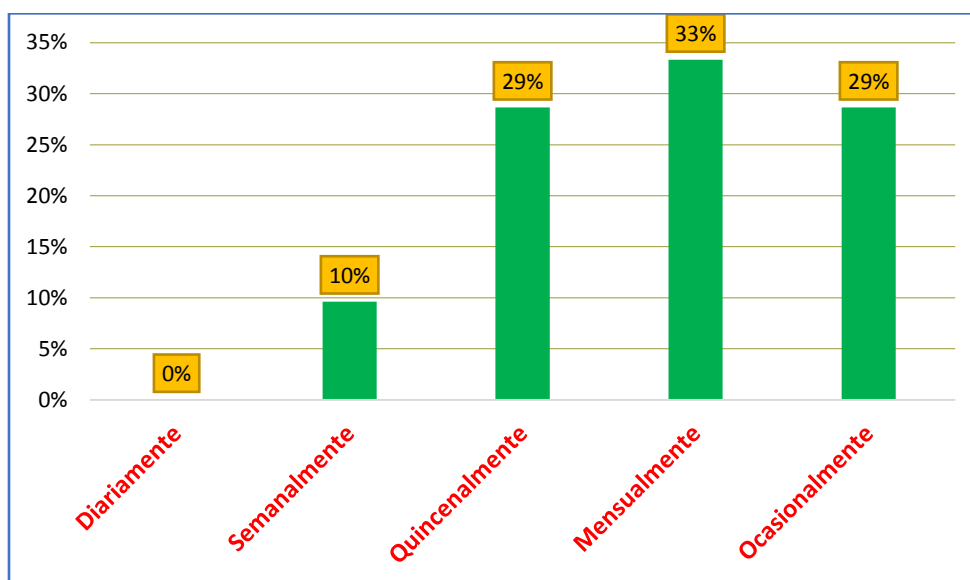
De acuerdo a las encuestas y a la gráfica anterior, 201 personas de las 384 nunca han jugado bolos, de esas personas que no han jugado este deporte, el 86% le gustaría hacerlo.

### Cuadro 37. Frecuencia de juego.

Con que frecuencia jugaría este deporte	Diariamente	0	0%
	Semanalmente	37	10%
	Quincenalmente	110	29%
	Mensualmente	128	33%
	Ocasionalmente	110	29%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 9. Frecuencia de juego.**



Fuente. Presente Estudio

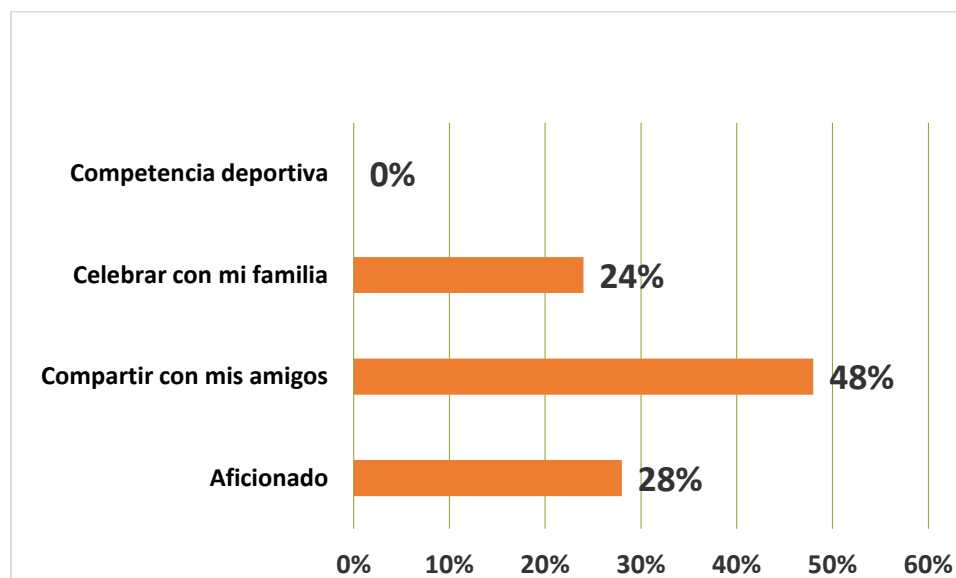
De acuerdo a las personas encuetadas la frecuencia con que jugarían bolos es semanalmente el 10%, quincenalmente, 29%, mensualmente el 33% y ocasionalmente de acuerdo a las encuestas lo hacen el 29%.

**Cuadro 38. Cuál es la intencionalidad con este juego.**

¿Cuál es la intención de jugar este deporte?	Aficionado	108	28%
	Compartir con mis amigos	184	48%
	Celebrar con mi familia	92	24%
	Competencia deportiva	0	0%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 10. Cuál es la intencionalidad con este juego.**



Fuente. Presente Estudio

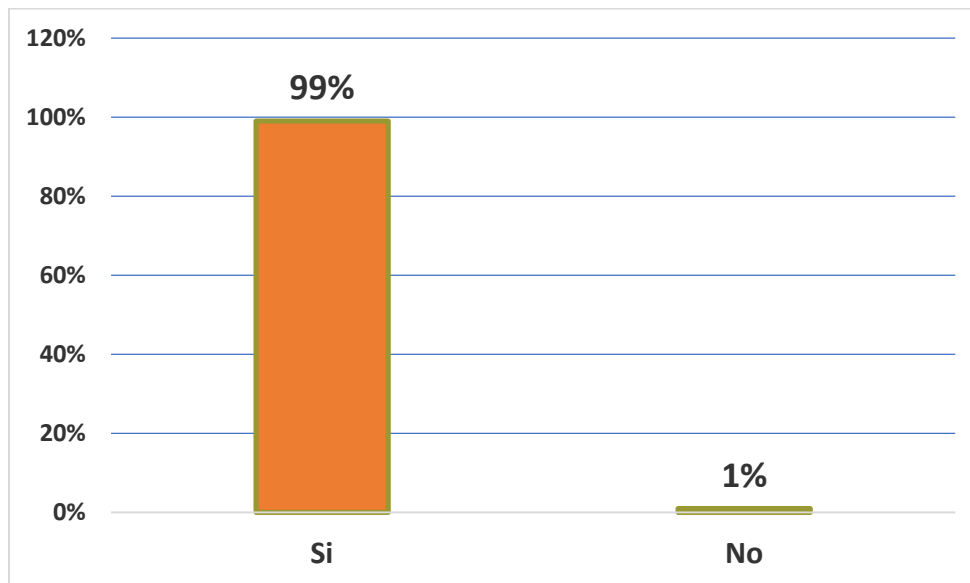
Las personas que juegan bolos lo hacen en un 48% por compartir con sus amigos, un 28% lo practican por afición, un 24% por celebrar con la familia y por competencia deportiva un 0%.

