	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAar113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 1 de 8</b>

26.

**FECHA** jueves, 7 de junio de 2018

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Ciudad


<b>UNIDAD REGIONAL</b>	Seccional Girardot
<b>TIPO DE DOCUMENTO</b>	Trabajo De Grado
<b>FACULTAD</b>	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
<b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b>	Pregrado
<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Administración de Empresas

El Autor(Es):

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b>
ROJAS LOZANO	STIVENSON	11205411
PALOMINO ROJAS	LEIDY JOHANNA	39583292

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> <b>PAGINA: 2 de 8</b>

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
HOYOS LEON	GERMAN

TÍTULO DEL DOCUMENTO
PROYECTO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE BOLOS EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT.

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)


TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
20/11/2017	109

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1.BOLICHE	BOWLING
2.JUEGO	GAME
3.RECREACION	RECREATION
4.TURISMO	TOURISM
5.FAMILIA	FAMILY
6.INVERSION	INVESTMENT

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 3 de 8</b>

**RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS**  
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

El proyecto plantea una gran oportunidad, ya que 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.


Existen diferentes modalidades de turismo entre las que se encuentra el turismo de esparcimiento, el cual ha alcanzado un gran desarrollo en Colombia particularmente en la zona céntrica del país, la zona cafetera del país y el departamento de Santander, y zonas que cuentan con paisajes y características adecuadas para la ejecución de este tipo de turismo.

Este proyecto incluye un análisis de la situación de los entornos de la compañía, el mercado objetivo que se desea alcanzar; las oportunidades y las amenazas que enfrenta, los objetivos de mercadotecnia, las estrategias, la implementación financiera y el control.

La información para este proyecto se obtiene de fuentes primarias tales como (encuestas realizadas a pobladores de estratos 3, 4, 5, y 6 en grupos de jóvenes y adultos amantes de los deportes extremos y el turismo no tradicional; con un rango de edad entre los 12 y 50 años.)

La información financiera está basada en cálculos estimados en un modelo financiero, que nos permite analizar cualquier escenario, asumiendo que el entorno económico del área comercial principal permanecerá constante, es decir, el turismo de deporte y aventura en Colombia seguirá en crecimiento.



	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 4 de 8</b>

#### AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAr113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 5 de 8</b>

y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA:** (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

**Información Confidencial:**

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI \_\_\_ NO \_X\_**.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

**LICENCIA DE PUBLICACIÓN**

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional





<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 6 de 8</b>

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> <b>PAGINA: 7 de 8</b>

términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



**Nota:**

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. PROYECTO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE BOLOS EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT.PDF	TEXTO
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
ROJAS LOZANO STIVENSON	
PALOMINO ROJAS LEIDY JOHANNA	

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE BOLOS EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT**

**STIVENSON ROJAS LOZANO**

**CÓDIGO 310213235**

**LEIDY JOHANNA PALOMINO ROJAS**

**CÓDIGO 310213226**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**GIRARDOT**

**2017**



**PROYECTO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE BOLOS EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT**

**STIVENSON ROJAS LOZANO**

**CÓDIGO 310213235**

**LEIDY JOHANNA PALOMINO ROJAS**

**CÓDIGO 310213226**

**Trabajo de grado requerido para optar el título de administrador de empresas**

**GERMAN HOYOS LEON**

**Director**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACION D EMPRESAS**

**GIRARDOT**

**2017**

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Girardot, noviembre 20 de 2017

## **AGRADECIMIENTOS**

*Es de gran felicidad y satisfacción finalizar una etapa más de mi vida, cumplir un sueño y ver el fruto de un gran esfuerzo, por ello quiero agradecer a mi abuela ROSALBA LOZANO, a mis hijos JULIAN DAVID ROJAS RODRIGUEZ Y VALERIN NATALIA ROJAS RODRIGUEZ quienes con su apoyo, presencia y comprensión incondicional han logrado que llegue a donde estoy en estos momentos. A esa personita que siempre ha estado ahí para mí y que, con su amor, comprensión, compañía y apoyo, ha contribuido al logro de mis metas y a hacerme una mejor persona y profesional WENDY YURANI GUZMAN TAPIAS. Por último y no menos importante, a mi compañera de Proyecto LEIDY JOHANA PALOMINO ROJAS por su paciencia y dedicación pues esto hizo que culmináramos con éxito una etapa más de nuestra carrera.*

*Stivenson Rojas Lozano*

*A Dios, por haberme permitido lograr uno más de mis objetivos, y alcanzar esta meta tan anhelada, a mis dos hijas Valentina y Isabella que son el pilar fundamental en todo lo que hago, a mi esposo, mi madre, mis suegros y demás familia que gracias a todo su apoyo de una otra forma fue fundamental para sacar adelante este sueño y proyectarme un futuro mejor. A mis compañeros por estar ahí apoyándome y compartiendo recuerdos inolvidables, todas las vivencias que jamás se borrarán, y a mi gran compañero en este proyecto Stivenson Rojas muchas gracias.*

*A nuestro director el profesor German Hoyos por su incondicional apoyo, en cuanto su tiempo y dedicación mantenido en la elaboración de este trabajo.*

*Finalmente, al cuerpo de docentes, aquellos que marcaron cada etapa en mi camino universitario, que dieron todo por transmitir sus conocimientos, los que hoy me llevo y que me ayudaran a mi desarrollo profesional.*

*Leidy Johanna Palomino Rojas*



## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. TITULO. PROYECTO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE BOLOS EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT	15
2. ÁREA, LÍNEA Y TEMA DE INVESTIGACION	16
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
4. JUSTIFICACION	21
5. OBJETIVOS	26
5.1 OBJETIVO GENERAL	26
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	26
6. MARCO REFERENCIAL	27
6.1 MARCO TEORICO	27
6.1.1 El desarrollo del turismo	28
6.1.2 La importancia del turismo en la economía	29
6.1.3 El turismo alternativo	31
6.2 MARCO CONCEPTUAL	31
6.3 MARCO LEGAL	33
7. METODOLOGIA	37
7.1 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	37
7.2 TIPO DE INVESTIGACION	37
7.3 CARACTERIZACION DE LA POBLACION	38
7.4 TECNICAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION	38
7.5 TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS	38
7.6 TAMAÑO DE LA MUESTRA	39
7.7 FORMULA DE LA MUESTRA ALEATORIA SIMPLE	40
7.8 IDEA Y MODELO DE NEGOCIO	41
8. ANÁLISIS DEL ENTORNO	43
8.1 ANÁLISIS HISTORICO	43

8.2 SITUACION DEL SECTOR	44
8.3 NECESIDAD DE LA PRACTICA DE ESTE PROYECTO	44
8.4 ESTRUCTURA ECONOMICA DEL PROYECTO	46
8.4.1 Situación actual	46
8.4.2 Factor político legal	48
8.4.3 Factor tecnológico	49
8.4.4 Factor ambiental	49
8.4.5 Factor geográfico	49
8.4.6 Factor competitivo	50
8.5 DEFINICION DEL PRODUCTO	50
8.5.1 Producto básico	51
8.5.2 Producto real	51
8.5.3 Producto aumentado	51
8.5.4 Producto esperado	51
8.5.5 Producto potencial	52
9. PLAN DE MARKETING	53
9.1 ANALISIS DE LA ENCUESTA	53
9.2 MERCADO DE LA COMPETENCIA	65
9.3 MERCADO PROVEEDOR	66
9.4 VENTAS	67
9.5 SEGMENTO DEL MERCADO	67
9.6 MARKETING MIX	69
10. PLAN DE OPERACIONES	71
10.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	71
10.2 LOCALIZACION DE LA BOLQUERA	72
10.2.1 Macro localización	72
10.2.2 Micro localización	73
10.2.3 Ingeniería del producto	73
11. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RRHH	82
12. FORMA JURIDICA Y PLANIFICACION DE LA PUESTA EN MARCHA	85

12.1 IMPLICACIONES DE LA NORMATIVIDAD	85
12.2 INSTANCIAS LEGALES DEL PROYECTO	86
12.3 TIPO DE SOCIEDAD A CONFORMAR	88
12.4 DETERMINACION DE LA FORMA JURIDICA PARA ADMINISTRAR EL PROYECTO	89
12.5 NIVEL DE CONTRATACION	89
12.6 PLANIFICACION ECONOMICA – FINANCIERA	91
12.7 POSIBILIDADES DE RIESGO Y PROBLEMAS	102
12.8 IMPACTO SOCIAL, ECONOMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO	102
13. CONCLUSIONES	104
14. RECOMENDACIONES	106
BIBLIOGRAFIA	107
ANEXOS	108



## LISTA DE CUADROS

	Pág.
CUADRO No.1. Población de Girardot por rangos	39
CUADRO No.2. ¿Sexo?	53
CUADRO No.3. ¿Edad?	54
CUADRO No.4. ¿Usted reside en Girardot o es turista?	55
CUADRO No.5. ¿Le gustaría jugar bolos?	56
CUADRO No.6. ¿Le gustaría que en el municipio de Girardot se creara un Centro de entretenimiento familiar cuya atracción principal sea la practica de bowling (juego de bolos)?	57
CUADRO No.7. ¿Con que frecuencia juega este deporte?	58
CUADRO No.8. ¿Qué día considera más adecuado para jugar bolos?	59
CUADRO No.9. ¿Ha tenido la oportunidad de jugar bolos en las boleras de Compensar en Girardot o en la bolera de Colsubsidio Peñalisa en el Municipio de Girardot?	60
CUADRO No.10. ¿Cómo califica el servicio en las boleras referidas en el punto anterior?	61
CUADRO No.11. ¿Le gustaría que en la bolera hubiera otro servicio?	62
CUADRO No.12. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un día de juego de bolos?	63
CUADRO No.13. Mercado disponible	68
CUADRO No.14. Participación en el mercado del proyecto de ventas	71
CUADRO No.15. Horarios de la bolera bolichera Unicentro Girardot	71
CUADRO No.16. Oferta de martes a jueves	71
CUADRO No.17. Oferta viernes, sábado, domingo y festivos bolichera Unicentro Girardot	72
CUADRO No.18. Inversiones	80

## LISTA DE GRÁFICAS

	<b>Pág.</b>
GRÁFICA No.1. ¿Sexo?	53
GRÁFICA No.2 ¿Edad?	54
GRÁFICA No.3. ¿Usted reside en Girardot o es turista?	55
GRÁFICA No.4. ¿Le gustaría jugar bolos?	56
GRÁFICA No.5. ¿Le gustaría que en el municipio de Girardot se creara un Centro de entretenimiento familiar cuya atracción principal sea la práctica de bowling (juego de bolos)?	57
GRÁFICA No.6. ¿Con que frecuencia juega este deporte?	58
GRÁFICA No.7. ¿Qué día considera más adecuado para jugar bolos?	59
GRÁFICA No.8. ¿Ha tenido la oportunidad de jugar bolos en las boleras de Compensar en Girardot o en la bolera de Colsubsidio Peñalisa en el Municipio de Girardot?	60
GRÁFICA No.9. ¿Cómo califica el servicio en las boleras referidas en el punto anterior?	61
GRÁFICA No.10. ¿Le gustaría que en la bolera hubiera otro servicio?	62
GRÁFICA No.11. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un día de juego de bolos?	63

## LISTA DE TABLAS

**Pág.**

TABLA No. 1. ESTUDIO MERCADO PROVEEDOR

66



## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
FIGURA No. 1. PLANO DE PANTA Y DISTRIBUCIÓN INTERNA	80
FIGURA No. 2. ORGANIGRAMA BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT	84

## LISTA DE ANEXOS

**Pág.**

**ANEXO A.** ENCUESTA PARA EL PROYECTO DE FACTIBILIDAD  
ECONOMICA PARA EL MONTAJE DE UNA BOLICHERA  
EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT

108

## INTRODUCCIÓN

El propósito de este proyecto es documentar la viabilidad de crear una empresa de juegos de bolos en el municipio de Girardot, Cundinamarca denominada **“BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT”**, que ofrecerá servicios de juegos de bolos.

El proyecto plantea una gran oportunidad, ya que 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.

Existen diferentes modalidades de turismo entre las que se encuentra el turismo de esparcimiento, dicho turismo ha alcanzado un gran desarrollo en Colombia particularmente en la zona céntrica del país, la zona cafetera del país y el departamento de Santander, zonas que cuentan con paisajes y características adecuadas para la ejecución de este tipo de turismo.

Este proyecto incluye un análisis de la situación de los entornos de la compañía, el mercado objetivo que se desea alcanzar; las oportunidades y las amenazas que enfrenta, los objetivos de mercadotecnia, las estrategias, la implementación financiera y el control.

La información para este proyecto se obtiene de fuentes primarias tales como (encuestas que se realizaron a pobladores de estratos 3, 4, 5, y 6 en grupos de jóvenes y adultos amantes de los deportes extremos y el turismo no tradicional; con un rango de edad entre los 12 y 50 años, personas en edad apta para viajar y practicar estos deportes, siempre que no tengan contraindicaciones médicas o impedimentos físicos especiales), y a través de investigación secundaria.

La información financiera está basada en cálculos estimados en un modelo financiero, que nos permite analizar cualquier escenario, asumiendo que el entorno económico del área comercial principal permanecerá constante, es decir, el turismo de deporte y aventura en Colombia seguirá en crecimiento.

## **1. TITULO**

PROYECTO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE BOLOS EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT.

**2. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION  
(DENTRO DEL SISTEMA DE INVESTIGACION DE LA FACULTAD)**

AREA: Organizacional.

LINEA: Emprendimiento.

PROGRAMA: Administración de Empresas

TEMA: Proyecto de factibilidad económica para la creación de una empresa de bolos en el municipio de Girardot.



### 3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las facilidades que el proceso globalizador ha dispensado a 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, convirtiéndole en un eje económico de muchos territorios dentro del plano internacional, nacional y local.

De lo comentado en el párrafo anterior, también han derivado avances en temas como la diversidad de la oferta turística, sobresaliendo entre muchas el turismo de esparcimiento y ocio, que en países como Argentina<sup>1</sup>, Chile y Brasil, se ha desarrollado al punto de alcanzar un nivel estándar internacional, y se atractivo para millones de visitantes de diferentes lugares del mundo.

En Colombia, si bien el turismo de esparcimiento y ocio se encuentra en vías de desarrollo, por falta de infraestructura e inversión en el tema; existen importantes espacios como las bolicheras en Bogotá y en cada una de las capitales del país, el Parque del Chicamocha<sup>2</sup>, Piscilago<sup>3</sup>, el Parque del Café<sup>4</sup>; y otros destinos que tienen un carácter más temático y de esparcimiento.

#### **El Turismo en Girardot**

El municipio de Girardot, ubicado en la Provincia del Alto Magdalena del Departamento de Cundinamarca, es un municipio cuya parte de su economía se

---

<sup>1</sup> Ver: Las Tesinas de Belgrano, de la Universidad de Belgrano.

<sup>2</sup> Santander, Colombia.

<sup>3</sup> Melgar, Tolima.

<sup>4</sup> Armenia, Quindío.

basa en el turismo, y es alrededor de los atractivos turísticos que tienen lugar gran parte de las actividades comerciales a través de las cuales subsisten miles de familias de la región.

No obstante, el número de turistas que arriban al municipio de Girardot ha ido creciendo a lo largo de los últimos años, por causa de la doble calzada que conectan directamente con ciudades como Ibagué, Cali y demás territorios hacia el norte del país, La inexistencia de espacios de esparcimiento y diversión para los turistas en el centro de la Provincia del Alto Magdalena, también es un factor por el cual el visitante prefiere territorios aledaños como Melgar, Ricaurte, Agua de Dios, entre otros.

Las circunstancias comentadas en los párrafos anteriores conducen a considerar la idea de crear un centro de entretenimiento como es el juego de bolos, que atraiga un gran número de estos visitantes de las diferentes zonas del país, por ser muy pocos los existentes en la actualidad.

De esta forma, el presente proyecto pretende demostrar que en el municipio de Girardot, puede funcionar y ser viable el montaje de un juego de bolos, que sería una alternativa para agregar a los paquetes turísticos que ofrecen a los visitantes caminatas, paseos ecológicos y visitas por los centros históricos de la ciudad, sin embargo carecen de la adrenalina que buscan los jóvenes y algunas personas un poco mayores; al tiempo que mide la viabilidad que un proyecto de estas características supone.

### **Descripción de la Situación Problemática**

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 los sitios de esparcimiento y ocio como son las bolicheras donde los turistas y lugareños junto con sus familias encuentran un lugar para divertirse y al mismo tiempo hacer deporte, porque el bolo es considerado un deporte mundial y puede ser practicados por niños mujeres y adultos de cualquier edad.

