



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad De Especialidades Empresariales

Carrera De Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**VIABILIDAD DE LA IMPLEMENTACION DEL CENTRO CON
JUEGOS DE MESA INTELIGENTES**

PRESENTADO POR:

Angélica María Chambe Moreno

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Elsie Zerda Barreno, MBA

Guayaquil, Diciembre del 2012

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios por bendecirme cada día y darme la oportunidad de vivir.

A mi padre Carlos Chambe por ser el pilar más importante de mi vida por apoyarme siempre, nunca dejarme caer y confiar en mí.

A mi madre Elena Moreno por siempre estar conmigo en los buenos y malos momentos que he tenido, por sus consejos, enseñarme valores y haberme hecho una persona de bien.

A mi hermana Ximena por ser un ejemplo para mí, mi hermano Carlos y mi sobrina Paula por estar ahí siempre y tratar de que vean en mí un modelo a seguir.

A mi mejor amigo Mario por compartir conmigo buenos y malos momentos y ser una persona importante en mi vida universitaria.

A toda mi familia en especial a mi tía Elba por ser como una segunda madre para mí.

A todos los que colaboraron de una u otra manera en la elaboración de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme al realizar este trabajo.

A la Directora de la Carrera Ingeniera Georgina Balladares por su tiempo

A la Magister Shirley Segura y Licenciada Grace Mogollón por brindarme sus conocimientos en el proceso para el trabajo de titulación.

A mi tutora de tesis Máster Elsie Zerda Barreno por su asesoría apoyo y tiempo dedicado en la realización del presente trabajo.

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil sus directivos y en especial a todos los profesores que fueron parte de mi carrera universitaria, por brindarme sus conocimientos desinteresadamente.

A todos mis compañeros que me acompañaron en el proceso de aprendizaje en la universidad.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Angélica María Chambe Moreno

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Viabilidad de la Implementación del Centro con Juegos de Mesa Inteligentes”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)

Angélica María Chambe Moreno



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

AUTORIZACIÓN

Angélica María Chambe Moreno

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: “Viabilidad de la Implementación del Centro con Juegos de Mesa Inteligentes”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)

Angélica María Chambe Moren

RESUMEN EJECUTIVO

En los actuales momentos en Guayaquil en aspectos de entretenimiento la gente busca satisfacer necesidades de distracción de manera sana, pero no existe ninguna que desarrolle el intelecto de una forma creativa.

Con este trabajo de titulación se presenta el diseño de un Centro de Juegos de Mesa Inteligentes “Genius Center” para entretenimiento lúdico, servicios de piqueos, bebidas refrescantes dentro de un ambiente seguro y de relax; con lo que se pretende promover a los clientes potenciales el uso de juegos que fomenta la estrategia, inteligencia y rapidez mental. Ubicado en un casco importante como es la ciudadela Kennedy.

Los estudios técnicos ejecutados para promover este proyecto de acuerdo a las necesidades de los clientes potenciales, que en un 72% expresan el interés por estos juegos inteligentes con este plus innovador, dirigido en su mayor porcentaje a jóvenes adulto con poder adquisitivo y motivados por el desafío intelectual que representa el ejecutar estos juegos inteligentes. Cuya fidelidad estarán basados en la motivación dado por los concursos, promociones y premios a los más destacados.

La ventaja competitiva de este Centro se basa en este concepto innovador y de ofrecer en un solo establecimiento diversión, comida, refrescos e integración con amigos y familiares.

Dentro del aspecto administrativo se cuenta con doce personas distribuidos dentro de una estructura organizacional para atender todos los procesos de la empresa y con una administración basada en un buen clima laboral por ser los empleados socios estratégicos de la empresa. Genius Center cumple con la parte legal de conformación y funcionamiento.

Este proyecto es factible de acuerdo al análisis de mercado, de organización y financiero su recuperación será hasta el segundo año de su funcionamiento con liquidez para cubrir sus costos operativos.

ABSTRACT

At the present time in Guayaquil in aspects of entertainment people search needs in a healthy distraction, but there is no intellect to develop creatively.