**Cuadro 39. Está de acuerdo con la apertura de un centro de juego de bolos en el municipio de Girardot**

¿Está de acuerdo con la apertura de un centro de juego de bolos en el municipio de Girardot	Si	380	99%
	No	4	1%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 11. Está de acuerdo con la apertura de un centro de juego de bolos en el municipio de Girardot.**



Fuente. Presente Estudio

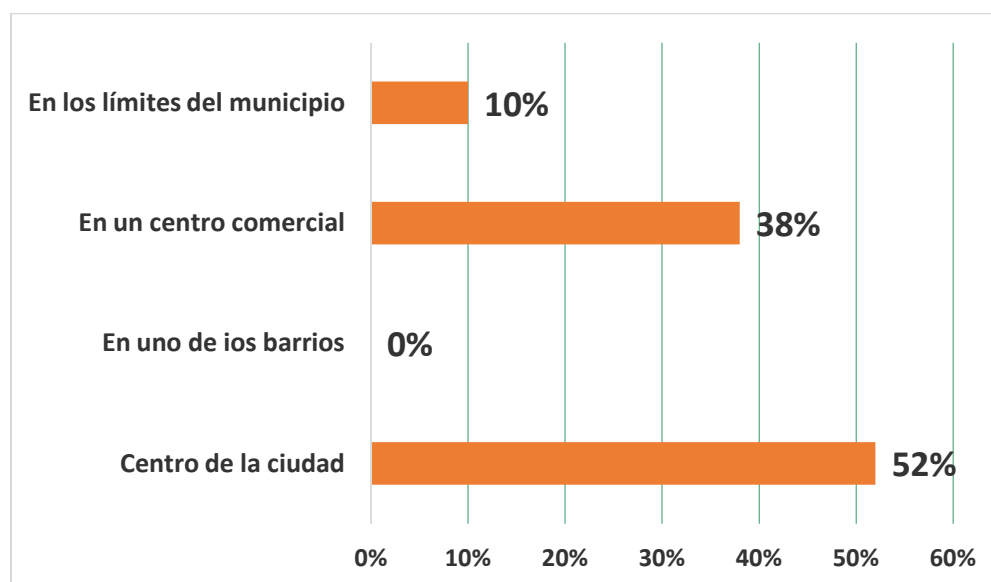
De las personas encuestadas, el 99% le gustaría que se abriera una bolera en el municipio de Girardot.

**Cuadro 40. Ubicación de la bolera**

¿En dónde le gustaría que estuviera ubicado la bolera?	Centro de la ciudad	201	52%
	En uno de los barrios	0	0%
	En un centro comercial	146	38%
	En los límites del municipio	37	10%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 12. Ubicación de la bolera.**



Fuente. Presente Estudio

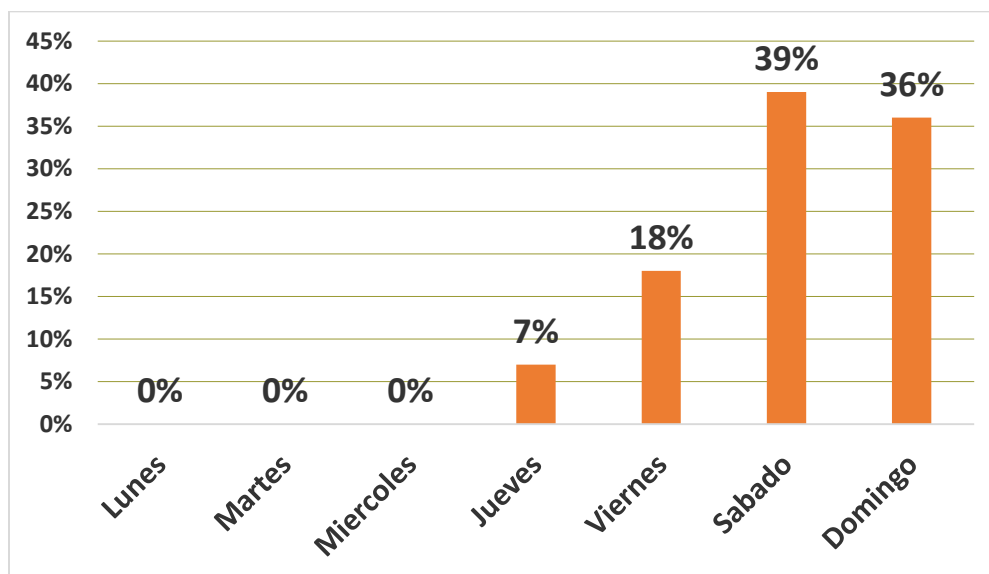
De acuerdo a las encuestas las personas quieren en 52% que esta bolera quede en el centro de la ciudad, seguido de un 38% en un centro comercial y solamente un 10% está de acuerdo en que la bolera quede en los límites de la ciudad