El creciente interés de gran parte de la población Colombiana y la gran exposición de las personas ante publicidad de lugares turísticos que les ofrecen sitios de esparcimiento, deportes extremos y del reencuentro con la naturaleza, han creado una gran oportunidad de negocio que permite involucrar estos aspectos dentro de un plan que ofrezca a la vez diversión y descanso.

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

El turismo es una de las principales fuentes de ingresos del municipio de Girardot, cuenta con un excelente clima e infraestructura vial, que le permite ser el principal destino turístico para miles de turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, no cuenta con actividades turísticas o recreativas novedosas, siempre ofrece las mismas actividades (piscina, esparcimiento nocturno, paseos en lancha entre otros).

Por esta razón, el presente proyecto se orienta a analizar si este trabajo de grado pretende desarrollar la posibilidad en caso de ser viable financieramente, de brindar un servicio que a su vez proporcione diversión y economía.

## **Formulación del Problema**

¿Es pertinente realizar un estudio de factibilidad económica para la creación de una bolichera en la ciudad de Girardot?

#### 4. JUSTIFICACIÓN

La industria turística tiene una gran repercusión en el crecimiento económico de los países receptores, en los cuales genera ganancias, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. De este modo, la actividad turística cobra una gran importancia en la economía, debido a su elevado aporte a la generación de Producto Bruto Interno (PBI) en el país receptor. Los gastos de los turistas no sólo se limitan al pago del alquiler de una habitación en un hotel, sino que también destinan parte de su renta disponible a una gran variedad de servicios y bienes de consumo tales como alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, actividades diversas, etc. Esto favorece, a su vez, a un aumento de la demanda en la región o país receptor, que de otro modo no existiría<sup>5</sup>.

La industria del turismo factura cerca de 4,5 trillones de dólares por año en el mundo entero, y genera cerca de 192 millones de empleos (10,6% de la fuerza de trabajo mundial)<sup>6</sup>.

La ministra de Comercio, Industria y Turismo, María Claudia Lacouture, en entrevista con el periódico el tiempo hablando de las metas para el sector y de destinos aún desconocidos, dice que, en el último año, el turismo no solo se convirtió en uno de los sectores que más le dejan divisas al país, por encima de productos tradicionales como flores, banano y carbón, sino también en el que más está generando desarrollo y equidad. De hecho, el año pasado, antes de que se empezaran a concretar los acuerdos de paz, el sector ya mostraba crecimientos históricos, y este año, de acuerdo con la ministra de Comercio, Industria y Turismo, María Claudia Lacouture, se espera un crecimiento por encima del 10 por

---

<sup>5</sup> Los Deportes Extremos: Una Alternativa Turística. Departamento de Investigación Universidad de Belgrano.

<sup>6</sup> Cobra Marcos (2001)

ciento. Los resultados han sido excepcionales, y son producto del trabajo conjunto del Gobierno Nacional desde 2010. De hecho, desde la época del ministro (Luis Guillermo) Plata se comenzó a gestionar el desarrollo del turismo como un sector. Las cifras entre 2010 y 2015 son muy positivas: el número de turistas internacionales creció un 70 por ciento; el empleo, un 17 por ciento; la inversión extranjera, un 700 por ciento; las divisas, un 52 por ciento, y hay un incremento en el número de los prestadores de servicios. La injerencia del turismo en el PIB se mantiene y viene creciendo más del 2,6 por ciento. El turismo es un gran generador de desarrollo y equidad en el país.

Para el año 2017 El turismo puede crecer por encima de lo que venía creciendo en el 2016, que era un 8 por ciento. Este año puede crecer por encima del 10 por ciento, por las implicaciones de la paz, por las oportunidades de la reforma tributaria, los nuevos productos turísticos y por las estrategias de corredores turísticos, de mejorar la competitividad y de tener un turismo educado (bilingüismo), seguro y con normas de calidad; hay unas oportunidades interesantes.

“Solo en el primer trimestre de 2015 el turismo generó US\$1.450 millones, lo que representa un crecimiento del 16% frente al mismo periodo del año pasado”, sostuvo en una entrevista concedida a Dinero la presidenta de Pro Colombia, María Claudia Lacouture.

Esa entidad, encargada de promover el turismo y la inversión extranjera en Colombia, “facilitó la llegada de 35 proyectos de infraestructura hotelera al país, entre ellos, NH Hoteles, AccorHotels, Atton y Starwood Hotels”, precisó Lacouture.

En Colombia, según cifras del Registro Nacional de Turismo, hay 6.558 hoteles (con 172.568 habitaciones disponibles) para atender la creciente demanda de viajeros de los últimos años.



Todo esto afirma que el turismo constituye uno de los principales motores del crecimiento económico mundial. Aparte de ello, las previsiones apuntan a que el turismo seguirá creciendo en los próximos años y su aporte a la economía irá ligada al crecimiento de la misma. Además, se espera la aparición de cambios cuantitativos que pueden no afectar a todas las áreas por igual, ya que existen destinos emergentes con gran potencial turístico que irán obteniendo una mayor cuota de mercado con el paso del tiempo. El continuo crecimiento del turismo, además, motivará unas mayores inversiones en el sector y unas políticas gubernamentales dirigidas a planificar su desarrollo.

También, se prevé la aparición de cambios cualitativos que se producirán a raíz de una mayor experiencia del turista y de un aumento de la información sobre los destinos turísticos, originado por la cada vez mayor influencia de los medios de comunicación, existencia de importantes campañas publicitarias, etc., que aumentan el conocimiento del usuario para poder comparar regiones de destino y elegir entre ellas las que mejor se adapten a sus expectativas.

“En cuanto al municipio de Girardot, al sector turístico y hotelero el estudio señala que existen 61 hoteles con una capacidad de 1661 habitaciones con una capacidad de ocupación de 4.901 huéspedes sin sobre cupo, la ocupación de personal en temporada baja es de 604 y en temporada alta se aproxima a los 795, así mismo existen 51 condóminos que en su mayoría oficinan como segunda vivienda.

En cuanto a la actividad económica se determinó, que el 55,3% de los establecimientos estaba dedicado al comercio y el 33,5% eran empresas de servicios, lo que se considera consecuencia de la condición de Girardot como destino turístico, donde la mayor parte de la población trabajaba en el sector de la construcción, comercio al por menor, hoteles, restaurantes, bares y similares, transporte por vía terrestre, educación, servicios sociales y de salud, actividades de

esparcimiento y actividades culturales y deportivas.”<sup>7</sup>

La importancia de materializar un proyecto como la creación de una bolichera en el municipio de Girardot y 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 la adopción e implementación de este tipo de turismo.

Una evaluación financiera permitirá establecer los escenarios en los que el proyecto se podría realizar, por medio de la combinación de variables claves, existentes, y así poder 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 extremo.

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

---

<sup>7</sup> CAMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT CAMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT Concepto Económico de la Jurisdicción 2012/2014

El concepto de parque de esparcimiento y deporte jugando boliche, no es común en la región, motivo por el cual implementar este tipo de proyecto sería algo novedoso, singular y beneficioso tanto para el municipio y la región.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad económica para la creación de una Bolichera en el municipio de Girardot.

### **5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Llevar a cabo el estudio de mercados, para determinar el grado de aceptación de la bolichera en el municipio de Girardot
- 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, mediante la cual se defina el personal requerido y el perfil ocupacional del mismo; también para determinar los mecanismos organizacionales básicos (misión, visión, manual de funciones y estatutos) y tipo de empresa apropiada para el proyecto.
- Llevar a cabo el estudio financiero para determinar el monto de las inversiones y las fuentes de financiación.
- Elaborar una evaluación financiera para determinar la aceptación y rentabilidad del proyecto. Así mismo una evaluación del impacto económico y social del proyecto.

## 6. MARCO REFERENCIAL

### 6.1. MARCO TEÓRICO

El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Constituye una forma de razonar y proceder centrada en oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, a la economía y a la sociedad (Ley 1014 de 2006)

El espíritu emprendedor empresarial produce riqueza, mejora la generación del empleo, proporciona competitividad y permite articular una economía con su entorno. Es por ello que su fomento adquiere importancia dentro de una estrategia de desarrollo de un país como Colombia.

#### ❖ ¿QUE ES UN EMPRENDEDOR?

Con este término se trata de identificar de un tiempo a esta parte a los promotores empresariales, a aquellas personas que efectivamente asumen el riesgo de crear su propia empresa.

El fenómeno deportivo es uno de los escenarios más significativos de interacción social, donde se manifiesta con mucha 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 extremos, donde emergen nuevas constituciones de sentido, propias del mundo de la vida en la comunidad emocional.

En este escrito se demostrará, que los deportes extremos corresponden a las dinámicas específicas de las formas en las que se desenvuelve la sociedad posmoderna.

### **6.1.1 El desarrollo del turismo<sup>8</sup>**

El turismo es tan antiguo como el hombre y nace con él mismo. Cuando se habla de los indios nómadas y sedentarios, se está hablando inconscientemente de turistas y de receptores de turismo.

Se dice que Marco Polo, nacido en Venecia, fue el primer turista. El padre de Marco Polo, de nombre Nicolás, hizo el primer viaje de Venecia a la China, regresando cargado de pieles, esencias, especias, etc. Veinte años después retornó en su segundo viaje con su hijo, quien gozó de la confianza del Emperador Kublalinkan. A su regreso a Venecia, Marco Polo fue hecho prisionero, por inmiscuirse en la Guerra de Tesinas Venecia con Génova y en la cárcel contó a su compañero de celda sus aventuras. Allí escribió los célebres «Viajes de Marco Polo<sup>9</sup>», relatos que influyeron en su libertad. Este es el primer libro sobre turismo del cual se tiene noticia en el mundo.

El turismo viene, a través de la historia, desarrollándose lenta y espontáneamente. Hay muchas causas que hacen que el turismo haya tomado mundialmente importancia. La aparición del ferrocarril (siglo XIX) marcó la verdadera aparición del turismo masivo. Por otra parte, muchos factores fueron significativos para el desarrollo del turismo, tales como el mejoramiento salarial del público en general, el crecimiento del nivel cultural de las masas, el acercamiento de los pueblos mediante

---

<sup>8</sup> PELEGRINI, Mariel, Los Deportes Extremos: Una Alternativa Turística, Universidad de Belgrano, Argentina, noviembre de 2004.

<sup>9</sup> Los Viajes de Marco Polo, Rustichelo.



el transporte moderno, las facilidades de financiamiento de los viajes, el crecimiento urbano que obliga a sus habitantes a buscar descanso y sosiego en otros lugares, el progresivo crecimiento de las relaciones comerciales entre los distintos mercados mundiales que trajo consigo el correspondiente incremento de los desplazamientos, no ya por motivos de ocio, sino por razones de negocios o estudios profesionales. Todo ello, así como las condiciones naturales presentes en los sitios turísticos y las creadas por el hombre, favoreció el desarrollo de una oferta estandarizada, basada en paquetes turísticos que permiten gestionar la demanda de un elevado número de turistas conforme a sus intereses y necesidades.

Son dichos factores los que han hecho que el turismo se haya desarrollado a través del tiempo y de la historia, hasta llegar a ser hoy en día un factor de primer orden para el desarrollo económico.

### **6.1.2 La importancia del turismo en la economía<sup>10</sup>**

La industria turística tiene una gran repercusión en el crecimiento económico de los países receptores, en los cuales genera ganancias, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. De este modo, la actividad turística cobra una gran importancia en la economía, debido a su elevado aporte a la generación de Producto Bruto Interno (PBI) en el país receptor.

Los gastos de los turistas no sólo se limitan al pago del alquiler de una habitación en un hotel, sino que también destinan parte de su renta disponible a una gran variedad de servicios y bienes de consumo tales como alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, actividades diversas, etc. Esto favorece, a su vez, a

---

<sup>10</sup> *Ibíd.*

un aumento de la demanda en la región o país receptor, que de otro modo no existiría<sup>11</sup>.

La industria del turismo factura cerca de 4,5 trillones de dólares por año en el mundo entero, y genera cerca de 192 millones de empleos (10,6% de la fuerza de trabajo mundial)<sup>12</sup>.

Esto afirma que el turismo constituye uno de los principales motores del crecimiento económico mundial. Las previsiones apuntan a que el turismo seguirá creciendo en los próximos años y su aporte a la economía irá ligada al crecimiento de la misma. Además, se espera la aparición de cambios cuantitativos que pueden no afectar a todas las áreas por igual, ya que existen destinos emergentes con gran potencial turístico que irán obteniendo una mayor cuota de mercado con el paso del tiempo.

El continuo crecimiento del turismo, además, motivará unas mayores inversiones en el sector y unas políticas gubernamentales dirigidas a planificar su desarrollo<sup>13</sup>. También, se prevé la aparición de cambios cualitativos que se producirán a raíz de una mayor experiencia del turista y de un aumento de la información sobre los destinos turísticos, originado por la cada vez mayor influencia de los medios de comunicación, existencia de importantes campañas publicitarias, etc., que aumentan el conocimiento del usuario para poder comparar regiones de destino y elegir entre ellas las que mejor se adapten a sus expectativas.

---

<sup>11</sup> Según Marcos Cobra (2001, 26)

<sup>12</sup> *Ibíd.*

<sup>13</sup> *Ibíd.*

### 6.1.3 El turismo alternativo<sup>14</sup>

El turismo alternativo se caracteriza por ser un turismo no masivo, que tiene como principal elemento distintivo la forma en que el visitante se acerca a la naturaleza y a las comunidades locales. La motivación del «turista alternativo» está relacionada con la posibilidad de ser parte de una experiencia directa y participativa, buscando vivir y conocer los ambientes naturales visitados<sup>15</sup>. En el turismo tradicional, en cambio, el turista es tan sólo un espectador pasivo de la realidad que le toca conocer.

## 6.2 MARCO CONCEPTUAL

**Canopi<sup>16</sup>:** Consiste de una polea suspendida por cables montados en un declive o inclinación. Se diseñan para que sean impulsados por gravedad y puedan deslizarse desde la parte superior hasta el fondo mediante un cable, usualmente cables de acero inoxidable. Es una práctica común en ejercicios militares<sup>17</sup>.

**Ciclismo de montaña<sup>18</sup>:** Considerado un deporte de inercia, es un ciclismo de competición realizado en circuitos naturales generalmente a través de bosques por caminos angostos con cuestras empinadas y descensos muy rápidos.

---

<sup>14</sup> MORENO BAÑOL, Gustavo Adolfo; SEMINARIO INTERNACIONAL SOBRE JUVENTUD Y DEPORTE: CULTURA DEPORTIVA EN EL DEPORTE EXTREMO, Medellín, 2010.

<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> Wikipedia.

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Ibid.

**Deportes extremos**<sup>19</sup>: Son todas aquellas actividades o disciplinas en su mayoría ya existentes, pero que, debido a circunstancias especiales o situaciones particulares implícitas como el peligro y la dificultad para realizarlos, se les consideran extremos o peligrosos.

**Bolichera**; juego de interior en el que los jugadores lanzan rodando bolas de madera o sintéticas, a lo largo de una superficie de madera llamada pista, tratando de derribar diez palos de madera llamados bolos, con el menor número de lanzamientos. El **juego** es parecido al de la petanca, las bochas y el **boliche**.

**Parque**: Terreno acotado en núcleos rurales o urbanos, generalmente con plantas y árboles, destinado a usos diversos, especialmente al recreo público.

**Parque de atracciones (o parque de diversiones)**: Recinto en el que hay variedad de atracciones y aparatos mecánicos destinados a la diversión y al entretenimiento.

**Rafting**: Deporte de aventura que consiste en descender varias personas en una embarcación sin motor por un río de aguas bravas.

**Torrentismo**: Es un descenso en Rapel que se practica por medio de la caída de torrentes de agua en cascadas de gran altura, es una actividad bastante extrema cargada de una gran dosis de adrenalina<sup>4</sup>.

**Turismo**: Actividad recreativa que consiste en viajar o recorrer un país o lugar por placer.

---

<sup>19</sup> Aventureros.co

**Turismo extremo:** es un tipo de **turismo** que implica exploraciones o viajes con una percepción y, posiblemente, existencia real de riesgos, y que potencialmente requiere de destrezas especiales o de cierta condición física.

### **6.3 MARCO LEGAL**

El Proyecto analizará y evaluará la normatividad que rige al sector turístico bajo los preceptos jurídicos contenidos en la constitución política que rige al estado nacional y estamentos departamentales, municipales. Igualmente, evaluará las normas para creación de los fondos cuyo objetivo social sea el impulso de los sectores económicos.

**Legislación del estado 1.** La Constitución política de 1991, creo el marco propicio para el turismo como una opción para los colombianos. En resumen, los postulados que en ella se consignaron y cuyo contenido se relaciona con el turismo son:

**Art 8 y 95<sup>20</sup>:** Obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas naturales y culturales.

**Art 44 y 52:** Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El turismo es considerado como una de las actividades del tiempo libre.