This work presents the design qualification of a Center for Intelligent Board Games "Genius Center" for gaming excitement, services snacks, refreshing drinks in a relaxing and safe environment, with the aim to promote to potential customers the use of games that encourages strategy, intelligence and mental agility. Located in a helmet is important as the citadel Kennedy.

Technical studies carried out to promote this project according to the needs of potential customers, which in 72% expressed interest in these games plus smart with this innovative, targeted mostly to young adult percentage purchasing power and motivated by intellectual challenge that represents the intelligent run these games. Whose loyalty will be based on the reasoning given by the contests, promotions and awards to outstanding.

The competitive advantage of this center is based on this innovative concept and offer in a single establishment fun, food, refreshments and integration with friends and family.

Within the administrative side has twelve persons are distributed within an organizational structure to meet all business processes and management based on a good working environment for employees to be strategic business partners. Genius Center meets the legal establishment and operation.

This project is feasible according to market analysis, organizational and financial recovery will be until the second year of operation with liquidity to cover its operating costs.

INDICE

INDICE.....	VIII
INDICE DE GRAFICOS.....	XI
CAPITULO 1.....	13
1 INTRODUCCION.....	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	15
1.3 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA.....	15
1.4 OBJETIVO GENERAL.....	16
1.5 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	16
CAPITULO 2.....	17
2 MARCO TEORICO.....	17
2.1 IMPORTANCIA DE LOS JUEGOS DE MESA.....	17
2.2 VENTAJA DE LOS JUEGOS DE MESA.....	18
2.3 HISTORIA DE LOS JUEGOS DE MESA.....	19
CAPITULO 3.....	21
3 EMPRESA.....	21
3.1 MISION.....	21
3.2 VISION.....	21
3.3 VALORES.....	22
3.4 RAZON SOCIAL.....	22
3.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	23
3.6 FUNCIONES DE LOS CARGOS.....	23
3.7 PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	25
3.8 FUERZAS DE PORTER.....	31
3.9 ANALISIS FODA.....	33
CAPITULO 4.....	35
4 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	35
4.1 COCOLON.....	35
4.2 PA' CORTARSE LAS VENAS.....	36

4.3 COSMIC BOWLING	36
CAPITULO 5	38
5 INVESTIGACION DE MERCADO	38
5.1 METODOLOGIA	38
5.2 TIPOS DE MUESTREO.....	39
5.3 TAMAÑO DE MUESTRA.....	40
5.4 TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE DATOS	41
5.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION.....	41
5.6 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	42
5.6 ENTREVISTA	52
5.7 ANALISIS DE LA ENTREVISTA	53
5.9 ANALISIS DE LOS CLIENTES.....	53
5.10 SEGMENTACION	54
CAPITULO 6	55
6 ESTRATEGIA DE MARKETING.....	55
6.1 LOGO	55
6.2 PRECIOS	56
6.3 PROMOCION.....	57
6.4 PLAZA.....	58
6.5 PRODUCTOS.....	58
CAPITULO 7	60
7 UBICACIÓN	60
7.1 CAPACIDAD DEL ESPACIO A UTILIZAR.....	61
7.2 DIAS Y HORARIO DE FUNCIONAMIENTO	63
7.3 PROCESO PRODUCTIVO O DE ENTREGA DE SERVICIO.....	64
7.4 POLITICA DE CALIDAD	65
7.5 NORMAS DE HIGIENE	66
7.6 ALMACENAJE DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	67
7.7 ALMACENAJE Y MANIPULACION DE BASURA	68
7.8 PLAN DE CONTINGENCIA.....	68
CAPITULO 8	69
8 IMPACTO AMBIENTAL	69

8.1 IMPACTO SOCIAL CULTURAL Y ECONOMICO	70
CAPITULO 9.....	72
9 ESTRUCTURA FINANCIERA	72
9.1 COSTOS DIRECTOS.....	72
9.2 COSTOS INDIRECTOS.....	74
9.3 MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA.....	76
9.4 DEPRECIACIONES.....	77
9.5 FINANCIAMIENTO	78
9.6 TABLA DE AMORTIZACION	79
9.7 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	80
9.8 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	81
9.9 BALANCE GENERAL PROYECTADO	82
9.10 INDICES FINANCIEROS	83
9.11 RATIOS FINANCIEROS.....	84
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85