**Cuadro 41. Qué día de la semana prefiere jugar bolos.**

Teniendo en cuenta sus actividades diarias, por favor marque: ¿Qué día de la semana prefiere ir a jugar bolos?	Lunes	0	0%
	Martes	0	0%
	Miércoles	0	0%
	Jueves	27	7%
	Viernes	69	18%
	Sábado	151	39%
	Domingo	137	36%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 13. Qué día de la semana prefiere jugar bolos.**



Fuente. Presente Estudio

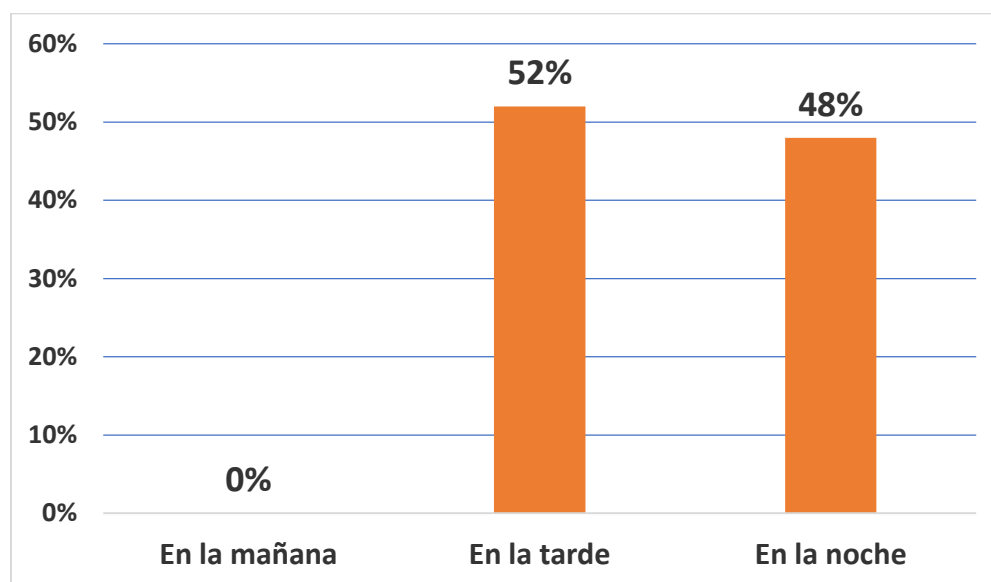
De acuerdo a las encuestas a las personas les gustaría practicar este deporte los días jueves son un 7%, seguido de los viernes con un 18% y los días sábados y domingos con un 39% y 36% respectivamente.

**Cuadro 42. Qué jornada sería más conveniente para usted.**

¿Qué jornada sería más conveniente?	En la mañana	0	0%
	En la tarde	201	52%
	En la noche	183	48%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 14. Qué jornada sería más conveniente para usted.**



Fuente. Presente Estudio

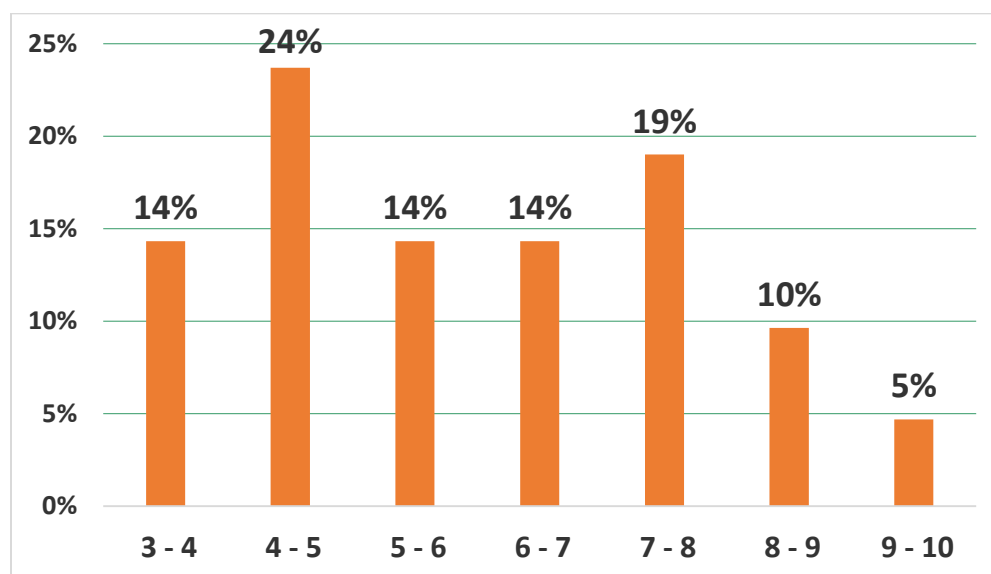
Según los encuestados la jornada más conveniente para jugar es en la tarde con un 52% y en la noche con un 48%, esta pregunta guarda una estrecha relación con los días de la semana, donde los más altos porcentajes fueron los sábados y domingos y por lo regular en familia se juega en el día.

**Cuadro 43. Qué jornada sería más conveniente para usted.**

¿Qué horario sería más beneficioso entre semana?	3 - 4	55	14%
	4 - 5	91	24%
	5 - 6	55	14%
	6 - 7	55	14%
	7 - 8	73	19%
	8 - 9	37	10%
	9 - 10	18	5%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 15. Qué jornada sería más conveniente para usted.**



Fuente. Presente Estudio

El horario que más le gusta a los encuestados para jugar es el de 4 a 5 de la tarde, seguido por el de 7 a 8 de la noche y seguidos con un 19% los horarios de 3 a 4, de 5 a 6 de la tarde y el de 6 a 7 de la noche, los horarios menos favorecidos fueron los de 8 a 9 y los de 9 a 10 de la noche con una aceptación del 10% y 5% respectivamente. Los horarios de la tarde ocupan un 52% y los de la noche un 48% de acuerdo a las jornadas de juegos escogidas en la pregunta anterior por los encuestados.