**Art 67:** Definición de la educación como función social y desde allí, el acceso a los bienes y valores de la cultura; guarda relación con la actividad turística en la medida que se debe impulsar la forma para llegar a los bienes y valores de la cultura,

---

<sup>20</sup> Constitución política de Colombia, 1991, artículos 8, 44,52,63,67,72,79,80,95,300

muchos de ellos generadores de atracción para visitantes. De ahí el significado de la promoción y el fomento de la educación como deber del Estado (art 70), al igual que su inclusión en los planes de desarrollo económico y social (art 71) de las entidades territoriales.

**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.

**Art 300:** Facultad a las asambleas departamentales para expedir disposiciones para la planeación, desarrollo económico y social del turismo; constituye el marco para dirigir el desarrollo turístico con sentido económico y social, es decir en armonía con estos campos.

Adicionalmente, el sector turístico colombiano encuentra su principal reglamentación en la ley 300 de 1996 “Ley General del Turismo”, “modificada por la ley 1558 de 10 de junio de 2012”, la cual ha sido reglamentada por varios decretos, entre los cuales se pueden destacar los siguientes:

Artículo 1. Importancia de la industria turística. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.

El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.

Artículo 2. Principios generales de la industria turística. La industria turística se regirá con base en los siguientes principios generales:

- Concertación. En virtud del cual las decisiones y actividades del sector se fundamentarán en acuerdos para asumir responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos, tanto del sector estatal como del sector privado nacional e internacional para el logro de los objetivos comunes que beneficien el turismo.
- Coordinación. En virtud del cual las entidades públicas que integran el sector turismo actuarán en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones.
- Descentralización. En virtud del cual la actividad turística es responsabilidad de los diferentes niveles del Estado en sus áreas de competencia y se desarrolla por las empresas privadas y estatales, según sus respectivos ámbitos de acción.
- Planeación. En virtud del cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual formará parte del plan nacional de desarrollo.
- Protección al ambiente. En virtud del cual el turismo se desarrollará en armonía con el desarrollo sustentable del medio ambiente.
- Desarrollo social. En virtud del cual el turismo es una industria que permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, actividades que constituyen un derecho social consagrado en el artículo 52 de la Constitución Política.

- Libertad de empresa. En virtud del cual, y de conformidad con lo establecido en el artículo 333 de la Constitución Política, el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en sus normas reglamentarias. Las autoridades de turismo en los niveles nacional y territorial preservarán el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios.
- Protección al consumidor. Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas.
- Fomento. En virtud del cual el Estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas, recreacionales y en general, todo lo relacionado con esta actividad en todo el territorio nacional.

**Decreto 502 de 1997<sup>21</sup>:** Por el cual se define la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el art 85 de la ley 300 de 1996.

**Decreto 503 de 1997:** Por el cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de guía turístico de que trata el art 94 de la ley 300 de 1996.

**Decreto 504 de 1997:** Por el cual se reglamenta el registro nacional del turismo de que tratan los art 61, 62 de la ley 300 de 1996.

**Decreto 505 de 1997:** Por el cual se reglamenta parcialmente la ley 300 de 1996 (fondo de promoción turística).

**Decreto 1075 de 1997:** Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.

---

<sup>21</sup> Ley 300 de 1996, Ley del turismo, modificada ley 1558 de 2012



## **7. METODOLOGIA**

### **7.1 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 parques en la región y sus alrededores, a partir de allí se realizará un análisis de las necesidades que deben cubrirse por medio de la ejecución del proyecto y así poder 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 la profesión de la Administración de Empresas 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 soportada por instrumentos (encuestas), las cuales fueron aplicadas 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.

### **7.2 TIPO DE INVESTIGACION**

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.

De la anterior demanda disponible, la idea es empezar el primer año de operaciones, con un porcentaje del mercado del 20%, 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.

### **7.3 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN**

La población objetivo de este proyecto está focalizada inicialmente a los habitantes de los estratos 2 - 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.

### **7.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Para recolectar la información se empleó la aplicación de una encuesta (ver anexo 1) con preguntas abiertas y cerradas, que fueron tabuladas y analizadas, las cuales suministraron información para la elaboración del presente documento.

### **7.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS**

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

La investigación que se realizó es de tipo descriptiva, lo que lleva a identificar los diferentes instrumentos de recolección de la información a trabajar, dentro del proceso investigativo para determinar el proceso cognitivo del proyecto por medio

de la aplicación de los instrumentos generados y que permiten la identificación de datos y procesamiento en pro de una información adecuada y representativa del segmento en estudio.

Se realizó recolección de datos en un momento único, de esta forma se establecerá y ejecutará la medición de variables y hechos que permitieron el desarrollo del proyecto.

### **7.6 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 tramos de: 0 a 11 años 12.621, De 12 a 50 años 98.539, De 51 a 100 años 10.194 para un total de 121.354, lo que indica que nuestro mercado potencial es de 108.733 habitantes.

**CUADRO No.1 POBLACIÓN DE GIRARDOT POR RANGOS**

<b>RANGOS</b>	<b>POBLACION</b>	<b>%</b>
DE 0 A 11 AÑOS	12.621	10.4%
DE 12 A 50 AÑOS	98.539	81.2%
DE 51 A 100 AÑOS	10.194	8.4 %
<b>TOTAL</b>	<b>121.354</b>	<b>100 %</b>

Fuente: <http://girardot-cundinamarca.gov.co>

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.

## 7.7 FORMULA DE LA MUESTRA ALEATORIA SIMPLE

“Según la página web Guía municipios de Cundinamarca, el municipio de Girardot tiene una población de 121.354 habitantes<sup>22</sup>”, con esta población se tomaron los mismos porcentajes por edades que tiene el censo del año 2005 elaborado por el Dane. Con este rango de población la utilizaremos para sacar la muestra, la formula estadística aleatoria simple población finita.

N: Posibles clientes = 108.733

K: 1,96 nivel de confiabilidad 95%

E: 0,05 porcentaje de error 5%

P: 0.5

q: 1-0.5: 0.5

$e^2 = 0,0025$

$K^2 = 3,8416$

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 108.733}{0.0025 * (108733 - 1) + 3.8416 * 0.5 * .05}$$

n= 386 encuestas

---

<sup>22</sup> Recuperado. Página Web <http://www.laguiacondinamarca.com/municipio/girardot-25307>

Esta investigación sólo utilizará encuestas para realizar un estudio de mercado.

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).

## **7.8 IDEA Y MODELO DE NEGOCIOS**

La idea de negocio consiste en montar una bolera en el municipio de Girardot, para esto vamos hacer un estudio de mercados, para saber que piensan las personas sobre este plan de negocios y con este estudio de mercados podremos saber si es viable esta idea de negocios, en otras palabras, si nuestra idea es viable desde el punto de vista del mercado, trabajáremos sobre el mercado meta propuesto por nosotros de acuerdo a lo observado en estudio del mercado, después de analizar

cada uno de los elementos del estudio de mercado, continuaremos con la siguiente fase, que es el estudio técnico, en el cual nos enfocaremos en los activos necesarios que necesita el proyecto para la puesta en marcha de este plan de negocios, así mismo que su macro y micro localización, su modelo de producción, después de que este analizado cada uno de los pasos del estudio técnico, nos enfocaremos en estudio legal y organizacional. Para este estudio nos enfocaremos en el tipo de empresa que más le convenga al proyecto desde el punto de vista jurídico y tributario, así mismo en el organigrama del proyecto con su respectivo manual de funciones, y de las competencias que debe tener cada una de las personas que aspira tener uno de estos cargos. Después de haber cumplido con cada uno de los pasos anteriores, nos enfocaremos en el estudio financiero, donde analizaremos el monto a invertir, su forma de financiamiento, en las proyecciones de ingresos, costos y gastos. Y por último se hará un análisis de la rentabilidad financiera del plan de negocios, y para esto utilizaremos indicadores como el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR), la relación beneficio costo (B/C), todas evaluadas de acuerdo con la tasa de interés de oportunidad (TIO).

Así mismo se hará un análisis de impacto económico del proyecto en el municipio de Girardot, lo mismo que un análisis de impacto social y ambiental.

## 8. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 8.1 ANÁLISIS HISTÓRICO

Se sabe que el origen de este deporte comenzó en Holanda, aunque también se cuenta que en España se jugaba una modalidad semejante con el nombre de Bolos. En Italia se conoce como Buccce y en Francia se le denomina Boulez. La diferencia que existe entre el Boliche y los Bolos es que el primero es de goma dura, mientras que el segundo se fabrica con madera más pequeña.

Por otra parte, el Boliche llegó al continente Americano, para ser exactos en Nueva Ámsterdam llamada actualmente New York, sus primeros reglamentos se realizaron 50 años después. Realmente no se tiene certeza de cómo entró el bowling a nuestro país, aunque algunos testimonios afirman que fue por Barranquilla. Al hablar de la historia del bowling en Colombia debemos remontarnos a la bolera San Francisco, ubicada en el centro de Bogotá; esta bolera es un retrato vivo del bowling que se practicaba en nuestro país a principios de siglo pasado. Ya en 1963 se inauguró el Bolívar Bolo Club. En esta bolera los pines ya no eran levantados por personas sino por un sistema mecánico y automatizado. Luego, el gran paso para masificar el deporte fue la construcción de la bolera El Salitre1 (Coldeportes, 2009) En la década de los 70's, con Jairo Ocampo, Colombia consiguió su primer título internacional. En 1983 el deportista boyacense Armando Mariño se coronó campeón mundial en Caracas. Otros triunfos internacionales han seguido estas gestas, como los de Jaime Andrés Gómez Ardilla, único deportista colombiano que ha llegado al nivel profesional compitiendo en la PBA (Professional Bowlers Assosiation) de los Estados Unidos; Clara Juliana Guerrero y Sara Vargas campeonas mundiales, en 2005 y 2006 respectivamente y Manuel Otálora, que en los World Games 2009 en China obtuvo el título de campeón mundial y medalla de plata en la modalidad de parejas mixtas, en compañía de la bogotana Angie Ramírez. Entre otros deportistas destacados a nivel internacional sobresalen nombres como el de David Romero,

Luz Adriana Leal, Paola Gómez y Rocío Restrepo. En nuestros días, el Boliche se ha convertido en uno de los deportes más populares ya que puede ser practicado sin limitaciones de sexo, edad, tamaño o fuerza física del participante. Sin embargo, exige la suficiente actividad corporal para mantenerse en buena forma y presupone cualidades físicas muy por encima del promedio.

## **8.2. SITUACIÓN DEL SECTOR**

El Bowling, es actualmente practicado por más de 150 millones de personas en el mundo, lo que ha provocado que sea considerado una de las principales tendencias dentro de la Industria del ocio y entretenimiento en este siglo. Siendo Estados Unidos el que puntea el crecimiento con más de 60.000 pistas. La conclusión que se puede sacar de este aceleradísimo crecimiento es que un importante grupo financiero a nivel mundial ha visto el bowling como una gran inversión.

El centro de bolos, al no producir bienes de forma directa es una empresa que sería incluida en el sector terciario, en este sector se incluye subsectores como turismo, seguros, comercio, transportes, finanzas, educación, ocio... Dentro de este último subsector se incluiría la empresa objeto del presente estudio. En el ámbito internacional el importante desarrollo de la industria del ocio durante la segunda mitad del Siglo XX y el XXI, han supuesto una importante diversificación del mundo del ocio, hasta desarrollo de distintos tipos de ocio: ocio nocturno (discotecas, pubs...), ocio cultural (cines, teatros, opera...), ocio alternativo y ocio deportivo, en que se incluiría el proyecto empresarial que se busca emprender.

## **8.3. NECESIDAD DE LA PRÁCTICA DE ESTE JUEGO**

El municipio de Girardot, como ciudad capital, carece de suficientes zonas y espacios para el sano esparcimiento de la comunidad juvenil y la familia en general. En la ciudad los lugares de esparcimiento saludable se limitan a parques, centros



comerciales y algunas canchas sintéticas. Por tanto, se encuentra que no existe variedad para que las familias y jóvenes de la ciudad puedan disfrutar de un tiempo de esparcimiento saludable y compatible tanto con la vida diurna como la nocturna. A falta de opciones de esparcimiento, los jóvenes únicamente encuentran entretención en la navegación en internet, televisión y algunos cinemas cuando la economía lo permite generando sedentarismo que causa serios problemas de salud. Actualmente el municipio de Girardot, cuenta con una pista de bolos ubicada en las instalaciones de la caja de compensación familiar “COMPEMSAR”, y otra en el municipio de Ricaurte vía Girardot Bogotá, ubicada en otra caja de compensación familiar “COSUBSIDIO”.

Este proyecto pretende estudiar la factibilidad de crear un centro de entretenimiento familiar cuya atracción principal sea la práctica deportiva del bowling (Juego de Bolos), se pretende que sea un lugar innovador que cuente con pistas dotadas de máquinas de alta tecnología, en un lugar que brinde servicios adicionales de entretenimiento como máquinas de video, zona de cafetería y bar, la creación de dicho entorno es la respuesta a la insuficiencia de lugares para el disfrute de manera saludable del tiempo libre, un sitio para encontrarse de manera segura con amigos y familiares en la ciudad, un centro de entretenimiento que a mediano plazo se convierta en una empresa de comunidad, que ofrezca la mejor opción para el encuentro a grupos sociales que esperan disfrutar el tiempo de manera sana y saludable en un ambiente innovado, variado y seguro. Un nuevo centro de bowling en la ciudad, aparte de ayudar a mitigar la problemática mencionada genera posibilidades de empleo, ayuda a la reactivación económica y atrae turistas a la ciudad aumentando así el reconocimiento de la capital como una ciudad participativa que ofrece espacios a sus habitantes y turistas.

## **8.4 ESTRUCTURA ECONÓMICA DE GIRARDOT**

### **8.4.1 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>23</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.

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

---

<sup>23</sup> Diagnostico Económico De La Ciudad De Girardot Por Diego Armando Castro Muna

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 originaria 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.

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 fortalecimientos de pequeñas, medianas y grandes empresas que

contribuiría con plenos empleos locales permanentes y no esporádicos en la localidad.”

#### **8.4.2 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>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Estatuto de rentas para el municipio de Girardot

### **8.4.3 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.

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

### **8.4.5 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 vis 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.

#### **8.4.6 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, por lo que se está invirtiendo en centros comerciales, hoteles, restaurantes, condominios etc.”<sup>25</sup>

### **8.5 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 y

---

<sup>25</sup> Trabajo de grado PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DEPORTE Y AVENTURA EXTREMA, “YUJHO PARQUE EXTREMO” EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT, autores: WENDY YURANI GUZMAN TAPIAS y CIRO JHONAY MURILLO VERGARA.

turistas que gustan de este deporte, un lugar con diseño que ofrezca un ambiente acogedor y agradable.

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 pinos

### **8.5.1 Producto básico**

El servicio central de este proyecto es un espacio para la recreación el esparcimiento en familia y amigos, a través del juego de bolos.

### **8.5.2 Producto real**

El proyecto ofrecerá servicios recreativos y de competencia, porque a pesar de ser un servicio de boliche para toda la comunidad en forma recreativa, este juego es considerado un deporte. Inicialmente iniciaremos con el juego de boliche de cuatro pistas.

### **8.5.3 Producto aumentado**

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.

### **8.5.4 Producto esperado**

Que el servicio sea seguro, divertido, saludable y que permita desarrollar un mayor grado de acogimiento y unión familiar.

### **8.5.5 Producto potencial**

Billar tres bandas, juegos de sala para niños, como consolas de juegos electrónicos.