INDICE DE GRAFICOS

Ilustración 1: Estructura Organizacional.....	23
Ilustración 2: Salarios	24
Ilustración 3: Menú.....	25
Ilustración 4: Clasificación de los Juegos de mesa inteligentes	26
Ilustración 5: Adivina Quién?.....	27
Ilustración 6: Ajedrez.....	27
Ilustración 7: Batalla Naval.....	27
Ilustración 8: Caras y Gestos	28
Ilustración 9: Clue.....	28
Ilustración 10: Damas Chinas	28
Ilustración 11: Jenga	29
Ilustración 12: Life.....	29
Ilustración 13: Monopolio.....	29
Ilustración 14: Operando.....	30
Ilustración 15: Pictionary.....	30
Ilustración 16: Scrabble	30
Ilustración 17: Uno	31
Ilustración 18: Fuerza Porter.....	32
Ilustración 19: Competidores	35
Ilustración 20: Restaurante Cocolón	36
Ilustración 21: Bar Pa' Cortarse las Venas	36
Ilustración 22: Logo Cosmic Bowling.....	37
Ilustración 23: Análisis Pregunta 1	42
Ilustración 24: Análisis Pregunta 2	43
Ilustración 25: Análisis Pregunta 3	44
Ilustración 26: Análisis Pregunta 4	45
Ilustración 27: Análisis Pregunta 5	46
Ilustración 28: Análisis Pregunta 6	47
Ilustración 29: Análisis Pregunta 7	48
Ilustración 30: Análisis Pregunta 8	49
Ilustración 31: Análisis Pregunta 9	50
Ilustración 32: Análisis Pregunta 10	51
Ilustración 33: Análisis Pregunta 11	52
Ilustración 34: Logo de Genius Center	56
Ilustración 35: Facebook de Genius Center	57
Ilustración 36: Imagen del local.....	60

Ilustración 37: Vista aérea de la zona	61
Ilustración 38: Plano del local.....	63
Ilustración 39: Horarios	64
Ilustración 40: Proceso de entrega de servicio	65
Ilustración 41: Proceso de almacenamiento de producto	67
Ilustración 42: Clasificación de basura	70
Ilustración 43: Costos Directos	72
Ilustración 44: Insumos Directos	73
Ilustración 45: Mano de Obra Directa.....	73
Ilustración 46: Resumen Total de Costos Directos	74
Ilustración 47: Costos indirectos.....	74
Ilustración 48: Gastos generales	75
Ilustración 49: Total costos indirectos	75
Ilustración 50: Cálculo de Remuneraciones.....	76
Ilustración 51: Depreciaciones.....	77
Ilustración 52: Financiamiento del proyecto.....	78
Ilustración 53: Tabla amortización.....	79
Ilustración 54: Estado de resultados proyectados.....	80
Ilustración 55: Flujo de caja proyectado	81
Ilustración 56: Balance General proyectado	82
Ilustración 57: VAN.....	83
Ilustración 58: TIR.....	83
Ilustración 59: Ratios Financieros.....	84

CAPITULO 1

1 INTRODUCCION

El presente proyecto de Viabilidad de la implementación del centro con juegos de mesa es acerca de investigación y aplicación de los juegos de mesa como una alternativa para la vida del entretenimiento, dando a la ciudadanía también la oportunidad de combinar lo lúdico con lo didáctico ya que los expertos coinciden que realizar juegos de mesa ayuda en la formación personal, de esta manera se desea con este proyecto rescatar estas actividades que han pasado al olvido, todo esto en un lugar que llame la atención de jóvenes como un bar con bebidas comidas y música, se busca combinar estas actividades para atraer la atención en este nuevo concepto.

El ambiente y el concepto de este centro será con una decoración vintage y boho, se expondrá arte en las paredes con pinturas de artistas nacionales como: Kingman, Julio Peña, Gonzalo Endara, Crow, etc, con su respectivo año, nombre de la obra ya que es una forma diferente de culturizar a turistas extranjeros y a los nacionales acerca del arte ecuatoriano.

Se enfocará a gente que quiera salir del stress, salir con amigos, y tener una alternativa diferente y más sana de entretenimiento.