**Cuadro 44. Horarios fin de semana.**

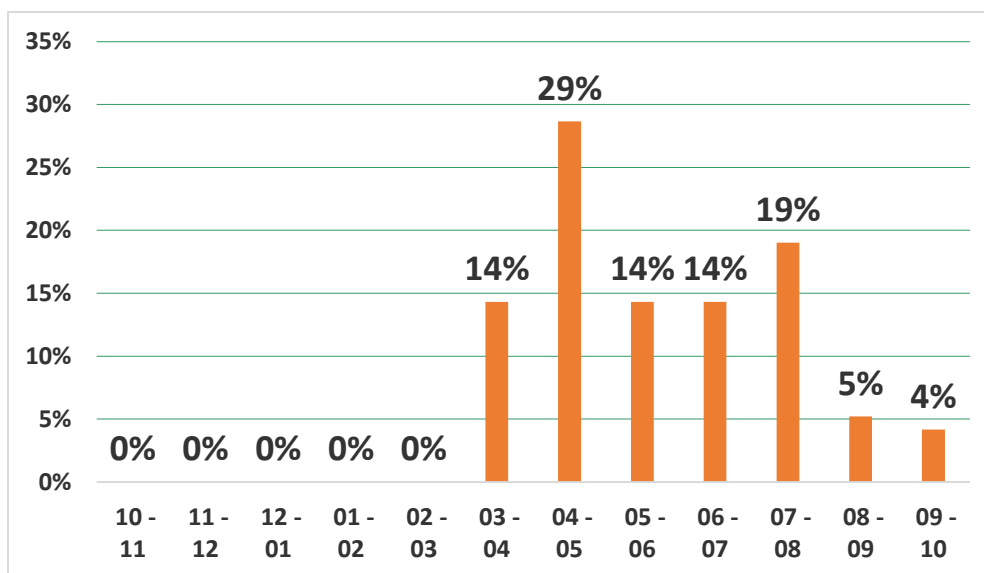
¿Qué horario sería más conveniente (Sábado y Domingo)?	10 - 11	0	0%
	11 - 12	0	0%
	12 - 01	0	0%
	01 - 02	0	0%
	02 - 03	0	0%
	03 - 04	55	14%



	04 - 05	110	29%
	05 - 06	55	14%
	06 - 07	55	14%
	07 - 08	73	19%
	08 - 09	20	5%
	09 - 10	16	4%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 16. Horarios fin de semana.**



Fuente. Presente Estudio

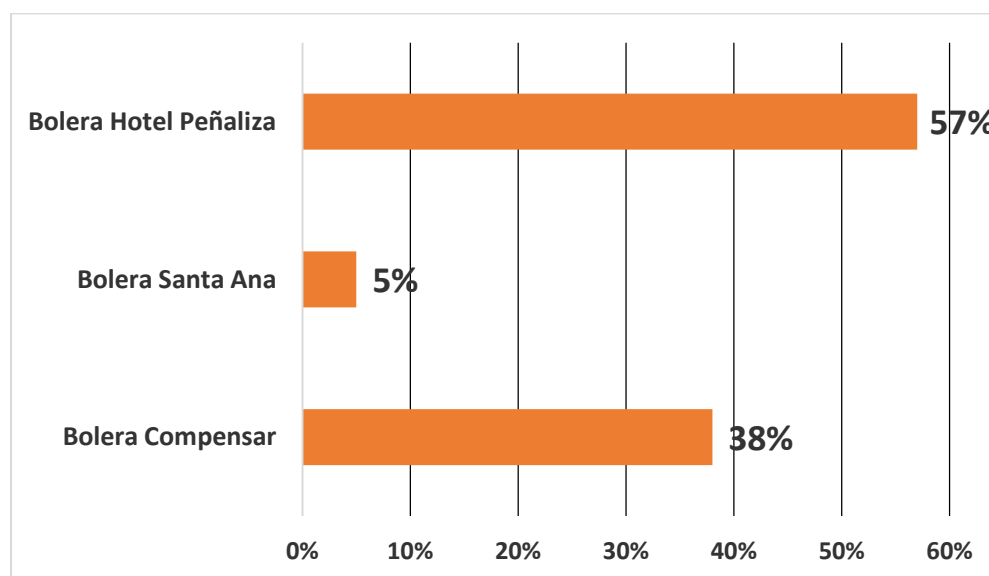
El horario favorito de los encuestados sigue siendo el de 4 a 5 de la tarde los fines de semana seguido por el de 7 a 8 de la noche, y con el mismo porcentaje encontramos los horarios de 3 a 4 y 5 a 6 de la tarde, lo mismo que el de 6 a 7 de la noche, quedando los horarios de 8 a 9 y de 9 a 10 de la noche los menos predilectos por los encuestados con un 5% y 4% respectivamente.

**Cuadro 45. ¿Ha jugado alguna vez en alguna de las siguientes boleras?**

¿Ha jugado alguna vez en las boleras que se presentan a continuación?	Bolera Compensar	146	38%
	Bolera Santa Ana	19	5%
	Bolera Hotel Penaliza	219	57%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 17. ¿Ha jugado alguna vez en alguna de las siguientes boleras?**