## 9. PLAN DE MARKETING

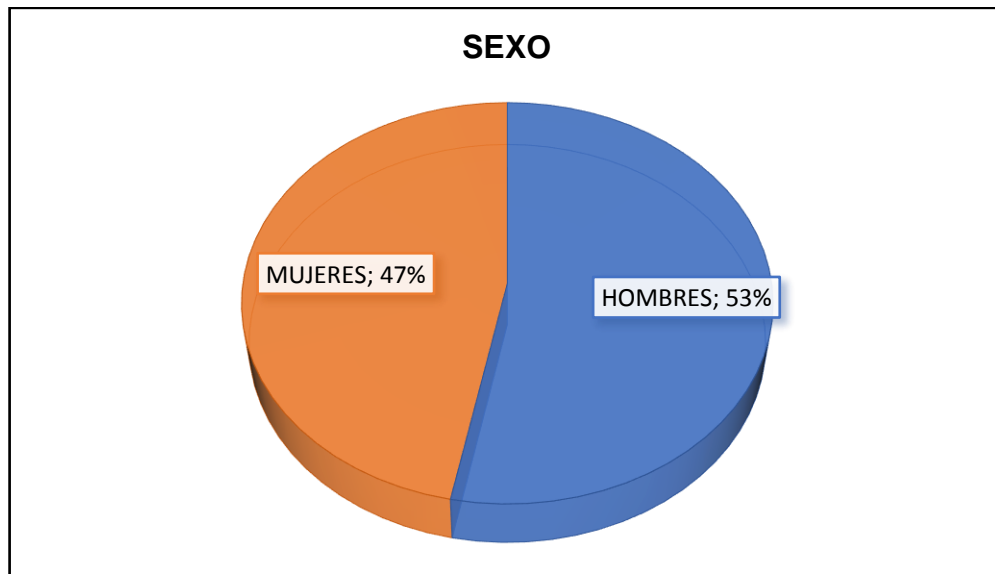
Para elaborar el plan de marketing, primero haremos un análisis de la investigación de mercados, de acuerdo con las encuestas aplicadas a los transeúntes del municipio de Girardot, entre lugareños y turistas, con el fin de definir el mercado objetivo, precio y ventas proyectadas de acuerdo con el horizonte del proyecto, en este caso, sería 5 años. Además, analizaremos el mercado competidor y el mercado proveedor.

### 9.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

CUADRO No. 2. SEXO

SEXO		
HOMBRES	205	53%
MUJERES	181	47%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

GRÁFICA No. 1. SEXO



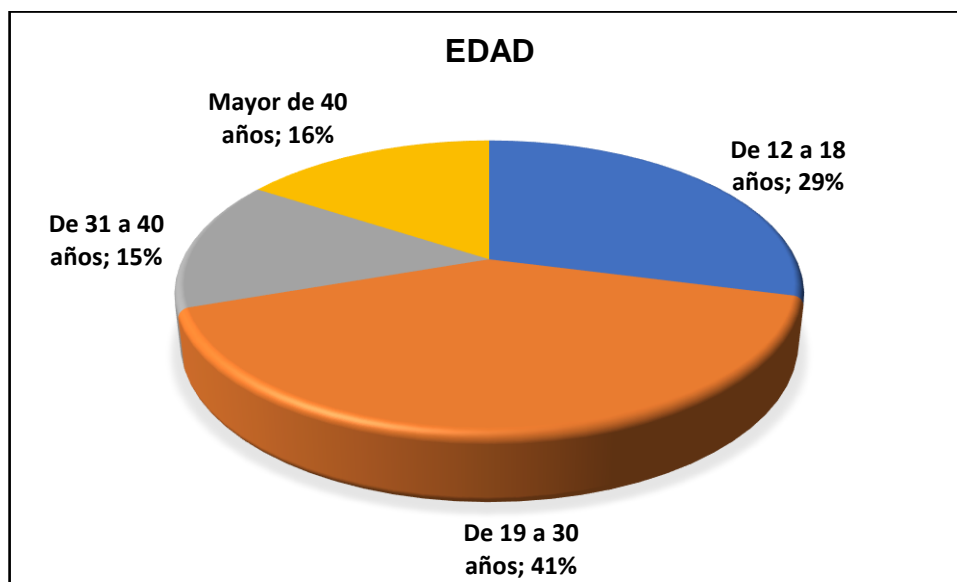
Fuente: Presente estudio

De acuerdo con las encuestas aplicadas, el juego de bolos es practicado por hombres, en un 53% y por mujeres en un 47%.

**CUADRO No. 3. EDAD**

EDAD		
De 12 a 18 años	112	29%
De 19 a 30 años	157	41%
De 31 a 40 años	56	15%
Mayor de 40 años	61	16%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 2. EDAD**



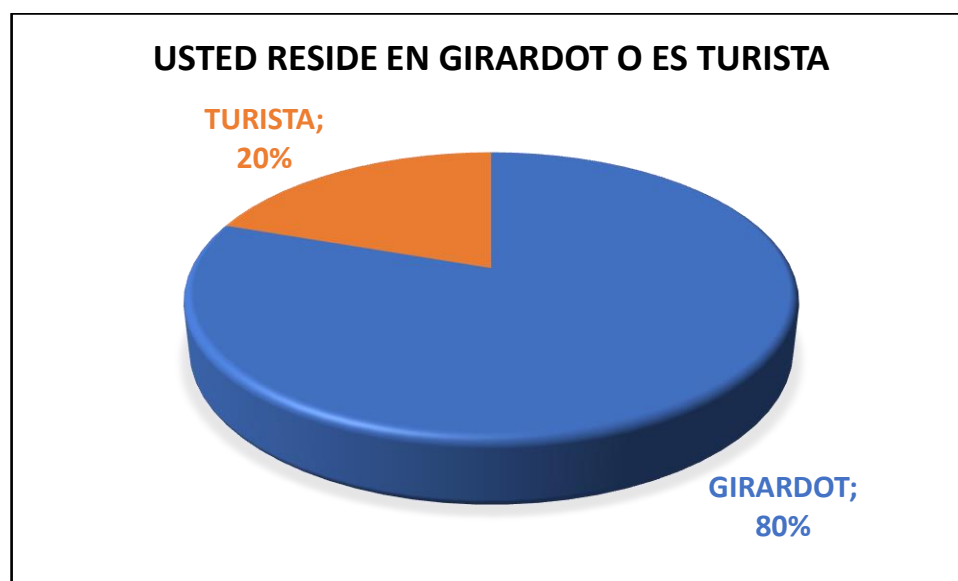
**Fuente: Presente estudio**

El estudio de investigación nos arrojó que del total de los encuestados, el 29% corresponde a adolescentes de edades entre 12 y 18 años, el 41% correspondió a jóvenes entre los 19 y 30 años de edad, el 15 % correspondió a adultos entre los 31 y 40 años y el restante 16% correspondió a personas mayores de 40 años.

**CUADRO No. 4. ¿USTED RESIDE EN GIRARDOT O ES TURISTA?**

¿USTED RESIDE EN GIRARDOT O ES TURISTA?		
GIRARDOT	310	80%
TURISTA	76	20%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 3. ¿USTED RESIDE EN GIRARDOT O ES TURISTA?**



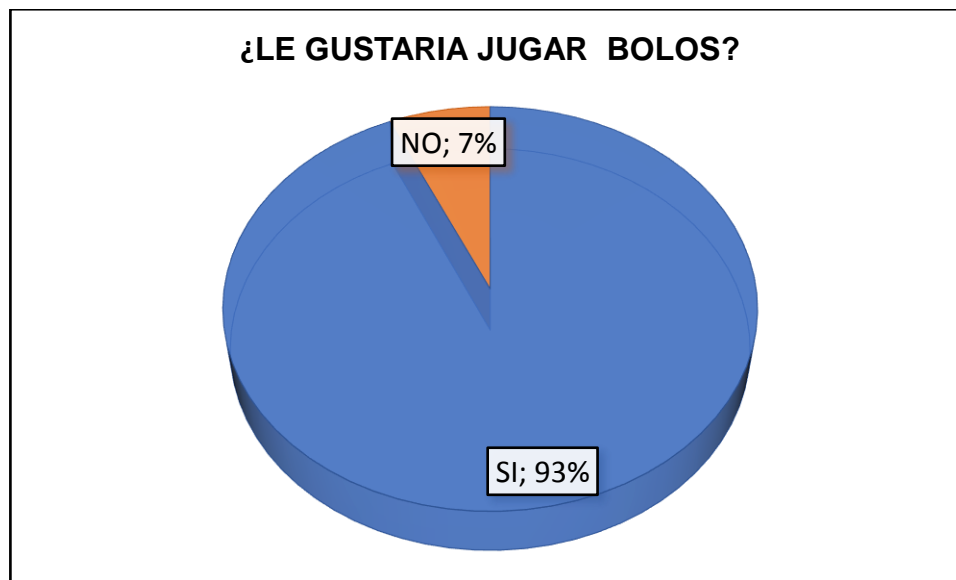
**Fuente: Presente Estudio**

A la pregunta si usted es residente del municipio de Girardot o es turista, el 80% de los encuestados respondió que es residente del municipio de Girardot y el restante 20% contestó que son turistas que visitan al municipio de Girardot.

**CUADRO No. 5. ¿LE GUSTARIA JUGAR BOLOS?**

¿LE GUSTARIA JUGAR BOLOS?		
SI	360	93%
NO	26	7%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 4. ¿LE GUSTARIA JUGAR BOLOS?**



**Fuente: Presente Estudio.**

A la pregunta que se le hizo a los encuestados sobre si les gustaría jugar bolos, hubo una respuesta muy positiva, el 93% lo ha hecho o lo quisiera hacer, solo un 7% no está interesado en hacerlo.

**CUADRO No 6. ¿LE GUSTARIA QUE, EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT, SE CREEA UN CENTRO DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR CUYA ATRACCION PRINCIPAL SEA LA PRACTICA DEL BOWLING (JUEGO DE BOLOS)?**

<b>¿LE GUSTARIA QUE EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT, SE CREEA UN CENTRO DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR CUYA ATRACCION PRINCIPAL SEA LA PRACTICA DEL BOWLING (JUEGO DE BOLOS)?</b>		
SI	380	98%
NO	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 5. ¿LE GUSTARIA QUE, ¿EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT, SE CREEA UN CENTRO DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR CUYA ATRACCION PRINCIPAL SEA LA PRACTICA DEL BOWLING (JUEGO DE BOLOS)?**



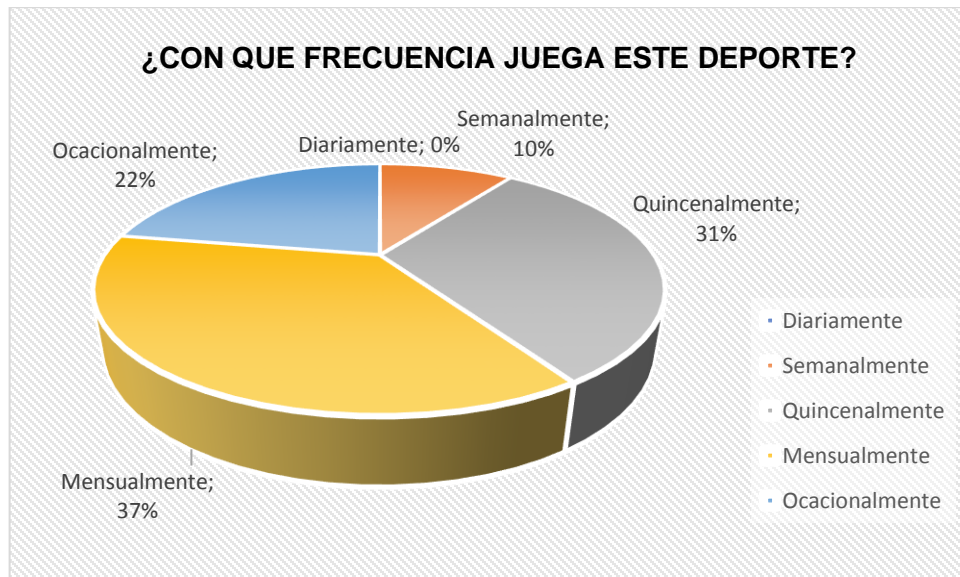
**Fuente: Presente Estudio.**

A esta pregunta, el 98% de los encuestados les gustaría que en el municipio de Girardot, se creara un centro de entretenimiento familiar cuya atracción principal fuera la práctica del juego de bolos, solo un 2% no estuvo de acuerdo con este proyecto.

**CUADRO No. 7. ¿CON QUE FRECUENCIA JUEGA ESTE DEPORTE?**

¿CON QUE FRECUENCIA JUEGA ESTE DEPORTE?		
Diariamente	0	0%
Semanalmente	38	10%
Quincenalmente	120	31%
Mensualmente	142	37%
Ocasionalmente	86	22%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 6. ¿CON QUE FRECUENCIA JUEGA ESTE DEPORTE?**



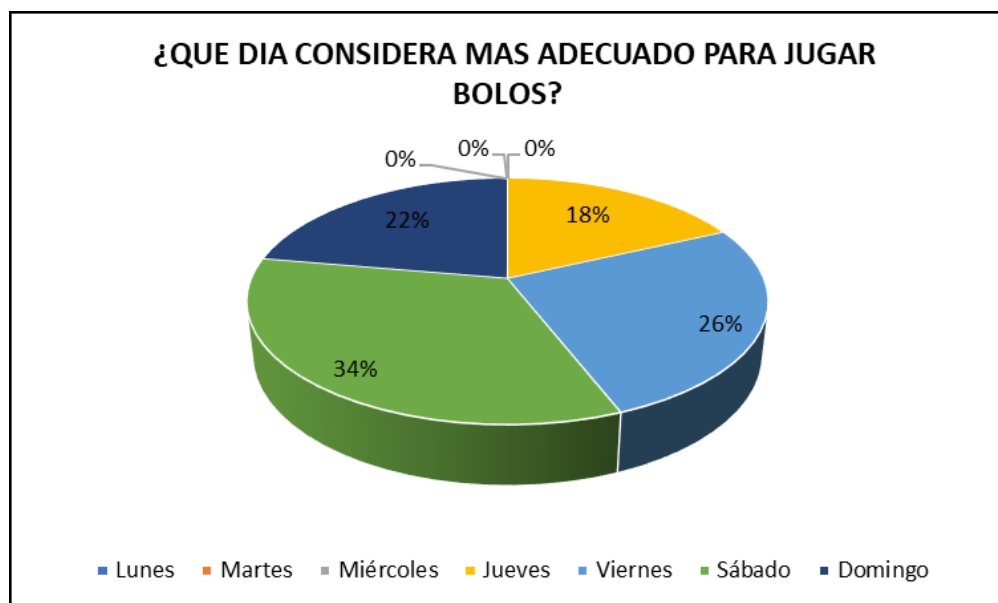
**Fuente: Presente Estudio**

A la pregunta con qué frecuencia juega este deporte, el 37% dijo que mensualmente, el 31% quincenalmente. El 22% Ocasionalmente, se dejó entrever en la encuesta que la gente no practica el boliche diariamente.

**CUADRO No. 8. ¿QUÉ DIA CONSIDERA MAS ADECUADO PARA JUGAR BOLOS?**

¿QUE DIA CONSIDERA MAS ADECUADO PARA JUGAR BOLOS?		
Lunes	0	0%
Martes	0	0%
Miércoles	0	0%
Jueves	70	18%
Viernes	100	26%
Sábado	130	34%
Domingo	86	22%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 7. ¿QUÉ DIA CONSIDERA MAS ADECUADO PARA JUGAR BOLOS?**



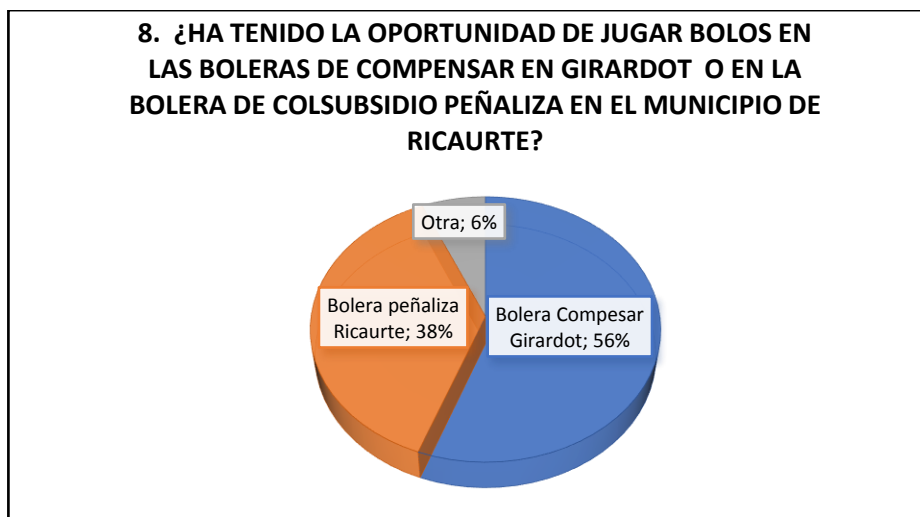
**Fuente: Presente Estudio**

A la pregunta que día considera más adecuado para jugar bolos, la gran mayoría, que fue un 34% dijo que el sábado, seguido del día viernes con un 26% y un domingo con 18%, los días que no tuvieron respuesta en la encuesta fueron los días lunes, martes y miércoles.