Se espera obtener maximización de las utilidades, mantenerse en el mercado y tener la aceptación, que los empleadores se sientan en un ambiente cómodo de trabajo, sea una fuente de empleo y fuente de dinero para el país.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Ciudadela Kennedy en los últimos 10 años ha tenido un crecimiento de gran magnitud, comenzando con la construcción del Hotel Hilton Colon, Hotel Marcellus, Edificio Las Cámaras, World Trade Center, Centros Comerciales como San Marino, restaurantes, gasolineras, condominios haciendo de la ciudadela Kennedy un punto perfecto para la vida comercial, de distracción, de centro turístico, centro de desarrollo de negocios.

Este proyecto trata de demostrar las necesidades de jóvenes adultos por la distracción con un desarrollo intelectual dentro del marco de recreación y tranquilidad y hacer que esta población cautiva dentro de este sector elija este centro como primera opción de entretenimiento lúdico.

Hay un vacío en este tipo de servicios ya que la mayoría de locales o centros de diversión de la zona se enfoca en la venta de bebidas, licores y espacios para bailar.

Esta idea de los centros de juegos de mesa es nueva en Guayaquil introduciendo entre los jóvenes adultos una nueva forma de entretenimiento en el que se combina la diversión con el plus innovador de los juegos de mesa.

De acuerdo a nuestra idiosincrasia el público ecuatoriano le gusta incursionar en lo novedoso, mundos nuevos, juegos de mesa, el mayor desafío de este proyecto radica en las estrategias que se deben implementar para que este nuevo concepto se mantenga en el tiempo, y desarrollar en los clientes potenciales el sentido de fidelidad al establecimiento.

Los guayaquileños responden ante una motivación para la elección de un centro de esparcimiento el reto es mantenerlo con el interés por estas actividades, impulsados por promociones, concursos etc, y así lograr un cambio en su cultura de diversión.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

El comportamiento de las personas en general está influenciado por el entorno. El mundo genera cambios permanentes, decisiones rápidas en los negocios dejando un a un lado lo ético, valores de familia y la responsabilidad social, generando alto stress en las personas, hogares disfuncionales sintetizando grandes problemas sociales.

El cambio de los patrones de conducta de las personas que buscan el esparcimiento en centros que solo ofrece licores, salas de bailes, a pesar de que la nueva legislación prohíbe los juegos de azar y casinos que promueven el vicio, el público en general no cuenta con centros de entretenimientos que busquen el desarrollo intelectual y actividades lúdicas.

El aumento de las personas con falta de valores, vicios y falta de ética seguirá aumentando si no se aporta con alternativas de diversiones que estimulen el desarrollo intelectual, sometimiento a reglas, dentro de un ambiente de relax.

Variable Directa: La oferta de un centro con juegos de mesa inteligentes para la diversión sana.

Variable Indirecta: El interés de los jóvenes adultos por los juegos de mesa lúdicos.

1.3 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

Determinar la viabilidad de la implementación del centro con juegos de mesa inteligentes para el entretenimiento basado en la necesidad de contar en la ciudad de Guayaquil como otra alternativa diferente en entretenimiento, ya que no hay lugares que contribuyan a una diversión sana, que estimule al desarrollo intelectual

combinado con el deleite de las comidas y bebidas, dentro de un ambiente acogedor y de relax.

El entorno actual de alta tecnología propicia en la generación actual un apego a los juegos de video, internet, televisión por cable dejando poco espacio a la recreación mediante juegos que propicie el desarrollo intelectual y la generación de valores como respeto, sometimiento a reglas, unión e interrelación entre personas.

En nuestro medio los establecimientos para el entretenimiento y esparcimiento brindan el mismo estándar de diversión, este trabajo presenta una opción diferente capaz de añadir a lo mencionado algo interactivo para las personas logrando nueva forma de comportamiento al participar y desarrollar actividades lúdicas.

1.4 OBJETIVO GENERAL

Analizar la viabilidad de implementar un centro de entretenimiento lúdico que permita a los clientes potenciales adoptar una nueva forma de recreación, que las convierta en individuos con mayor agilidad mental, valores fortalecidos que contribuyan a su crecimiento como personas.