Fuente. Presente Estudio

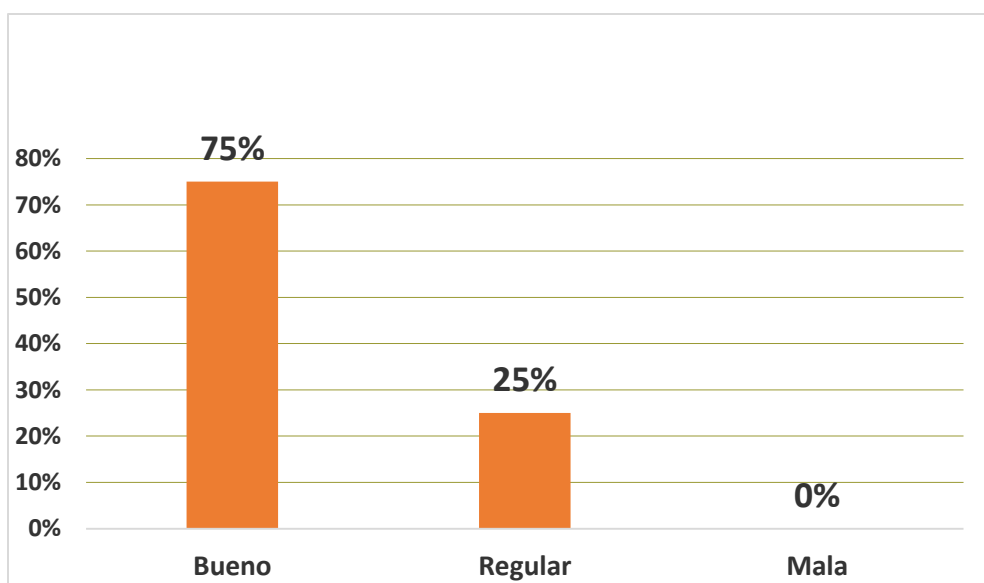
De acuerdo a la pregunta anterior, la mayoría de los encuestados, un 57% ha jugado en la bolera Peñalisa Ricaurte, un 38% lo ha hecho en la bolera de compensar Girardot solo un 5% ha jugado en la bolera de santa Ana vía Girardot espinal.

**Cuadro 46. Cómo califica la atención de estos lugares.**

¿Cómo califica la atención de estos lugares?	Bueno	288	75%
	Regular	96	25%
	Mala	0	0%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 18. Cómo califica la atención de estos lugares.**



Fuente. Presente Estudio

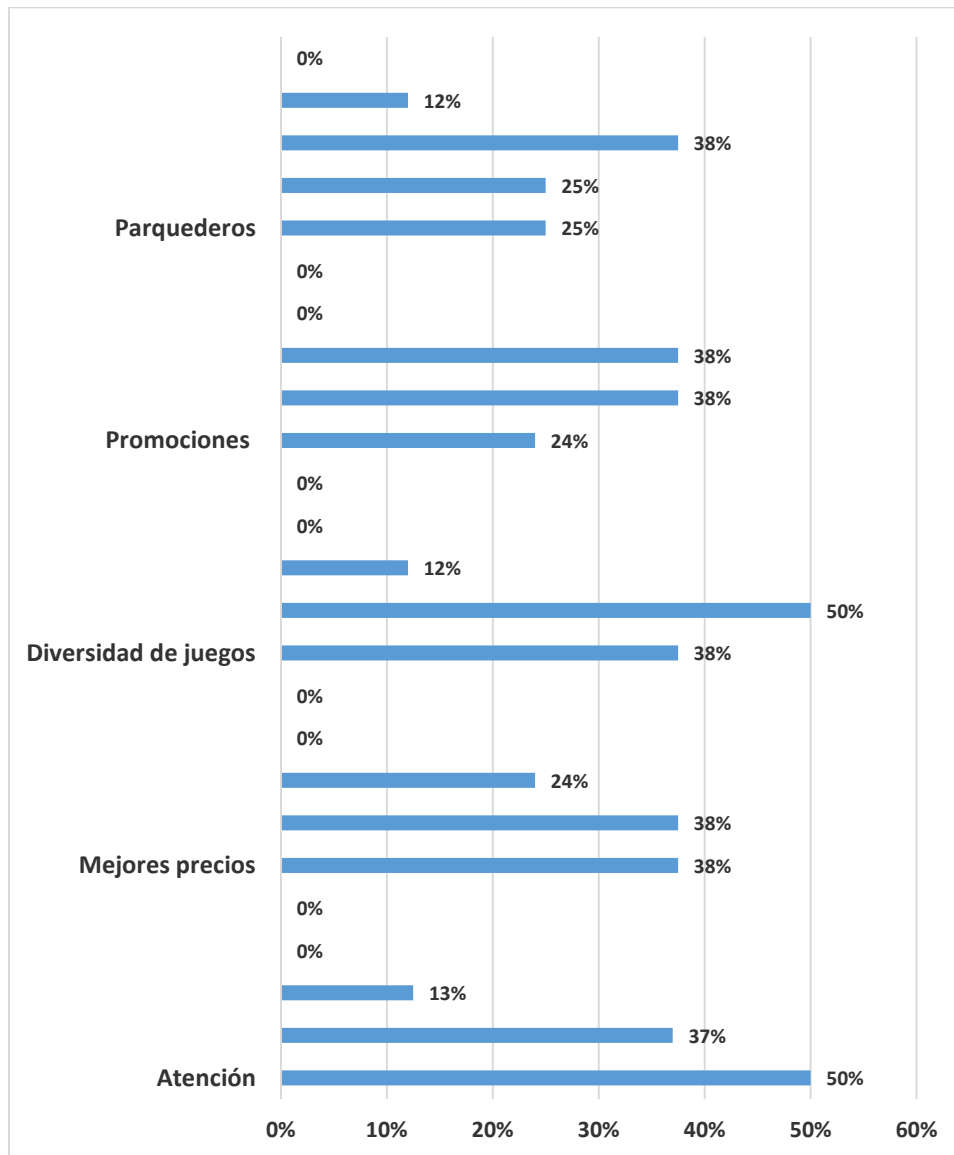
De acuerdo a los encuestados la atención en las boleras existentes es buena en un 75% y regular en un 25%.