**CUADRO No. 9. ¿HA TENIDO LA OPORTUNIDAD DE JUGAR BOLOS EN LAS BOLERAS DE COMPENSAR EN GIRARDOT O EN LA BOLERA DE COLSUBSIDIO PEÑALIZA EN EL MUNICIPIO DE RICAURTE?**

<b>¿HA TENIDO LA OPORTUNIDAD DE JUGAR BOLOS EN LAS BOLERAS DE COMPENSAR EN GIRARDOT O EN LA BOLERA DE COLSUBSIDIO PEÑALIZA EN EL MUNICIPIO DE RICAURTE?</b>		
Bolera Compensar Girardot	215	56%
Bolera Penaliza Ricaurte	146	38%
Otra	25	6%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 8. ¿HA TENIDO LA OPORTUNIDAD DE JUGAR BOLOS EN LAS BOLERAS DE COMPENSAR EN GIRARDOT O EN LA BOLERA DE COLSUBSIDIO PEÑALIZA EN EL MUNICIPIO DE RICAURTE?**



**Fuente: Presente estudio**

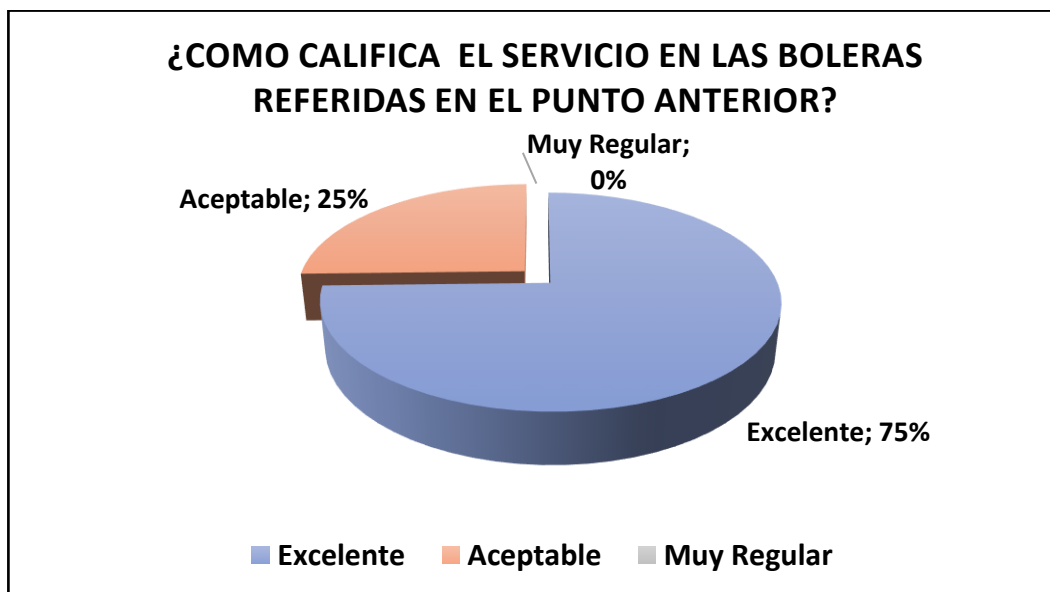


A la pregunta si ha tenido la oportunidad de jugar bolos en las boleras de Compensar y Colsubsidio penaliza municipio de Ricaurte, el 56% contesto que lo ha hecho en la bolera de Compensar, el 38% lo ha hecho en la bolera de penaliza Ricaurte y solo 6% lo ha hecho en la bolera de santa Ana, vía Girardot Espinal.

**CUADRO No. 10. ¿COMO CALIFICA EL SERVICIO EN LAS BOLERAS REFERIDAS EN EL PUNTO ANTERIOR?**

<b>¿COMO CALIFICA EL SERVICIO EN LAS BOLERAS REFERIDAS EN EL PUNTO ANTERIOR?</b>		
Excelente	288	75%
Aceptable	98	25%
Muy Regular	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 9. ¿COMO CALIFICA EL SERVICIO EN LAS BOLERAS REFERIDAS EN EL PUNTO ANTERIOR?**



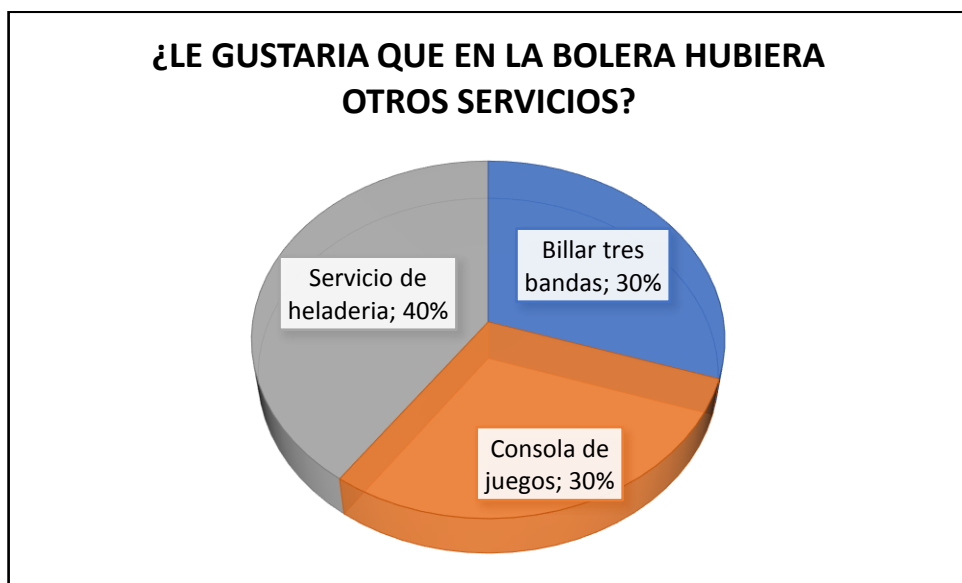
**Fuente: Presente estudio**

A la pregunta como califico el servicio de las boleras referidas en el punto anterior, los encuestados respondieron Excelente un 75%, y aceptable u 25%, lo curioso es que nadie califica ni regular ni mal el servicio de las boleras que van a ser competencia directa del proyecto.

**CUADRO No. 11. ¿LE GUSTARIA QUE EN LA BOLERA HUBIERA OTROS SERVICIOS?**

<b>¿LE GUSTARIA QUE EN LA BOLERA HUBIERA OTROS SERVICIOS?</b>		
Billar tres bandas	116	30%
Consola de juegos	115	30%
Servicio de heladería	155	40%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 10. ¿LE GUSTARIA QUE EN LA BOLERA HUBIERA OTROS SERVICIOS?**



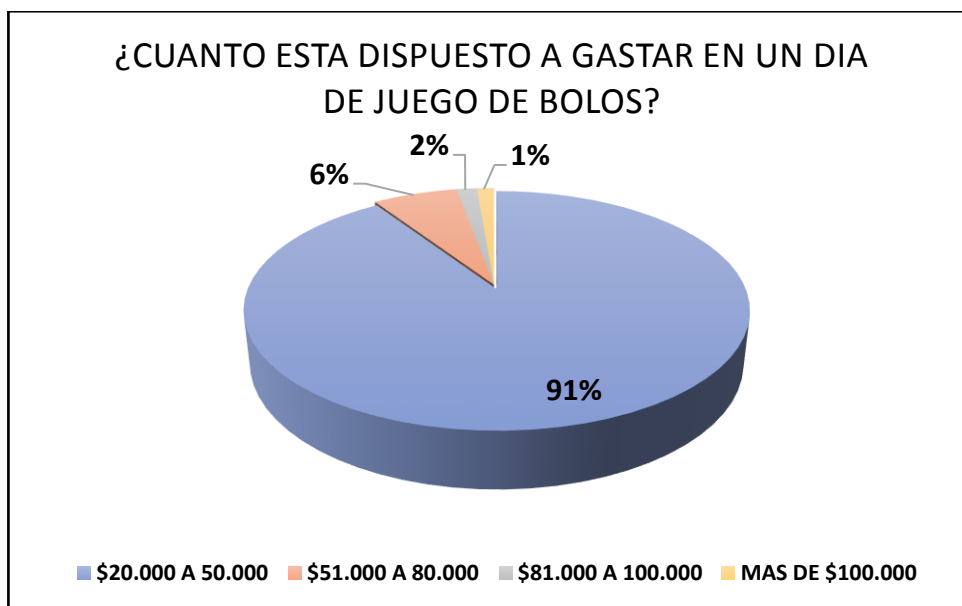
**Fuente: Presente estudio**

A la pregunta le gustaría que el proyecto de la bolera ofreciera otros servicios, la respuesta fue: un 40% el servicio de heladería, un 30% juego de consolas y otro 30% juego de billar tres bandas.

**CUADRO No. 12. ¿CUANTO ESTA DISPUESTO A GASTAR EN UN DIA DE JUEGO DE BOLOS?**

<b>¿CUANTO ESTA DISPUESTO A GASTAR EN UN DIA DE JUEGO DE BOLOS?</b>		
\$20.000 A 50.000	350	91%
\$50.001 A 80.000	25	6%
\$80.001 A 100.000	6	2%
MAS DE \$100.000	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICA No. 11 ¿CUANTO ESTA DISPUESTO A GASTAR EN UN DIA DE JUEGO DE BOLOS?**



**Fuente: Presente estudio**

A la pregunta Cuanto está dispuesto a gastar en un día de juego de bolos, el 91% escogió el rango más pequeño que oscila entre \$20.000 a \$50.000 pesos, seguido en un 6% el rango entre \$50.001 a \$80.000 pesos, asimismo un 2% de los encuestados están dispuesto a gastar dentro del rango de \$80.001 a \$100.000 y solo el 1% está dispuesto a gastarse más de \$100.000 pesos m/cte.

De acuerdo a la tabulación de las encuestas encontramos, los que mayor practican el juego de bolos según las encuestas son los hombres con un 53%, sin embargo las mujeres también lo practican en alto grado, así mismo este estudio nos arrojó que del total de los encuestados, el 29% corresponde a adolescentes de edades entre 12 y 18 años, el 41% correspondió a jóvenes entre los 19 y 30 años de edad, el 15 % correspondió a adultos entre los 31 y 40 años y el restante 16% correspondió a personas mayores de 40 años. Lo que nos indica que el 71% de las personas que practican este juego son mayores de edad, lo cual es bueno para el proyecto, Claro que hay que destacar que el 80% de los encuestados son oriundos de Girardot y el otro 20% son turistas, lo cual nos indica que en los fines de semana, puentes y épocas de vacaciones se incrementara la demanda de este tipo de juego en el municipio de Girardot. Este investigación nos arrojó que en un alto grado de los encuestados (93%) han jugado alguna vez bolos, lo que nos abre un mercado potencial para este proyecto. Otro dato importante que nos arrojó este estudio es que el 98% de las personas están de acuerdo con la creación de una nueva bolera en el municipio de Girardot, lo cual hace viable el proyecto desde el punto del mercado. Así mismo este estudio arrojó que el 68% de las personas les gusta jugar este deporte quincenalmente y mensualmente, solo un 10% lo hace semanalmente, cifras que pueden cambiar los fines de semana, puentes y época de vacaciones, por la afluencia de turistas a nuestro municipio, en conclusión, de acuerdo a la investigación de mercados realizada, arrojó que este proyecto es viable desde el punto de vista del mercado.

## 9.2 MERCADO DE LA COMPETENCIA

### Estudio de la Oferta

Efectuado el análisis y observación para identificar los posibles oferentes, se logró establecer los siguientes oferentes, los cuales se constituyen en competidores del proyecto:

Lagomar Hotel y Centro de Convenciones - Compensar Ubicado en el municipio de Girardot, tiene bastante reconocimiento lo visitan los afiliados a la caja de compensación familiar COMPENSAR y turistas que visitan al municipio en fines de semana, puentes y fechas de vacaciones. Tiene diferentes sitios de esparcimiento entre ellos está la bolera que tiene cuatro (4) líneas automatizadas

**Hotel Peñaliza Colsubsidio:** Ubicado a 2 Km vía Girardot – Bogotá D.C. hotel con cuatro estrellas de reconocimiento, visitada y ocupada por turistas de diferentes partes del país, cuenta con diferentes sitios de esparcimiento, entre ellos una bolera de seis (06) líneas automatizada y bien en donde sus jugadores provienen de los hospedados, afiliados y particulares que visitan el hotel con la intención de jugar, que a su vez deben de apartar la línea con anticipación dando prioridad a sus hospedados, afiliados y por ultimo a particulares. Así mismo por pertenecer a una caja de compensación los precios de la línea varían de acuerdo a la categoría de sus a filiados o si es particular.

**Club Santa Ana:** ubicada en el condominio Santa Ana en el kilómetro 10 vía Girardot – Espinal, se encuentra dentro del condominio Santa Ana visitada por

turistas y habitantes de la región, cuenta con sitios de esparcimiento como piscina y canchas de futbol y micro futbol, la bolera cuenta con tres (03) líneas y su funcionamiento es manual.

### 9.3 MERCADO PROVEEDOR

Estudio de mercado proveedor

**TABLA No. 1. ESTUDIO MERCADO PROVEEDOR**

EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCION	CONDICIONES DE VENTA
Acuagyr s.a esp	Servicio de Alcantarillado y Agua	Calle 16 carreras 1ª Barrio Alto de la Cruz Girardot.	-Pago según Consumo mensual
Empresa de Energía de Cundinamarca	Energía Eléctrica	Carrera 8 No. 20A-73 B/ Granada	-Asistencia Técnica -Asistencia Técnica
Claro	Telefonía fija, Internet y Tv	1.1 Calle 22 con 6 local 1 B/ Santander	-Pago según Consumo mensual
T & S Temporales y Sitempora Ltda.	Aseo	1.2 Cl 16 11-82 Of 307 Girardot	-Asistencia Técnica
Colombia Bowling	Servicio de Mantenimiento	Bogotá d.c, Colombia (57)(1) 6700074	-Asistencia Técnica
Movistar	Celular	Carrera 11 Calle 18	-Pago según Plan Mensual
Seguros Falabella.	Pólizas	Carrera 5 No. 38-08	- Contado - Garantía -Asistencia y soporte.

#### **9.4 VENTAS**

Como se refleja en el cuadro No. 1 Población de Girardot por rangos, 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 con la encuesta se tomará una muestra y se le aplicará la fórmula de muestra aleatoria simple población finita.

#### **9.5 SEGMENTO DEL MERCADO**

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 2017 en el municipio de Girardot, dentro de esta población 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 98.539 habitantes, de los cuales el 48% ha jugado bolos que corresponde a 41.192 personas, del 52% que nunca ha jugado bolos que son 44.635 quieren hacerlo el 86%, que corresponde a 38.386.

Del ejercicio anterior tenemos un mercado potencial de 41.192 personas que han jugado, más las 38.386 que quieren jugar y nos da un total de 79.578. Para 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 No. 13. MERCADO DISPONIBLE

<b>CONQUE FRECUENCIA JUEGA ESTE DEPORTE</b>			
Mercado Potencial	Frecuencia de Juego	%	Promedio Mensual
98.379	Semanal	10%	9.838
98.379	Quincenal	31%	30.497
98.379	Mensual	37%	36.400
98.379	Ocasional	22%	21.643
Mercado Disponible			98.379

**Fuente. Presente estudio**

De acuerdo al mercado potencial de 98.379, nosotros acogeríamos una participación en el mercado del 20% y se incrementaría de acuerdo al crecimiento población promedio de Colombia, que según el banco mundial es del 0.9%. y los precios se incrementa de acuerdo a la inflación esperada según el banco de la república.

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>			
PERIODO	NUMERO DE CLIENTES	INGRESO POR PERSONA	TOTAL INGRESOS
2018	19.676	\$ 20.000	\$393.516.000
2019	19.853	\$ 20.800	\$412.939.950
2020	20.032	\$ 21.632	\$433.322.666
2021	20.212	\$ 22.497	\$454.711.472
2022	20.394	\$ 23.397	\$477.156.031

**Fuente. Presente estudio**

El precio se promedió en \$20.000, 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 este alrededor en este momento del 4%, según el Banco de la República.



## 9.6 MARKETING MIX

### Estrategia de Mercado

Existe una amplia gama de autores que propone diferentes estrategias de mercado, este estudio se enfocó en los autores Richard L. Sandhusen<sup>7</sup> (Richard, 2002) y William Stanton<sup>8</sup> (Stanton William, 2004), para la elección de la estrategia de mercado acorde con el negocio, las características del mismo y su entorno.