1.5 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1._ Diseñar una empresa con una estructura administrativa y legal para establecer en la ciudad de Guayaquil.
- 2._Elaborar una investigación de mercado para determinar el interés de las personas en el ámbito de las recreaciones.
- 3._ Definir los productos y servicios a ofrecer en el centro de diversión para incentivar la permanencia en el establecimiento.
- 4._ Efectuar el análisis financiero.

CAPITULO 2

2 MARCO TEORICO

“El marco teórico será una descripción detallada de cada uno de los elementos esenciales de la teoría, de tal manera que la formulación del problema y su solución sea una deducción lógica de ella. Este marco también puede estar constituido por una teoría específica” (Lema, 2003)

2.1 IMPORTANCIA DE LOS JUEGOS DE MESA

Jugar es una necesidad del ser humano que enseña a resolver situaciones problemáticas por el grupo o individualmente, situaciones particulares regidas por reglas y disciplina en cuyo desenlace habrá ganador o perdedor.

“La situación que se presenta en un juego de mesa es una dificultad a vencer, normas que respetar, meta u objetivo a conseguir y un material. Si la conjunción de esos factores produce una dinámica placentera, el objetivo del juego se ha cumplido. También es recomendable para fomentar la convivencia en familia”. (García G, & Torrijos E, 2002)

Los juegos de mesa pueden mejorar el estado de ánimo, ayuda a la rapidez mental y a recrearse, favorece el proceso socializador, tiene reglas que el jugador debe respetar, fomenta la competitividad.

Es muy importante para los seres humanos ya que ayuda a tener ciertas conductas sociales, desarrolla capacidades morales y afectivas y este centro da un espacio para poder realizarlos.

2.2 VENTAJA DE LOS JUEGOS DE MESA

El simple hecho de combinar palabras, establecer adivinanzas, hacer mímica, tienen grandes aportes a la construcción del intelecto y hacia la búsqueda de la salud mental.

Los juegos de mesa son una combinación entre lo lúdico y lo didáctico, y en este punto radica su importancia. Muchos especialistas coinciden en que la elección de un juego de mesa es muy importante a la hora de pensar en cómo ayudará a la formación personal, e incluso agregan que lo más interesante es que los participantes, independientemente de su edad, sepan aceptar las reglas para poder disfrutarlo.

Algunos de los juegos más populares en el mercado, y que incluso la gran mayoría ha podido disfrutar rondan entre el Monopolio, el Scrabble o el Pictionary.

Todos ellos tienen indudables ventajas a la hora de ponerlos en práctica y que quizás al jugarlos no logramos evidenciar.

Profesionales en psicopedagogía sostienen que por ejemplo el primero de estos tres es una herramienta con grandes resultados para aquellos chicos con problemas de hiperactividad o incluso de agresividad. En estos casos el Monopolio, será el punta pie para hacer que estos chicos logren concentrarse en esperar su turno de juego para luego tomar decisiones.

Sin embargo no debemos perder de vista, que en este caso sólo pueden jugar aquellos chicos que ya tienen conocimiento del dinero y que sepan contar. El segundo caso de los juegos de mesa “míticos” y con grandes utilidades es el Scrabble.

Este juego que consiste en formar palabras sobre un tablero e ir acumulando puntos. En este sentido, la utilidad se basa en que es un disparador de calidad para hacer que las personas que ya manejan ágilmente la escritura puedan ponerla en práctica de una manera divertida, incluso para ponerlos a prueba teniendo que pensar en palabras un tanto más complejas.

El último de los casos que nombramos de juegos de mesa tiene la particularidad de combinar imaginación, mímicas (o en otros casos dibujos), capacidad de asociación y rapidez mental.

En este caso las ventajas están a la vista, sin embargo debemos saber que el Pictionary no se adapta con facilidad a niños de corta edad, sino más bien en adolescentes que ya manejen mayores estrategias. [1]

2.3 HISTORIA DE LOS JUEGOS DE MESA

Los seres humanos han estado jugando juegos de mesa desde tiempos remotos de los cuales muchos han ido y venido durante nuestra agitada historia.