**Cuadro 47. Calificación listado de factores de la competencia.**

Del siguiente listado, califique de 1 a 5 cada uno de los factores, donde 1 "es el más relevante y 5 "el menos relevante"	Atención	1	50%
		2	37%
		3	13%
		4	0%
		5	0%
	Mejores precios	1	38%
		2	38%
		3	24%
		4	0%
		5	0%
	Diversidad de juegos	1	38%
		2	50%
		3	12%
		4	0%
		5	0%
	Promociones	1	24%
		2	38%
		3	38%
		4	0%
		5	0%
Parqueaderos	1	25%	
	2	25%	
	3	38%	
	4	12%	
	5	0%	

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 19. Calificación listado de factores de la competencia.**



Fuente. Presente Estudio

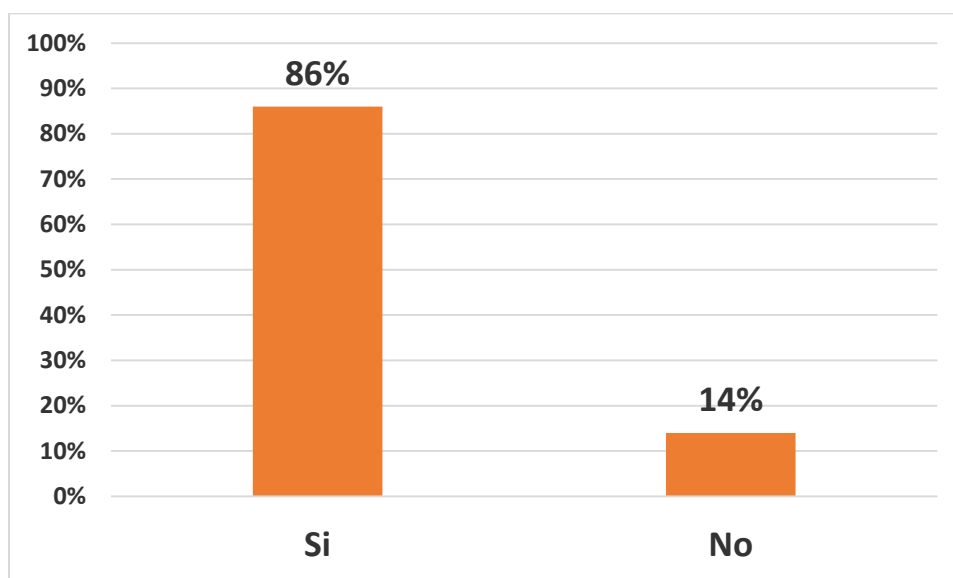
Entre los factores relevantes sujetos a calificación, la mejor calificada estuvo la atención al cliente, seguida de las promociones y los precios, en los últimos factores, pero bien calificados, están la diversidad de juegos y el parqueadero.

**Cuadro 48. ¿Le gustaría que en una bolera le ofrecieran el servicio de heladería?**

¿Le gustaría que en una bolera le ofrecieran el servicio de heladería?	Si	329	86%
	No	55	14%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 20. Le gustaría que en una bolera le ofrecieran el servicio de heladería?**



Fuente. Presente Estudio

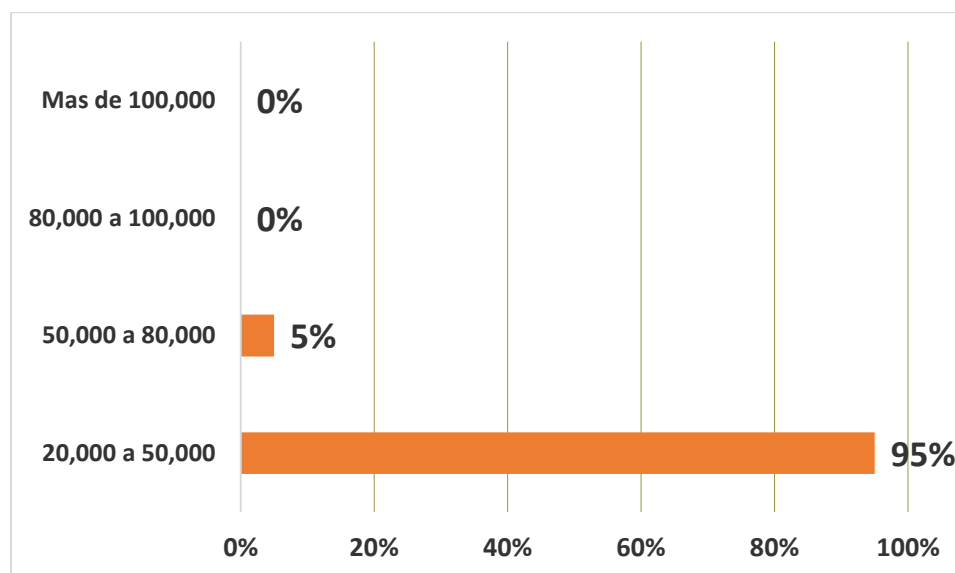
De acuerdo a las encuestas, el 86% de las personas encuestadas está de acuerdo de que hubiese una heladería dentro del establecimiento de bolos.

**Cuadro 49. Cuánto está dispuesto a gastar en un juego de bolos?**

¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un juego de bolos?	20,000 a 50,000	366	95%
	50,000 a 80,000	18	5%
	80,000 a 100,000	0	0%
	Más de 100,000	0	0%
Total		384	100%

Fuente. Presente Estudio

**Gráfica 21. Cuánto está dispuesto a gastar en un juego de bolos?**



Fuente. Presente Estudio

De acuerdo a las personas encuestadas, el 95% gastaría entre 20.000 y 50.000, y solo un 5% estaría dispuesta a gastar entre 50.000 y 80.000.