Sin embargo, se elige la estrategia de Stanton de *Crecimiento Intensivo* la cual consisten en "cultivar" de manera intensiva los mercados actuales. El autor indica este tipo de estrategia es adecuada en situaciones donde las oportunidades de "producto-mercado" existentes aún no han sido explotadas en su totalidad, e incluye las siguientes estrategias:

- ❖ *Estrategia de penetración*: Se enfoca en la mercadotecnia más agresiva de los productos ya existentes (por ejemplo, mediante una oferta de precio más conveniente que el de la competencia y actividades de publicidad, venta personal y promoción de ventas bastante agresiva). Este tipo de estrategia, por lo general, produce ingresos y utilidades porque:
  - persuade a los clientes actuales a usar más del producto.
  - atrae a clientes de la competencia y
  - persuade a los clientes no decididos a transformarse en prospectos.
- ❖ *Estrategia de desarrollo de mercado*: Se enfoca en atraer miembros a los nuevos mercados, por ejemplo, de aquellos segmentos a los que no se ha llegado aún (como nuevas zonas geográficas).
- ❖ *Estrategia de desarrollo del producto*: Incluye desarrollar nuevos productos para atraer a miembros de los mercados ya existentes, por ejemplo, desarrollando

una nueva presentación del producto que brinde beneficios adicionales a los clientes.

- ❖ Estrategia de Promoción y Publicidad: Es la parte en donde la empresa hace conocer a su mercado objetivo los productos y servicios que ofrece, llegando de manera directa (personal) o indirecta (masiva) al consumidor.
- ❖ Algunos medios a utilizar son: Televisión, radio, prensa, Internet, Folletos directos, vallas, publicidad personal, tele mercadeo etc...
- ❖ Según el tipo de producto y de clientes, la empresa deberá determinar la mejor combinación de estrategias de mercadeo para ser exitosa en el desarrollo de su actividad comercial.

## 10. PLAN DE OPERACIONES

### 10.1 Tamaño del proyecto

**CUADRO No. 14. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DEL PROYECTO  
EN VENTAS**

PERIODO	NÚMERO DE CLIENTES
2018	19.676
2019	19.853
2020	20.032
2021	20.212
2022	20.394

Fuente: Presente estudio

**CUADRO No. 15. HORARIOS DE LA BOLERA BOLICHERA UNICENTRO  
GIRARDOT**

DIAS	HORARIOS
Miércoles y Jueves	De 3:00 pm A 11 de la noche
Viernes, Sábado y Domingo	De 10:00 am A 12 de la Noche

Fuente: Presente estudio

**CUADRO No. 16. OFERTA DE MARTES A JUEVES**

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 No. 17. OFERTA VIERNES, SÁBADO DOMINGO Y FESTIVOS  
BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT.**

Número de pistas disponibles	4
Horas de servicio/ Día	14
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	224

**Fuente: Presente estudio**

Según los expertos en este tipo de juegos, el largo ideal para montar una bolera estándar son 33 a 3 metros. 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.

## **10.2 Localización de la bolichera**

### **10.2.1 Macro localización.**

Este proyecto está pensado en montarlo en el municipio de Girardot, debido que es el municipio con mayor número de habitantes, el de mayor desarrollo de la región, es la capital natural del alto magdalena y tiene una zona de influencia superior a los 14 municipio, más los turistas que llegan de la capital del país, 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 cuenta con una población flotante de turistas que oscila entre 40.000 y 80.000 personas

### **10.2.2 Micro localización.**

El proyecto estaría ubicado en el centro comercial Unicentro, donde hay una gran afluencia de personas y es bastante visita por los turistas, los fines de semana, puentes y época de vacaciones, lo cual sería beneficioso para este proyecto.

### **10.2.3 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>26</sup>.

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

---

<sup>26</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

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 45 a 50 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 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.

Maquinarias, equipos y herramientas.

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 bolos 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.

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. 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.

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.

Instalaciones necesarias.

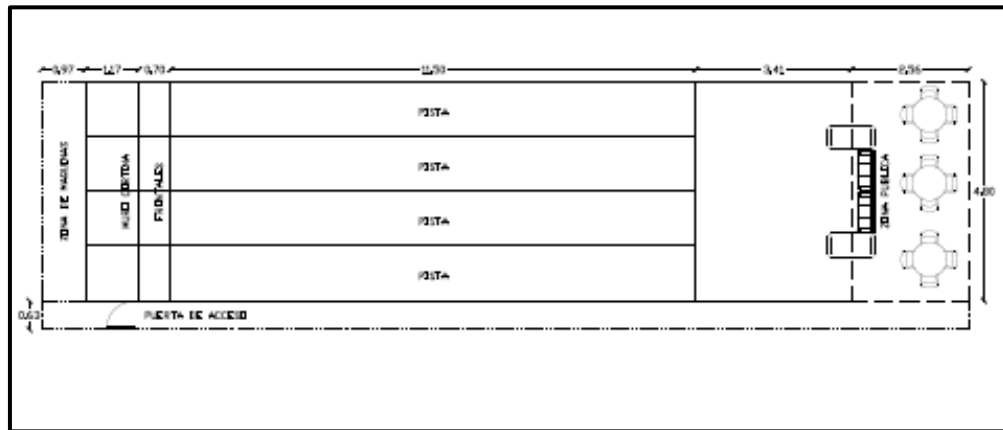
Se incluye en esta sección todo lo que respecta a la construcción del centro de entretenimiento, y la adecuación de los servicios básicos, primordiales para el funcionamiento del mismo, se hace necesario buscar un local del tamaño y las condiciones adecuadas para la ubicación de las pistas y los demás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

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 No. 1. PLANO DE PLANTA Y DISTRIBUCIÓN INTERNA  
“BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT”**



Fuente: Presente Estudio

Valoración de las variables técnicas.

**CUADRO No. 18. INVERSIONES**

<b>RESUMEN PLAN DE INVERSIONES</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
Total Inversiones Fijas	\$224.400.000
Maquinaria y Equipo	\$120.000.000
Equipo de Oficina	\$8.500.000
Herramientas y útiles	\$ 3.500.000
Edificaciones y adecuaciones	\$ 80.000.000
Equipo de tecnología	\$4.500.000
Licencias	\$2.700.000

Muebles y Enseres	\$5.200.000
Total, Gastos Preoperativos	\$4.900.000
Total, Capital de trabajo inicial	\$ 21.553.975
<b>TOTAL</b>	<b>\$250.853.955</b>

**Fuente: Presente estudio**

## 11. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RRHH

### Plataforma Estratégica

#### Visión

La Bolera **BOLICHERA UNICENTRO 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.

#### Misión

La Bolera “**BOLICHERA UNICENTRO 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.

#### Políticas Corporativas

#### Objetivos Corporativos

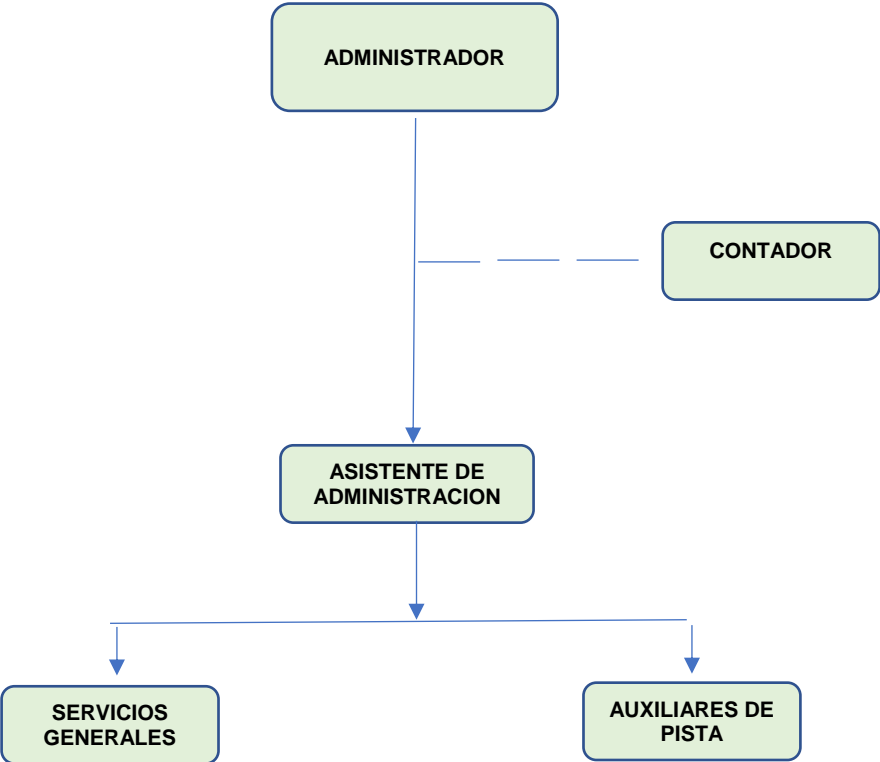
La filosofía de “**BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT**”, se fundamenta en la prestación de nuestros servicios de diversión y esparcimiento, con personal altamente calificado conservando altos standard de calidad para el logro de las

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 UNICENTRO 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.

**Organigrama**

**FIGURA No. 2. ORGANIGRAMA “BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT”**





## **12. FORMA JURÍDICA Y PLANIFICACIÓN DE LA PUESTA EN MARCHA**

El estudio legal de un proyecto busca determinar la viabilidad a la luz de las normas que lo rigen, en cuanto a la localización del proyecto (POT), localización de productos, subproductos, patentes y registros sanitarios, también toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de contratación, contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

El objetivo del estudio legal es determinar las implicaciones técnicas y económicas que se deriven de la normatividad legal que regula la instalación y operación del proyecto.

### **12.1 IMPLICACIONES DE LA NORMATIVIDAD**

Una de las implicaciones es que no cumpla con las normas vigentes para el desarrollo del proyecto esto sería que no tenga viabilidad legal, que no cumpla con las normas y regulaciones existentes relacionadas con la naturaleza y actividad económica del proyecto. Como sería que el proyecto requiera una licencia ambiental para su funcionamiento, que no cumpliera con los requisitos de constitución y formalización de la empresa.

De todo lo anterior la empresa en caso de crearse, el proyecto está diseñado para cumplir con todas las normas y leyes, porque de no hacerlo incurriríamos en sanciones por parte de los entes gubernamentales.

## 12.2 INSTANCIAS LEGALES DEL PROYECTO

Paso 1. <sup>27</sup>.Consulta de nombre y marca. (Oficina de Industria y comercio)

Paso 2. Suscripción de los estatutos, ya sea por documento privado o público, según tipo social. La firma de la escritura pública de constitución en el caso que corresponda genera el pago de derechos notariales que oscila entre 2.7 y 3.0 por mil del valor del capital asignado

Al momento de llevar los estatutos a Cámara de comercio, es necesario previamente diligenciar formulario on line para solicitar PRE-RUT. . Registro Único Tributario (RUT) Este trámite se puede hacer personalmente o a través de apoderado, ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales o en las instalaciones de la cámara de puede complementar para así obtener el NIT de la sucursal.

Es necesario presentar. Estatutos. Formularios diligenciados. Recibo de Servicio público del lugar de domicilio de la empresa (original y fotocopia), cédula del representante legal y del apoderado, poder en original

Paso 3. Inscripción en registro mercantil.

Paso 4. Solicitar Matrícula mercantil del establecimiento de comercio, Previo pago de Impuesto de registro. La inscripción en la Cámara está sujeta al pago del impuesto de registro, equivalente al 0.7% del monto del capital asignado a la sucursal

---

<sup>27</sup> <http://crearempresacolombia.blogspot.com.co/2012/09/paso-paso-para-crear-empresa-en-colombia.html>

Paso 5. Abrir cuenta bancaria para depositar el capital social en el caso que la aportación sea monetaria.

MUY IMPORTANTE Si el capital que va a conformar la empresa es extranjero debe averiguar en el banco las limitaciones para giros internacionales, algunos bancos nacionales no permiten consignaciones en moneda extranjera, hasta después de 6 meses

Paso 6. Llevar la cuenta, o el certificado de PRE-CUENTA a la DIAN para que expidan NIT definitivo, el NIT temporal es entregado al registro de los estatutos.

Paso 7. Llevar el NIT definitivo expedido por la DIAN a la Cámara de comercio para que los inscriban en el Certificado De existencia y Representación Lega. Mientras no se inscriba el certificado no lo tendrá por lo que la empresa no se podrá identificar.

Paso 8. Solicitar resolución de Facturación, por medio de apoderado o con el representante legal ante la DIAN, sin resolución de facturación no se puede prestar ningún servicio

Paso 9. Impresión de las facturas con los números autorizados.

Paso 10. Inscripción de libros en la Cámara de Comercio

Paso 11. Afiliación en seguridad social a empleados. Pensión, salud, riesgos profesionales, Caja de compensación familiar, en el caso que los tenga.

Además de los anteriores pasos, se debe elaborar una carta dirigida a planeación sobre el permiso del uso del suelo.

Si es responsable de Sayco Acinpro, debe inscribirse.

Si va a manipular alimentos debe solicitar el registro sanitario a la secretaria de salud.

Debe registrar el negocio en la oficina de Industria y comercio.

## **12.3 TIPO DE SOCIEDAD A CONFORMAR**

Tipo De Empresa

**BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT SAS.** Se conformada bajo el amparo de ser una Sociedad Por Acciones Simplificada S.A.S.

Se escogió este tipo de empresa porque las sociedades por acciones simplificadas (SAS) son más flexibles y baratas que las sociedades anónimas tradicionales. En el país se han creado más de 65.000 de estas empresas desde su puesta en marcha en diciembre.

La (SAS) tiene una estructura ágil, con menos costos, con la responsabilidad clara, y donde un solo emprendedor puede ser el titular de la propiedad es lo que propone la Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), la nueva modalidad de creación de empresas que está tomando fuerza en el sistema societario colombiano.

La sociedad por acciones simplificada (SAS) es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

## **12.4 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA PARA ADMINISTRAR EL PROYECTO**

Se escogió una sociedad SAS por las siguientes ventajas que nos ofrece este tipo de empresa.

- Se pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad como contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresa.
- **BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT SAS.** puede ser creada mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero para **BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT SAS**. La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes.
- Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.

## **12.5 NIVEL DE CONTRATACIÓN**

De acuerdo con lo presentado con anterioridad en el estudio administrativo, **BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT SAS** ha definido una estructura organizacional en la que contará con un personal el cual ocupará cada uno de los cargos establecidos. Para realizar las contrataciones correspondientes de personal,

se tendrá en cuenta lo establecido por la legislación colombiana en el código sustantivo de trabajo.

Tipos de Contrataciones **Empleados directos**: Todos los empleados directos como son el Administrador, el asistente administrativo, Auxiliar de pista y el de servicios generales tendrán las siguientes condiciones de contrato:

- A. Manejarán un contrato laboral a término indefinido.
- B. De acuerdo con el manual de funciones y responsabilidades se asignará a cada cargo el salario establecido allí teniendo en cuenta como base el salario mínimo mensual legal vigente establecido anualmente por el gobierno.
- C. Se les pagará primas y cesantías de acuerdo con lo establecido en el código sustantivo del trabajo y demás aportes similares que se requieran.
- D. Todos los empleados en general serán afiliados al sistema integral de seguridad Social y el pago de sus aportes se hará de acuerdo con las fechas establecidas.

**Empleados por prestación de servicio**: Por ser **BOLICHERA UNICENTRO GIRARDOT SAS** una empresa con razón social SAS no está obligado a tener un contador, pero si está obligado a certificar sus estados financieros a final de año por lo cual ha definido la contratación de un contador público independiente a través de un contrato por prestación de servicios.

**Mantenimientos**: De igual forma se manejará un contrato por prestación de servicios para el mantenimiento general de los equipos.

**Manejo operativo**: Adicional al Auxiliar de pista fijo, se contratarán por prestación de servicios 2 auxiliares operativos más que soportarán la actividad operacional de la bolichera.

**Acuerdos:** La bolichera y los demás servicios, por ser una actividad que puede llegar a ser riesgosa si no se desarrolla bajo los parámetros de seguridad, de alguna forma nos obliga a blindarnos frente al mal uso de los equipos por parte de las personas, sobre todo el uso de las bolas o boliches.

**Otros servicios:** En cuanto a la cafetería, la empresa estableció que esa actividad sería desarrollada por una persona a la cual se le alquilaría el espacio con un contrato de arrendamiento que también será a término indefinido.

## 12.6 Planificación Económica – Financiera

El estudio económico financiero es una etapa en el cual convergen múltiples aspectos ya tratados en el estudio de mercado, estudio técnico, por esta razón es importante la elaboración de un plan de inversiones, los presupuestos de ventas, compras (costos de mercancía vendida), gastos administrativos, de ventas, gastos financieros, punto de equilibrio y los estados financieros, con el fin de evaluar además de viabilidad financiera, evaluar la rentabilidad del proyecto.