Los juegos de mesa han sido jugados en Occidente por más de cinco milenios y juegos que usan fichas o damas eran jugados en Mesopotamia dos milenios antes del nacimiento del Mesías. La mayoría de sus reglas han sido extraviadas o totalmente perdidas durante los siglos posteriores.

En el antiguo Egipto, durante el periodo de los Faraones, los juegos de mesa eran una parte integral de la vida social, evidenciado por Senet que era jugado en un tablero de treinta casillas.

Los juegos son una expresión directa de los patrones y conflictos de la psique y en general son simbólicos de los patrones de la vida con diseños de casillas alternas haciendo referencia a carreras alternas de episodios oscuros que alternan con la luz, altas y bajas, etc. Los juegos están relacionados a la inventiva juguetona y el lado positivo de un arquetipo infantil. Si alguien dibuja un cuadro, un círculo y un triángulo, y después los convierte en fotografías, se pueden interpretar de una manera simbólica.

Existen muchos juegos de palabras, cartas y otros juegos de tablero que ejercitan la mente humana y nos dan muchas horas de agradable esparcimiento - Canasta, Scrabble, Juegos de Póker, Backgammon, Cribbage y Shogi, nos permiten divertirnos compitiendo en un juego que esté acorde a su habilidad mental. [2]

CAPITULO 3

3 EMPRESA

Esta clase de centros ya se ha implementado en la ciudad de Buenos Aires teniendo gran demanda por parte de los extranjeros y nacionales por ser algo diferente. Pero al contrario del centro que se desea aplicar este es tipo de centro para mayores de edad.

Se pretende aplicar algo similar en la ciudad de Guayaquil ya que se observa que no se ha implementado este tipo de entretenimiento y viendo la gran demanda que hay en la ciudad de Buenos Aires, extrapolando este concepto a nuestro medio y ajustándolo a nuestra idiosincrasia.

3.1 MISION

Ofrecer a los clientes la opción de entretenimiento en un ambiente agradable con productos de piqueos y refrescos orientados a las familias, amigos mediante el desarrollo de juegos de mesa lúdicos, y habilidades para el aprendizaje.

3.2 VISION

Posicionarnos en un período de cinco años con en esta nueva de forma de entretenimiento lúdico, ser reconocidos por el público nacional y extranjero proyectarnos en el mercado de entretenimiento, logrando introducir el nuevo concepto de juegos de mesa inteligentes dentro de un ambiente seguro y agradable.

3.3 VALORES

Los valores de la empresa quiere para hacer crecer el establecimiento son:

- ❖ **Trabajo en equipo:** Tener un buen entorno de trabajo, una buena comunicación entre los empleados, participación activa, contribuir con todo su potencial.
- ❖ **Respeto:** Un ambiente de respeto siguiendo las reglas, sin actos violentos ni intimidación de parte de nadie donde se pueda ver una buena comunicación basada en este valor desde el trabajador de mayor cargo hasta el de menor cargo.
- ❖ **Honestidad:** Transparencia en todos los asuntos tanto legales como laborales dentro del establecimiento.
- ❖ **Ética:** Buen comportamiento de los empleados al cumplir sus funciones.

3.4 RAZON SOCIAL

”La razón social es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía mercantil de forma colectiva, comanditaria o anónima. Es por lo tanto el atributo legal que figura en la estructura o documento de constitución que permite identificar una persona jurídica y demostrar su constitución legal.” (Álvarez, 2008)

La empresa se creará bajo la razón social “ChambeFactory S.A”, empresa ecuatoriana regida por la legislación de este país en la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, República del Ecuador.

3.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

“Una organización, puede ser definida como un grupo social estructurado, permanente y con una finalidad. Esta definición puede ser completada por otros rasgos específicos como: estar dotado de una jerarquía de autoridad y responsabilidad, sus miembros desarrollan tareas diferenciadas, requiere coordinación racional e intencionada, e interactúa con el entorno” (Vértice, 2007)