## ANEXO C. ESTADOS FINANCIEROS

Fuentes de financiación		
Aportes Socios	\$129.629.450	50%
Préstamo Bancario	\$129.629.450	50%
<b>TOTAL</b>	<b>\$259.258.900</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autores estudio

TABLA DE AMORTIZACION											
PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>CUOTA</b>		22.942.360	22.942.360	22.942.360	22.942.360	22.942.360	22.942.360	22.942.360	22.942.360	22.942.360	22.942.360
<b>INTERES</b>		15.555.534	14.669.115	13.676.326	12.564.401	11.319.046	9.924.249	8.362.075	6.612.441	4.652.851	2.458.110
<b>AMORTIZACION A CAPITAL</b>		7.386.826	8.273.245	9.266.034	10.377.958	11.623.313	13.018.111	14.580.284	16.329.919	18.289.509	20.484.250
<b>SALDO</b>	129.629.450	122.242.624	113.969.379	104.703.345	94.325.386	82.702.073	69.683.962	55.103.677	38.773.759	20.484.250	0

Fuente: Presente Estudio

Numero de periodos	10	años
Interes	12%	EA
Valor Prestamo	129.629.450	

Fuente: Presente Estudio

Numero de periodos	10	años
Interés	12%	EA
Valor Préstamo	\$129.629.450	

<i>DEPRECIACIÓN EN LÍNEA RECTA</i>								
<i>Concepto</i>	<i>Costo De Adquisición</i>	<i>Vida Útil</i>	<i>%</i>	<i>Deprec. Anual</i>	<i>Operativo</i>	<i>Administrativo</i>	<i>VALOR</i>	<i>VALOR</i>
					%		%	VALOR
<i>Edificaciones</i>	100.000.00	20	5%	5.000.00	80%		4.000.00	1.000.00
<i>Muebles y Enseres</i>	3.200.000					20%		
<i>Maquinaria y Equipo</i>	118.650.00	10	10%	11.865.00				11.865.00
<i>Equipo de Oficina</i>	2.990.000	10	10%	299.000	100%		299.000	



<i>Equipo de Tecnología</i>	4.250.000	4	25%	425.000			100%	425.000
<i>Herramientas</i>	1.500.000	10	10%	150.000	100%	150.000		
<i>TOTAL</i>	230.590.000			17.739.000		4.449.000		13.290.000
								17.739.000

<i>PRESUPUESTO GASTOS PRIMER AÑO</i>				
<i>Concepto</i>	<i>Valor Mensual</i>	<i>Valor Anual</i>	<i>Admiración</i>	<i>Operativos</i>
<i>Papelería</i>	200.000	2.400.000	1.200.000	1.200.000
<i>Publicidad</i>	2.500.000	30.000.000	15.000.000	15.000.000
<i>Servicios Públicos</i>	2.000.000	24.000.000	12.000.000	12.000.000
<i>Gastos de Impuestos</i>	250.000	3.000.000	600.000	2.400.000
<i>Pago honorarios</i>	400.000	4.800.000	2.400.000	2.400.000
<i>Costos personal Temporal</i>	2.000.000	24.000.000	12.000.000	12.000.000
<i>Otros Gastos</i>	800.000	9.600.000	4.800.000	4.800.000
<i>TOTAL</i>	8.150.000	97.800.000	48.000.000	49.800.000

		0	0	0
<i>Estimativo de los Gastos Operativos en que se incurrirá en el primer año de Gestión Empresarial</i>				

<i>RESUMEN COSTOS DE OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN</i>					
<i>AÑOS</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>CONCEPTOS</i>					
<i>Costos de Operación</i>	<i>109.189.528</i>	<i>114.534.684</i>	<i>120.173.957</i>	<i>126.121.803</i>	<i>132.393.162</i>
<i>Costos de Admón</i>	<i>165.987.186</i>	<i>174.209.741</i>	<i>182.899.058</i>	<i>192.079.949</i>	<i>201.778.337</i>
<i>TOTAL COSTOS</i>	<i>275.176.714</i>	<i>288.744.426</i>	<i>303.073.015</i>	<i>318.201.752</i>	<i>334.171.498</i>
<i>Fuente: Autores proyecto</i>					

<i>ESTADO DE RESULTADOS</i>					
<i>PERIODOS</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>VENTAS</i>	<i>313.403.692</i>	<i>333.926.627</i>	<i>355.793.870</i>	<i>379.093.500</i>	<i>403.919.367</i>
<i>Costos operativos</i>	<i>109.189.528</i>	<i>114.534.684</i>	<i>120.173.957</i>	<i>126.121.803</i>	<i>132.393.162</i>
<i>- Fijos</i>	<i>62.271.767</i>	<i>64.816.557</i>	<i>67.487.443</i>	<i>70.288.797</i>	<i>73.224.876</i>
<i>- Variables</i>	<i>46.917.761</i>	<i>49.718.127</i>	<i>52.686.515</i>	<i>55.833.005</i>	<i>59.168.286</i>
<i>Utilidad Bruta</i>	<i>204.214.164</i>	<i>219.391.943</i>	<i>235.619.913</i>	<i>252.971.697</i>	<i>271.526.206</i>

<i>ESTADO DE RESULTADOS</i>					
<i>PERIODOS</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>en Ventas</i>					
<i>Costos de Admon.</i>	<i>165.987.186</i>	<i>174.209.741</i>	<i>182.899.058</i>	<i>192.079.949</i>	<i>201.778.337</i>
<i>- Fijos</i>	<i>165.742.186</i>	<i>173.964.741</i>	<i>182.654.058</i>	<i>191.834.949</i>	<i>201.533.337</i>
<i>- Variables</i>	<i>245.000</i>	<i>245.000</i>	<i>245.000</i>	<i>245.000</i>	<i>245.000</i>
<i>Utilidad Operacional</i>	<i>38.226.978</i>	<i>45.182.201</i>	<i>52.720.855</i>	<i>60.891.748</i>	<i>69.747.869</i>
<i>Imporenta 25%</i>	<i>9.556.744</i>	<i>11.295.550</i>	<i>13.180.214</i>	<i>15.222.937</i>	<i>17.436.967</i>
<i>Utilidad después de Impuestos</i>	<i>28.670.233</i>	<i>33.886.651</i>	<i>39.540.641</i>	<i>45.668.811</i>	<i>52.310.902</i>
<i>Reserva Legal 10%</i>	<i>2.867.023</i>	<i>3.388.665</i>	<i>3.954.064</i>	<i>4.566.881</i>	<i>5.231.090</i>
<i>Utilidad del Ejercicio</i>	<i>25.803.210</i>	<i>30.497.986</i>	<i>35.586.577</i>	<i>41.101.930</i>	<i>47.079.811</i>
<i>Fuente: Presente Estudio</i>					