<b>FUENTES DE FINANCIACION</b>		
<b>Aportes Socios</b>	<b>\$126.450.000</b>	<b>50%</b>
<b>Préstamo Bancario</b>	<b>\$126.450.000</b>	<b>50%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$252.900.000</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autores estudio

TABLA DE AMORTIZACION						
PERIODO	0	1	2	3	4	5
CUOTA		\$40.435.908	\$40.435.908	\$40.435.908	\$40.435.908	\$40.435.908
INTERES		\$22.761.000	\$19.579.517	\$15.825.366	\$11.395.468	\$6.168.189
AMORTIZACION A CAPITAL		\$17.674.908	\$20.856.392	\$24.610.542	\$29.040.440	\$34.267.719
SALDO	\$126.450.000	\$108.775.092	\$87.918.700	\$63.308.158	\$34.267.719	\$0

Fuente: Presente Estudio

Periodos	5	años
Interés	18%	EA
Valor Préstamo	\$126.450.000	

DEPRECIACION EN LINEA RECTA								
CONCEPTO	COSTO DE ADQUISICION	VIDA UTIL	%	DEPREC. ANUAL	OPERATIVO		ADMINISTRATIVO	
					%	VALOR	%	VALOR
Edificaciones	\$ 100.000.000	20	5%	\$ 5.000.000	80%	\$ 4.000.000	20%	\$ 1.000.000
Muebles y Enseres	\$ 3.200.000							
Maquinaria y Equipo	\$118.650.000	10	10%	\$11.865.000			100%	\$ 11.865.000
Equipo de Oficina	\$2.990.000	10	10%	\$ 299.000	100%	\$ 299.000		
Equipo de Tecnologia	\$4.250.000	4	25%	\$ 425.000			100%	\$ 425.000
Herramientas	\$1.500.000	10	10%	\$ 150.000	100%	\$ 150.000		
TOTAL	\$230.590.000			\$17.739.000		\$ 4.449.000		\$ 13.290.000
								\$17.739.000

PRESUPUESTO GASTOS PRIMER AÑO				
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	ADMISTRACION	OPERATIVOS
Papeleria	\$ 400.000	\$ 4.800.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Publicidad	\$ 4.000.000	\$ 48.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.000.000
Servicios Publicos	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Gastos de Impuestos	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000
Pago honorarios	\$ 400.000	\$ 4.800.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Costos personal Temporal	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Otros Gastos	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.300.000</b>	<b>\$ 123.600.000</b>	<b>\$ 60.000.000</b>	<b>\$ 63.600.000</b>
<i>Estimativo de los Gastos Operativos en que se incurra en el primer año de Gestión Empresarial</i>				



SALARIOS ADMINISTRATIVOS DEL PROYECTO					
CARGO	PUESTOS	SUELDO MENSUAL	AUXILIO DE TRANSPORT E	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
ADMINISTRADOR	1	\$2.500.000		\$2.500.000	\$30.928.800
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	\$1.000.000	\$83.140	\$1.083.140	\$12.997.680
TOTALES		\$5.476.975	\$296.000	\$5.772.975	\$69.275.700

PRESTACIONES MAS SEGURIDAD SOCIAL ADMINISTRATIVA							
PRESTACIONES MAS APORTES CARGA ADMINISTRATIVA	CESANTIAS	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES	INTERES CESANTIA	TOTAL PRESTACIONES	EPS,PENSION, ARL, PARAFISCALES	TOTAL PREST + SEGURIDAD SOCIAL
CARGO	8,33%	8,33%	4,17%	12%		26%	
ADMINISTRADOR	\$2.576.369	\$2.576.369	\$1.289.731	\$309.164	\$6.751.633	\$8.041.488	\$14.793.121
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	\$1.082.707	\$1.082.707	\$542.003	\$129.925	\$2.837.342	\$3.379.397	\$6.216.738
TOTALES	\$3.659.076	\$3.659.076	\$1.831.734	\$439.089	\$9.588.975	\$11.420.885	\$21.009.860
<i>Fuente: Autoresproyecto</i>							

CARGA SALARIAL OPERATIVA DEL PROYECTO					
CARGO	PUESTOS	SUELDO MENSUAL	AUXILIO DE TRANSPORT E	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
AUXILIAR DE PISTA	3	\$1.000.000	\$83.140	\$3.249.420	\$38.993.040
AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES	1	\$900.000	\$83.140	\$983.140	\$11.797.680
TOTALES		\$1.900.000	\$166.280	\$4.232.560	\$50.790.720

PRESTACIONES MAS SEGURIDAD SOCIAL OPERATIVA							
PRESTACIONES MAS APORTES CARGA OPERATIVA	CESANTIAS	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES	INTERES CESANTIA	TOTAL PRESTACIONES	EPS,PENSION, ARL, PARAFISCALES	TOTAL PREST + SEGURIDAD SOCIAL
CARGO	8,33%	8,33%	4,17%	12%		26%	
AUXILIAR DE PISTA	\$3.248.120	\$3.248.120	\$1.626.010	\$389.774	\$8.512.025	\$10.138.190	\$18.650.215
AUXILIAR DE SERVICIOS	\$982.747	\$982.747	\$491.963	\$117.930	\$2.575.386	\$3.067.397	\$5.642.783
TOTALES	\$4.230.867	\$4.230.867	\$2.117.973	\$507.704	\$11.087.411	\$13.205.587	\$24.292.998
<i>fuente: Autores Proyecto</i>							

<b>COSTOS OPERACIONALES</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>CONCEPTOS</b>					
<i>Mano de Obra Directa</i>	\$ 50.790.720	\$ 53.838.163	\$ 57.068.453	\$ 60.492.560	\$ 64.122.114
<i>Prestaciones + aportes</i>	\$ 24.292.998	\$ 25.750.578	\$ 27.295.613	\$ 28.933.350	\$ 30.669.351
<i>Amortizacion</i>	\$ 490.000	\$ 490.000	\$ 490.000	\$ 490.000	\$ 490.000
<i>Gastos Financieros</i>	\$ 11.380.500	\$ 9.789.758	\$ 7.912.683	\$ 5.697.734	\$ 3.084.095
<i>Depreciación</i>	\$ 4.449.000	\$ 4.449.000	\$ 4.449.000	\$ 4.449.000	\$ 4.449.000
<i>Gastos anuales</i>	\$ 63.600.000	\$ 67.416.000	\$ 71.460.960	\$ 75.748.618	\$ 80.293.535
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 155.003.218</b>	<b>\$ 161.733.500</b>	<b>\$ 168.676.709</b>	<b>\$ 175.811.262</b>	<b>\$ 183.108.094</b>
<i>Fuente: Presente Estudio</i>					

<b>COSTOS DE ADMINISTRACION</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>CONCEPTOS</b>					
Salarios	\$ 69.275.700	\$ 73.432.242	\$ 77.838.177	\$ 82.508.467	\$ 87.458.975
Prestaciones + Aportes	\$ 21.009.860	\$ 22.270.451	\$ 23.606.678	\$ 25.023.079	\$ 26.524.464
Depreciación Admon	\$ 13.290.000	\$ 13.290.000	\$ 13.290.000	\$ 13.290.000	\$ 13.290.000
Gastos Financieros	\$ 11.380.500	\$ 9.789.758	\$ 7.912.683	\$ 5.697.734	\$ 3.084.095
Amortización	\$ 490.000	\$ 490.000	\$ 490.000	\$ 490.000	\$ 490.000
Gatos anuales	\$ 60.000.000	\$ 63.600.000	\$ 67.416.000	\$ 71.460.960	\$ 75.748.618
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 175.446.060</b>	<b>\$ 182.872.452</b>	<b>\$ 190.553.538</b>	<b>\$ 198.470.240</b>	<b>\$ 206.596.151</b>
<i>Fuente: Presente Estudio</i>					

<b>TOTAL INGRESOS PROYECTADOS</b>					
<b>PERIODO</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>SERVICIOS DE BOLERA</b>	<b>\$393.520.000</b>	<b>\$412.942.400</b>	<b>\$433.332.224</b>	<b>\$454.709.364</b>	<b>\$477.158.418</b>
<b>ARRENDAMIENTO CAFETERIA</b>	<b>\$36.000.000</b>	<b>\$38.160.000</b>	<b>\$40.449.600</b>	<b>\$42.876.576</b>	<b>\$45.449.171</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$429.522.018</b>	<b>\$451.104.419</b>	<b>\$473.783.844</b>	<b>\$497.587.961</b>	<b>\$522.609.611</b>
<i>Fuente: Presente Estudio</i>					

<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES (OPERACIONALES)</b>										
AÑOS	1		2		3		4		5	
COST DE OPERAC.										
CONCEPTOS	F	V	F	V	F	V	F	V	F	V
<b>Mano de Obra Directa</b>		\$ 50.790.720		\$ 53.838.163		\$ 57.068.453		\$ 60.492.560		\$ 64.122.114
<i>Prestaciones</i>		\$ 24.292.998		\$ 25.750.578		\$ 27.295.613		\$ 28.933.350		\$ 30.669.351
<i>Amortización</i>	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000
<i>Gastos Financieros</i>	\$11.380.500		\$ 9.789.758		\$ 7.912.683		\$ 5.697.734		\$ 3.084.095	
<i>Saldo costos gastos funcionamiento</i>	\$63.600.000		\$ 67.416.000		\$ 71.460.960		\$ 75.748.618		\$80.293.535	
<i>Depreciación</i>	\$ 4.449.000		\$ 4.449.000		\$ 4.449.000		\$ 4.449.000		\$ 4.449.000	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$79.674.500</b>	<b>\$ 75.328.718</b>	<b>\$81.899.758</b>	<b>\$ 79.833.741</b>	<b>\$ 84.067.643</b>	<b>\$ 84.609.066</b>	<b>\$86.140.352</b>	<b>\$ 89.670.910</b>	<b>\$88.071.629</b>	<b>\$ 95.036.464</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$155.003.218</b>		<b>\$161.733.500</b>		<b>\$168.676.709</b>		<b>\$175.811.262</b>		<b>\$183.108.094</b>	

Fuente: Presente Estudio

<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES ( ADMINISTRACION )</b>										
AÑOS	1		2		3		4		5	
COST DE OPERAC.										
CONCEPTOS	F	V	F	V	F	V	F	V	F	V
<b>Salarios</b>	\$ 69.275.700		\$ 73.432.242		\$ 77.838.177		\$ 82.508.467		\$ 87.458.975	
<b>Prestaciones + Aportes</b>	\$ 21.009.860		\$ 22.270.451		\$ 23.606.678		\$ 25.023.079		\$ 26.524.464	
<b>Depreciación Admon</b>	\$ 13.290.000		\$ 13.290.000		\$ 13.290.000		\$ 13.290.000		\$ 13.290.000	
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 11.380.500		\$ 9.789.758		\$ 7.912.683		\$ 5.697.734		\$ 3.084.095	
<b>Amortización gastos funcionamiento )</b>	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000
	\$ 60.000.000		\$ 63.600.000		\$ 67.416.000		\$ 71.460.960		\$ 75.748.618	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 175.201.060</b>	<b>\$ 245.000</b>	<b>\$ 182.627.452</b>	<b>\$ 245.000</b>	<b>\$ 190.308.538</b>	<b>\$ 245.000</b>	<b>\$ 198.225.240</b>	<b>\$ 245.000</b>	<b>\$ 206.351.151</b>	<b>\$ 245.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$175.446.060</b>		<b>\$182.872.452</b>		<b>\$190.553.538</b>		<b>\$198.470.240</b>		<b>\$206.596.151</b>	

Fuente: Presente Estudio.

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>PERIODOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 429.522.018	\$ 451.104.419	\$ 473.783.844	\$ 497.587.961	\$ 522.609.611
<b>Costos operativos</b>	\$ 155.003.218	\$ 161.733.500	\$ 168.676.709	\$ 175.811.262	\$ 183.108.094
- Fijos	\$ 79.674.500	\$ 81.899.758	\$ 84.067.643	\$ 86.140.352	\$ 88.071.629
- Variables	\$ 75.328.718	\$ 79.833.741	\$ 84.609.066	\$ 89.670.910	\$ 95.036.464
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	\$ 274.518.800	\$ 289.370.919	\$ 305.107.135	\$ 321.776.699	\$ 339.501.517
<b>Costos de Admon.</b>	\$ 175.446.060	\$ 182.872.452	\$ 190.553.538	\$ 198.470.240	\$ 206.596.151
- Fijos	\$ 175.201.060	\$ 182.627.452	\$ 190.308.538	\$ 198.225.240	\$ 206.351.151
- Variables	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000	\$ 245.000
<b>Utilidad Operacional</b>	\$ 99.072.740	\$ 106.498.468	\$ 114.553.597	\$ 123.306.459	\$ 132.905.366
<b>Imporenta 25%</b>	\$ 24.768.185	\$ 26.624.617	\$ 28.638.399	\$ 30.826.615	\$ 33.226.341
<b>Utilidad despues de Impuestos</b>	\$ 74.304.555	\$ 79.873.851	\$ 85.915.198	\$ 92.479.844	\$ 99.679.024
<b>Reserva Legal 10%</b>	\$ 7.430.456	\$ 7.987.385	\$ 8.591.520	\$ 9.247.984	\$ 9.967.902
<b>Utilidad del Ejercicio.</b>	\$ 66.874.100	\$ 71.886.466	\$ 77.323.678	\$ 83.231.860	\$ 89.711.122

<b>ESTADOS DE FUENTES Y USOS PROYECTADOS</b>						
<b>PERIODOS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>CONCEPTOS</b>						
<b>FUENTES</b>						
Utilidad Operacional		99.072.740	106.498.468	114.553.597	123.306.459	132.905.366
Depreciación		17.739.000	17.739.000	17.739.000	17.739.000	17.739.000
Amortización de Diferidos		980.000	980.000	980.000	980.000	980.000
<b>GENERACION INTERNA</b>		<b>117.791.740</b>	<b>125.217.468</b>	<b>133.272.597</b>	<b>142.025.459</b>	<b>151.624.366</b>
Aportes Sociales	126.450.000					
Obligaciones Bancarias	126.450.000					
<b>TOTAL FUENTES</b>	<b>252.900.000</b>	<b>117.791.740</b>	<b>125.217.468</b>	<b>133.272.597</b>	<b>142.025.459</b>	<b>151.624.366</b>
<b>USOS</b>						
Inv. de Activos Fijos	224.400.000					
Imporenta 25%			24.768.185	26.624.617	28.638.399	30.826.615
Costos Preoperativos	5.000.000					
Amortización Prestamo		17.674.908	20.856.392	24.610.542	29.040.440	34.267.719
<b>TOTAL USOS</b>	<b>229.400.000</b>	<b>17.674.908</b>	<b>45.624.577</b>	<b>51.235.159</b>	<b>57.678.839</b>	<b>65.094.333</b>
Saldo Inicial		23.500.000	123.616.832	203.209.723	285.247.162	369.593.782
Fuentes	252.900.000	117.791.740	125.217.468	133.272.597	142.025.459	151.624.366
Disponible	252.900.000	141.291.740	248.834.300	336.482.321	427.272.621	521.218.147
Usos	229.400.000	17.674.908	45.624.577	51.235.159	57.678.839	65.094.333
<b>Saldo Final de Efectivo</b>	<b>23.500.000</b>	<b>123.616.832</b>	<b>203.209.723</b>	<b>285.247.162</b>	<b>369.593.782</b>	<b>456.123.814</b>
<i>Fuente: Autores proyecto</i>						