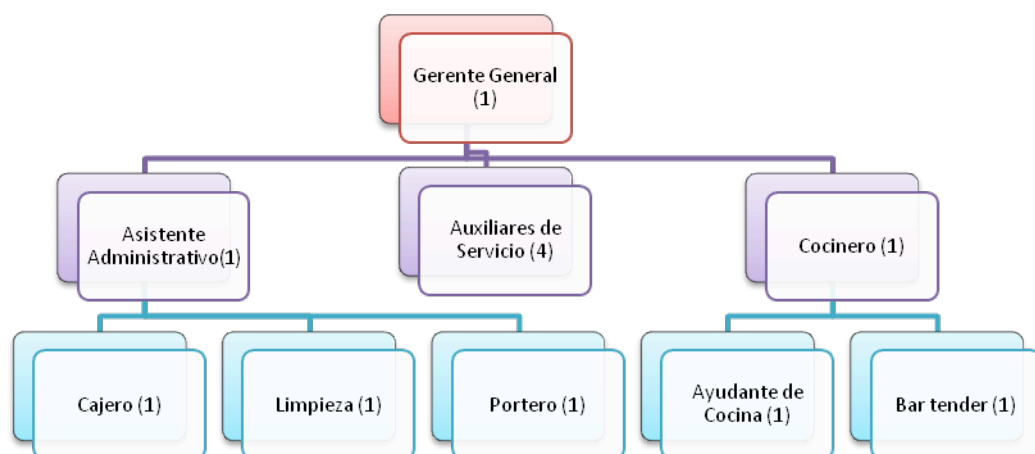


Ilustración 1: Estructura Organizacional

Realizado por Angélica Chambe Moreno

3.6 FUNCIONES DE LOS CARGOS

- ❖ **Gerente General:** Dirigir y controlar el personal, manejar los montos presupuestarios, controlar el desarrollo general de la empresa
- ❖ **Asistente Administrativo:** Elaborar reportes para la provisión de productos para la elaboración de los diferentes piqueos. Elaborar los pagos de nóminas de personal, proveedores, ejecutar los procesos contables, controlar las actividades del personal a su cargo.

- ❖ **Cocinero:** Preparar y presentar los alimentos, con buena higiene, de acuerdo con las recetas y controlar que tenga todos sus ingredientes para su trabajo.
- ❖ **Ayudante de cocina:** Apoyar al cocinero en la clasificación de los ingredientes, en todo lo que requiere, alcanzar los ingredientes, lavar los utensilios, terminar la receta si se requiere.
- ❖ **Bar tender:** Preparar los refrescos y bebidas junto con su decoración.
- ❖ **Cajero:** Facturar, cobrar, archivar todos los documentos de soporte
- ❖ **Auxiliar de servicio:** Atender a los clientes sobre el desarrollo de los juegos de mesa, sugerir platillos del menú y proporcionar los platos requeridos
- ❖ **Limpieza.** _ Mantener limpio todo el centro.
- ❖ **Portero.** _ Vigilar del establecimiento.

Cargo/Actividad	Estructura Ocupacional	Código IESS	Salario mínimo sectorial
Asistente Administrativo	D1	190000000024	389
Cocinero	C2	1608552002289	523
Ayudante de cocina	E2	1608552090387	389
Bar tender	D2	168552002309	389
Cajero	D1	1608552002301	389
Auxiliar de servicio	D2	1608552002306	388
Limpieza	E1	1608551004201	388
Portero	E1	1910000000036	388

Ilustración 2: Salarios

(Según tablas sectoriales del Ministerio de Relaciones Laborales)

3.7 PRODUCTOS Y SERVICIOS

El estilo del centro de entretenimiento Genius Center juegos de mesa inteligentes ofrecerá a sus clientes:

- ❖ **Estilo:** Artístico decorado con obras de artistas ecuatorianos para de esta manera fomentar el arte de nuestro país de una forma diferente.
- ❖ **Precios accesibles**
- ❖ **Juegos de mesa:** Juegos de mesa lúdicos con sus respectivas instrucciones y/o explicación por parte del personal de atención al cliente. Cada juego tendrá una cartilla plastificada con la explicación del mismo, y las cartillas serán de colores distintos para fácil reconocimiento del Asistente de Auxiliar de Servicio.
- ❖ **Competencias:** Captar la atención de los clientes con la variedad de juegos de mesa, la organización de competencias, y la premiación respectiva.
- ❖ **Servicio:** Atención ágil en el menor tiempo posible, higiene y buen sabor en los alimentos.