<i>BALANCE GENERAL PROYECTADO</i>						
<i>Años</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>Conceptos</i>						
<i>ACTIVOS</i>						
	<i>22.068.900</i>	<i>71.628.052</i>	<i>117.699.264</i>	<i>168.577.534</i>	<i>224.630.110</i>	<i>286.250.728</i>
<i>Efectivo</i>						
<i>SUBTOTAL ACTIVO</i>	<i>22.068.900</i>	<i>71.628.052</i>	<i>117.699.264</i>	<i>168.577.534</i>	<i>224.630.110</i>	<i>286.250.728</i>

<i>CORRIENTE</i>	00	52	64	34	0	28
<i>ACTIVOS FIJOS</i>						
<i>Propiedad Planta y Equipo</i>	232.290.000	232.290.000	232.290.000	232.290.000	232.290.000	232.290.000
<i>(Depreciación Acumulada)</i>		17.739.000	35.478.000	53.217.000	70.956.000	88.695.000
<i>SUBTOTAL ACTIVO FIJO NETO</i>	232.290.000	214.551.000	196.812.000	179.073.000	161.334.000	143.595.000
<i>OTROS ACTIVOS</i>						
<i>Amortización Preoperativos</i>	4.900.000	3.920.000	2.940.000			
	0	0	0	1.960.000	980.000	0
<i>SUBTOTAL OTROS ACTIVOS</i>	4.900.000	3.920.000	2.940.000			
	0	0	0	1.960.000	980.000	0
<i>TOTAL ACTIVOS</i>	259.258.900	290.099.052	317.451.264	349.610.534	386.944.110	429.845.728
<i>PASIVOS CORRIENTES</i>						
<i>Impuestos Por Pagar</i>	0	9.556.744	11.295.550			17.436.967
		4	0	13.180.214	15.222.937	7
<i>SUBTOTAL PASIVOS CORRIENTES</i>		9.556.744	11.295.550			17.436.967
	0	4	0	13.180.214	15.222.937	7
<i>Obligaciones a Largo Plazo</i>	129.629.450	122.242.624	113.969.379	104.703.345	94.325.386	82.702.073
<i>SUBTOTAL PASIVOS L.P.</i>	129.629.450	122.242.624	113.969.379	104.703.345	94.325.386	82.702.073
	450	624	79	45	6	3
<i>TOTAL PASIVOS</i>	129.629.450	131.799.369	125.264.929	117.883.559	109.548.323	100.139.040
<i>PATRIMONIO</i>						

	129.629.	129.629.	129.629.4	129.629.4	129.629.45	129.629.4
<i>Capital Social</i>	450	450	50	50	0	50
<i>Reserva Legal</i>	0	2.867.02 3	6.255.68 8	10.209.75 3	14.776.634	20.007.72 4
<i>Utilidad del Ejercicio</i>	0	25.803.2 10	30.497.9 86	35.586.57 7	41.101.930	47.079.811
<i>Utilidad por Distribuir</i>	0	0	25.803.21 0	56.301.196	91.887.773	132.989.7 03
<i>SUBTOTAL</i>	129.629.	158.299.	192.186.3	231.726.9	277.395.7	329.706.6
<i>PATRIMONIO</i>	450	683	34	76	86	88
<i>PASIVO más</i>	259.258.	290.099.	317.451.2	349.610.5	386.944.11	429.845.7
<i>PATRIMONIO</i>	900	052	64	34	0	28
<i>CHEQUEO</i>	-	-	-	-	-	-

Fuente: Presente Estudio

## RAZONES FINANCIERAS

<b>Razon Circulante</b>	<i>Activo Corriente</i>	\$ 71.628.052	
	<i>Pasivo Corriente</i>	\$ 9.556.744	\$ 7,50
<i>Por Cada peso que se adeuda a Corto Plazo, se cuenta con</i>			\$ 7,50
<b>Prueba Acido Liquidez Inmediata</b>	<i>Activo Liquido</i>	\$ 71.628.052	
	<i>Pasivo Corriente</i>	\$ 9.556.744	\$ 7,50
<i>Como se carece de Inventarios, se cuenta para cancelar de forma inmediata las Deudas</i>			\$ 7,50
<b>Solidez</b>	<i>Activo Total</i>	\$ 290.099.052	
	<i>Pasivo Total</i>	\$ 131.799.369	\$ 2,20
<i>En este año se Dispone para cancelar cada peso que se adeuda, una garantia empresarial.</i>			\$ 2,20
<b>Endeudamiento</b>	<i>Pasivo Total</i>	\$ 131.799.369	
	<i>Activo Total</i>	\$ 290.099.052	45%
<i>Posee un nivel de endeudamiento DEL</i>			45%
<b>Indice Propiedad Indep. Financiera</b>	<i>Pat. o Capital Cont.</i>	\$ 158.299.683	
	<i>Activo Total</i>	\$ 290.099.052	55%
<i>La independencia Financiera en el Primer año de los Activos corresponden el a los Gestores de la Empresa.</i>			55%
<b>Razon de Protección a la Inversión</b>	<i>Pasivo Total</i>	\$ 131.799.369	
	<i>Capital Contable</i>	\$ 158.299.683	83%
<i>La inversión de los socios esta protegida, ya que el pasivo solo representa del capital total.</i>			83%