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>						
<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>CONCEPTOS</b>						
<b>ACTIVOS</b>						
Efectivo	\$ 23.500.000	\$ 123.616.832	\$ 203.209.723	\$ 285.247.162	\$ 369.593.782	\$ 456.123.814
<b>SUBTOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	\$ 23.500.000	\$ 123.616.832	\$ 203.209.723	\$ 285.247.162	\$ 369.593.782	\$ 456.123.814
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Propiedad Planta y Equipo	\$ 224.400.000	\$ 224.400.000	\$ 224.400.000	\$ 224.400.000	\$ 224.400.000	\$ 224.400.000
(Depreciación Acumulada)		\$ 17.739.000	\$ 35.478.000	\$ 53.217.000	\$ 70.956.000	\$ 88.695.000
<b>SUBTOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>	\$ 224.400.000	\$ 206.661.000	\$ 188.922.000	\$ 171.183.000	\$ 153.444.000	\$ 135.705.000
<b>OTROS ACTIVOS</b>						
Amortización Preoperativos	\$ 5.000.000	\$ 4.020.000	\$ 3.040.000	\$ 2.060.000	\$ 1.080.000	\$ 100.000
<b>SUBTOTAL OTROS ACTIVOS</b>	\$ 5.000.000	\$ 4.020.000	\$ 3.040.000	\$ 2.060.000	\$ 1.080.000	\$ 100.000
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 252.900.000	\$ 334.297.832	\$ 395.171.723	\$ 458.490.162	\$ 524.117.782	\$ 591.928.814
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
Impuestos Por Pagar	\$ -	\$ 24.768.185	\$ 26.624.617	\$ 28.638.399	\$ 30.826.615	\$ 33.226.341
<b>SUBTOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	\$ -	\$ 24.768.185	\$ 26.624.617	\$ 28.638.399	\$ 30.826.615	\$ 33.226.341
Obligaciones a Largo Plazo	\$ 126.450.000	\$ 108.775.092	\$ 87.918.700	\$ 63.308.158	\$ 34.267.719	\$ -
<b>SUBTOTAL PASIVOS L.P.</b>	\$ 126.450.000	\$ 108.775.092	\$ 87.918.700	\$ 63.308.158	\$ 34.267.719	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 126.450.000	\$ 133.543.277	\$ 114.543.317	\$ 91.946.558	\$ 65.094.333	\$ 33.226.341
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 126.450.000	\$ 126.450.000	\$ 126.450.000	\$ 126.450.000	\$ 126.450.000	\$ 126.450.000
Reserva Legal	\$ -	\$ 7.430.456	\$ 15.417.841	\$ 24.009.360	\$ 33.257.345	\$ 43.225.247
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 66.874.100	\$ 71.886.466	\$ 77.323.678	\$ 83.231.860	\$ 89.711.122
Utilidad por Distribuir	\$ -	\$ -	\$ 66.874.100	\$ 138.760.565	\$ 216.084.244	\$ 299.316.103
<b>SUBTOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 126.450.000	\$ 200.754.555	\$ 280.628.406	\$ 366.543.604	\$ 459.023.448	\$ 558.702.473
<b>PASIVO mas PATRIMONIO</b>	\$ 252.900.000	\$ 334.297.832	\$ 395.171.723	\$ 458.490.162	\$ 524.117.782	\$ 591.928.814
Fuente: Presente Estudio						

<b>TASA MINIMA DE ACEPTACION DE RENDIMIENTO (TMAR)</b>				
<b>FUENTE</b>	<b>MONTO</b>	<b>CDI</b>	<b>%</b>	<b>C.P.P</b>
<b>INVERSIONISTAS</b>	\$ 126.450.000	12,00%	50,00%	6,00%
<b>CREDITO</b>	\$ 126.450.000	18,00%	50,00%	9,00%
<b>COSTO DE CAPITAL</b>	\$ 252.900.000		100,00%	<b>15,00%</b>
Fuente: Presente estudio				
CDI	Costo del Interes			
%	Participacion de las fuentes			
CPP	Costo Promedio Ponderado			

<b>RAZONES FINANCIERAS</b>			
	<i>Activo Corriente</i>	\$ 123.616.832	
<b>Razon Circulante</b>			\$ 4,99
	<i>Pasivo Corriente</i>	\$ 24.768.185	
	<i>Por Cada peso que se adeuda a Corto Plazo, se cuenta con</i>		\$ 4,99
	<i>Activo Liquido</i>	\$ 123.616.832	
<b>Prueba Acido</b>			\$ 4,99
<b>Liquidez Inmediata</b>			
	<i>Pasivo Corriente</i>	\$ 24.768.185	
	<i>Como se carece de Inventarios, se cuenta para cancelar de forma inmediata las Deudas</i>		\$ 4,99
	<i>Activo Total</i>	\$ 334.297.832	
<b>Solidez</b>			\$ 2,50
	<i>Pasivo Total</i>	\$ 133.543.277	
	<i>En este año se Dispone para cancelar cada peso que se adeuda, una garantia empresarial.</i>		\$ 2,50
	<i>Pasivo Total</i>	\$ 133.543.277	
<b>Endeudamiento</b>			40%
	<i>Activo Total</i>	\$ 334.297.832	
	<i>Posee un nivel de endeudamiento DEL</i>	40%	
	<i>Pat. o Capital Cont.</i>	\$ 200.754.555	
<b>Indice Propiedad</b>			60%
<b>Indep. Financiera</b>			
	<i>Activo Total</i>	\$ 334.297.832	
	<i>La independencia Financiera en el Primer año de los Activos corresponden el</i>		60%
	<i>a los Gestores de la Empresa.</i>		
	<i>Pasivo Total</i>	\$ 133.543.277	
<b>Razon de Protección</b>			67%
<b>a la Inversión</b>			
	<i>Capital Contable</i>	\$ 200.754.555	
	<i>La inversión de los socios esta protegida, ya que el pasivo solo representa del capital total.</i>		67%
	<i>Fuente: Presente estudio.</i>		

## **Análisis de las razones financieras**

El proyecto según los indicadores financieros tiene una excelente liquidez. Por cada \$1 que debe en el corto plazo, cuenta con \$4.99. Así mismo el proyecto por cada \$1 que adeuda a terceros, tiene una garantía real de \$2.50, En cuanto al endeudamiento, el proyecto arroja un nivel de endeudamiento bajo, solo del 40%, lo que quiere decir que el proyecto esta mayormente apalancado por los socios que financian el 60% de los activos. Es también importante recalcar que la inversión de los socios está protegida, los pasivos solo representan el 67% del capital de los socios. En términos generales el proyecto es viable desde el punto de vista financiero.

<b>FLUJO DE FONDOS</b>						
<i>Inversiones</i>						
Activos Fijos	\$ 224.400.000					
Activos Diferidos	\$ 5.000.000					
Fondos Disponibles	\$ 229.400.000					
Capital de Trabajo	\$ 23.500.000					
<b>Inversion Total</b>	<b>\$ 252.900.000</b>					
Aporte de los socios	\$ 126.450.000					
Prestamo Bancario	\$ 126.450.000					
	<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>						
Ingresos por servicio de Bolera		393.520.000	412.942.400	433.332.224	454.709.364	477.158.418
Ingreso por arrendamieto Cafeteria		36.000.000	38.160.000	40.449.600	42.876.576	45.449.171
<b>TOTAL ING. OPER.</b>		<b>429.520.000</b>	<b>451.102.400</b>	<b>473.781.824</b>	<b>497.585.940</b>	<b>522.607.589</b>
<b>COSTOS OPERATIVOS</b>						
		155.003.218	161.733.500	168.676.709	175.811.262	183.108.094
<b>COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
		175.446.060	182.872.452	190.553.538	198.470.240	206.596.151
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>		<b>330.449.278</b>	<b>344.605.951</b>	<b>359.230.247</b>	<b>374.281.502</b>	<b>389.704.245</b>
<b>RENTA ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>99.070.722</b>	<b>106.496.449</b>	<b>114.551.577</b>	<b>123.304.438</b>	<b>132.903.344</b>
Impuesto		24.768.185	26.624.617	28.638.399	30.826.615	33.226.341
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 Amortizacion Prestamo		17.674.908	20.856.392	24.610.542	29.040.440	34.267.719
<b>Flujo Fondos del Proyecto</b>	<b>-126.450.000</b>	<b>75.346.629</b>	<b>77.734.440</b>	<b>80.021.636</b>	<b>82.156.384</b>	<b>84.128.284</b>
<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	<b>\$139.262.542</b>					
<b>T.I.R.</b>	<b>55%</b>					
<b>TMAR</b>	<b>15,0%</b>					
<b>PERIODO DE RECUPERACION</b>	<b>AÑO + 8 MESES</b>	<b>\$ 51.103.371</b>	<b>8</b>			
<i>Fuente: Presente estudio</i>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>		<b>448.239.000</b>	<b>469.821.400</b>	<b>492.500.824</b>	<b>516.304.940</b>	<b>541.326.589</b>
<b>EGRESOS</b>	<b>126.450.000</b>	<b>372.892.371</b>	<b>392.086.960</b>	<b>412.479.188</b>	<b>434.148.556</b>	<b>457.198.305</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>126.450.000</b>	<b>75.346.629</b>	<b>77.734.440</b>	<b>80.021.636</b>	<b>82.156.384</b>	<b>84.128.284</b>
<b>VPN(i) INGRESOS</b>	<b>\$1.633.186.817</b>					
<b>VPN(i) EGRESOS</b>	<b>\$1.493.924.276</b>					
<b>VPN(i) DEL PROYECTO</b>	<b>\$139.262.542</b>					
<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>	<b>1,09</b>					
<i>Fuente: Presente estudio</i>						



Después de aplicar los indicadores que miden la rentabilidad, como el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR) y la relación beneficio costo (B/C). El proyecto dio como resultado un VPN de \$139.262.542 que significa que el proyecto recupero la inversión de \$126.450.000 y además obtuvo beneficios de \$ 139.262.542, lo que significa que la tasa interna de retorno (TIR) fue mayor (55%) a la tasa de oportunidad promedio (15%) y la relación de los beneficios frente a los costos (B/C) fue de 1.09. por cada peso invertido se generaron \$1.09 pesos de beneficios. El periodo de recuperación de la inversión del proyecto, (PRI) se da al año y 8 meses. El proyecto es viable y rentable, se acepta el proyecto.

<i>Flujo Fondos del Proyecto</i>	-126.450.000	75.346.629	77.734.440	80.021.636	82.156.384	84.128.284
<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	<b>\$139.262.542</b>					
T.I.R.	55%					
TMAR	15,0%					
<b>PERIODO DE RECUPERACION</b>	<b>AÑO + 8 MESES</b>	\$ 51.103.371	8			
<i>Fuente: Presente estudio</i>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
INGRESOS		448.239.000	469.821.400	492.500.824	516.304.940	541.326.589
EGRESOS	126.450.000	372.892.371	392.086.960	412.479.188	434.148.556	457.198.305
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>126.450.000</b>	<b>75.346.629</b>	<b>77.734.440</b>	<b>80.021.636</b>	<b>82.156.384</b>	<b>84.128.284</b>
VPN(i) INGRESOS	<b>\$1.633.186.817</b>					
VPN(i) EGRESOS	<b>\$1.493.924.276</b>					
VPN(i) DEL PROYECTO	<b>\$139.262.542</b>					
RELACION BENEFICIO COSTO	<b>1,09</b>					
<i>Fuente: Presente estudio</i>						

*El proyecto se acepta porque el vpn es mayor a cero y la TIR es mayor a la tasa minima de rendimiento aceptable del proyecto (TMAR). Y la relacion de los beneficios sobre los costos (B/C) es mayor a 1.*

Las fuentes de financiamiento del proyecto fueron los inversionistas con el 50% a una tasa de oportunidad del 12%EA el restante fue un crédito bancario con una tasa del 18% EA

<b>TASA MINIMA DE ACEPTACION DE RENDIMIENTO (TMAR)</b>				
<b>FUENTE</b>	<b>MONTO</b>	<b>CDI</b>	<b>%</b>	<b>C.P.P</b>
<b>INVERSIONISTAS</b>	\$ 126.450.000	12,00%	50,00%	6,00%
<b>CREDITO</b>	\$ 126.450.000	18,00%	50,00%	9,00%
<b>COSTO DE CAPITAL</b>	\$ 252.900.000		100,00%	<b>15,00%</b>
<i>Fuente: Presente estudio</i>				

CDI	Costo del Interes	101
%	Participacion de las fuentes	
CPP	Costo Promedio Ponderado	

## **12.7 POSIBLES RIESGOS Y PROBLEMAS**

Una de la amenaza 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>28</sup>. 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. 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.

## **12.8 IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO**

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.

---

<sup>28</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

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 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 con la ley 1429 de 2010.

### 13. CONCLUSIONES

El municipio de Girardot y los municipios circunvecinos como Ricaurte y Flandes, están en estos momentos en un crecimiento urbanístico, lo cual le viene bien este tipo de proyectos 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, la relativamente baja delincuencia, baja movilidad y tranquilo, etc.), Estos municipios tienen un aparato productivo débil, debido a que posee una economía salarial baja, una población que percibe ingresos de pensiones, ayudado de comerciante de negocios tipo micro y pymes.

La mayoría de las personas que asisten a este tipo de negocios son personas de estrato 3 hacia arriba y turistas, lo cual muchos de estos visitantes, practican el turismo de segunda habitación, que consiste en tener casas o apartamentos para veraneo los fines de semana, puentes y temporada de vacaciones.

El turismo está en proceso de fortalecimiento y de convertirse en la nueva vocación económica de Girardot y la región, como generador de empleo y de riqueza colectiva.

Analizando el estudio financiero, podemos decir que el proyecto es factible desde el punto de vista del mercado y su financiación, además el estudio arroja que el proyecto es rentable. Su valor presente neto, (VPN) es superior a cero, lo cual nos dice que se recupera la inversión y además se obtienen unos beneficios y la rentabilidad del proyecto (TIR) es mayor (55%) a la tasa de oportunidad del proyecto que está en el 15%. Y la relación beneficio costo (B/C) es mayor a 1, lo que indica que el ingreso del proyecto a valor presente es mayor a los egresos en más de una vez (1.09).

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 Girardot.

Es ente proyecto se pudo poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de esta de la carrera de administración de empresas.

La inversión inicial es recuperada 1,18 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.

## **14. RECOMENDACIONES**

Es importante este tipo de trabajos como proyecto de grado, porque se pone a prueba todos los conocimientos aprendidos durante la carrera.

La universidad debería apoyar desde los primeros semestres estas iniciativas empresariales, no necesariamente con dinero, pero si con asesoría y orientación para que el alumno no pierda ese espíritu de emprendedor que en muchos de nosotros está dormido y es obligación del programa mantenerlo vivo.

El programa debería desde los núcleos temáticos, enfocarse más en el emprendimiento de nuevos negocios porque el mercado laboral no ofrece muchas oportunidades y ahí viene la frustración de la mayoría de los profesionales.

## BIBLIOGRAFÍA

- ❖ 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.
- ❖ Dane: Censo General 2005; Perfil Girardot – Cundinamarca.**05**
- ❖ Plan de desarrollo, acuerdo N°004, (2016), por medio del cual se adopta el plan de desarrollo Girardot para seguir avanzando. Recuperado de <file:///D:/Users/USUARIO/Downloads/ACUERDO%20N%C2%BA%20004%20PLAN%20DE%20DESARROLLO%20FINAL.pdf>

## ANEXOS

### ENCUESTA PARA EL PROYECTO DE FACTIBILIDAD ECONOMICA PARA EL MONTAJE DE UNA BOLICHERA EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT

**Objetivo:** Recopilar la información directa a cierto grupo de ciudadanos residentes y turistas del municipio de Girardot que permitan determinar el grado de aceptación para la creación de un centro de esparcimiento familiar cuya atracción principal sea Juego de Bolos.

#### CONTENIDO DE LA ENCUESTA

1º. Genero:                    Masculino \_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

2º. Edad (Personas mayores de 12 años.) su edad oscila entre:

12 a 17 años                    \_\_\_\_\_

18 a 30 años                    \_\_\_\_\_

31 a 40 años                    \_\_\_\_\_

Mayor de 40 años              \_\_\_\_\_

3º: Usted reside en Girardot \_\_\_\_\_ o            es Turista \_\_\_\_\_

4º. Le gusta el juego de bolos Si \_\_\_\_\_            No \_\_\_\_\_

5º. Le gustaria que el municipio de Girardot, se creara un centro de entretenimiento familiar cuya atracción principal sea la practica deportiva del bowling (Juego de Bolos)?

Si                    \_\_\_\_\_

No                    \_\_\_\_\_

6º. Con que frecuencia jugaria este deporte

Diariamente                    \_\_\_\_\_

Semanalmente                    \_\_\_\_\_

Quincenalmente                    \_\_\_\_\_

Mensualmente                    \_\_\_\_\_

Ocasionalmente                    \_\_\_\_\_



7°. Qué día considera más adecuado para visitar el local

Lunes \_\_\_\_\_  
Martes \_\_\_\_\_  
Miércoles \_\_\_\_\_  
Jueves \_\_\_\_\_  
Viernes \_\_\_\_\_  
Sábado \_\_\_\_\_  
Domingo \_\_\_\_\_

8°. ¿Ha tenido la oportunidad de jugar bolos en las boleras de Compensar en Girardot o en la bolera de Colsubsidio en el municipio de Ricaurte?

Bolera compensar \_\_\_\_\_  
Bolera Colsubsidio penaliza \_\_\_\_\_  
Otra \_\_\_\_\_

9°. Como califica el servicio es las boleras referidas en el punto anterior.

Excelente \_\_\_\_\_  
Aceptable \_\_\_\_\_  
Muy regular \_\_\_\_\_

10°. Le gustaría que esta bolera le prestara Otros servicios?

Billar tres bandas \_\_\_\_\_  
Consola de juegos \_\_\_\_\_  
Servicio de Heladería \_\_\_\_\_

11. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un día de juego de bolos?

\$20.000 A \$50.000 \_\_\_\_\_  
\$50.001 A \$80.000 \_\_\_\_\_  
\$80.001 A \$100.000 \_\_\_\_\_  
MÁS DE \$100.000 \_\_\_\_\_

**Gracias por su atención**