Menú que se ofrece:

PIQUEOS	BEBIDAS	BATIDOS	POSTRES
Picada fría	Jugo de naranja	Batido de frutilla	Brownie con helado
Picada fría y caliente	Jugo de naranja con	Batido de mora	Tiramisu
Sanduche Rubik	Jugo de piña	Batido de	Pie de limón
Brochetas	Limonada	Batido de mango	Cheesecake
Hamburguesa con	Gaseosas	Batido de	Torta de chocolate
Nachos con queso	Te		
Patacones con queso	Cervezas		

Ilustración 3: Menú

Realizado Angélica Chambe Moreno

Juegos que se la ha dividido en juegos de fichas, estratégicos, y en temáticos:



Ilustración 4: Clasificación de los Juegos de mesa inteligentes

Realizado por Angélica Chambe Moreno

Adivina quién: Juego de adivinanzas, objetivo ser el primero en adivinar el personaje que ha escogido el oponente, juego para dos jugadores.



Ilustración 5: Adivina Quién?

Ajedrez: Es un juego para dos personas, de fichas, es estratégico, considerado un deporte y ayuda a la agilidad mental.



Ilustración 6: Ajedrez

Batalla Naval: Dos concursantes pueden realizar este juego, tablero con barcos, quien descubra primero todas las naves ganará; juego estratégico.



Ilustración 7: Batalla Naval

Caras y gestos: Juego para varias personas, el participante intenta expresar mediante gestos lo que dice la carta, los demás jugadores intentaran adivinar lo que trata de expresar, juego con tiempo limitado. Rapidez



Ilustración 8: Caras y Gestos

Clue: Es un juego de asesinato y misterio para varios jugadores, excelente para clientes que ejercen o estudian leyes, porque el jugador tendrá que acusar con argumentos al oponente y este desmentirlo como pueda.



Ilustración 9: Clue

Damas chinas: Es un juego con fichas, juegan entre dos y seis personas con respeto de reglas y habilidad.



Ilustración 10: Damas Chinas

Jenga: Es un juego de habilidad física y mental, se tiene que retirar bloques de madera o plástico de una torre, se respetan turnos, pierde el jugador que haga caer la torre. Para varias personas.



Ilustración 11: Jenga

Life: De dos a seis jugadores pueden realizarlo, es de tarjetas y ruleta, se respeta turnos y es totalmente estratégico.

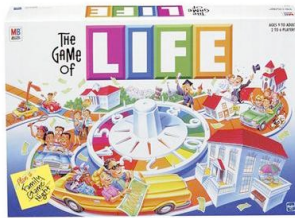


Ilustración 12: Life

Monopolio: Es un juego de mesa de bienes raíces, el objetivo es hacer ofertas, es un juego largo, se respetan reglas.



Ilustración 13: Monopolio

Operando. Habilidad física, tratar de realizar una operación sin afectar al paciente, juegan varias persona y es por turnos.



Ilustración 14: Operando

Pictionary. Es un juego de adivinanzas de palabras se dibuja en un papel lo que dice la tarjeta, gana el equipo que más frases adivine, se respeta reglas y es contra reloj.



Ilustración 15: Pictionary

Scrabble. Juego de mesa donde se ganan puntos haciendo la construcción de palabras, ayuda a la habilidad mental.



Ilustración 16: Scrabble

Uno. Es un juego de cartas de colores rojo, verde, azul y amarillo, con reglas, y estratégico.



Ilustración 17: Uno

Algunos juegos tienen muchas variaciones el cual lo hace interesante porque crece el número de opciones para escoger el juego.

Antes de recoger la mesa el mesero deberá ver que el juego este completo con todas las fichas tal como se entrego caso contrario se cobrara una penalización.

3.8 FUERZAS DE PORTER

“La fuerza de Porter es muy importante porque perfecciona la comprensión de la competencia, al señalar que las fuerzas de la competencia llegan mucho más allá de las empresas establecidas y conocidas por la industria. Porter dice que las fuerzas competitivas, además de los rivales de la industria, incluye a los posibles participantes, proveedores, compradores y productos sustitutos.” (Mintzberg y Quinn, 1997).

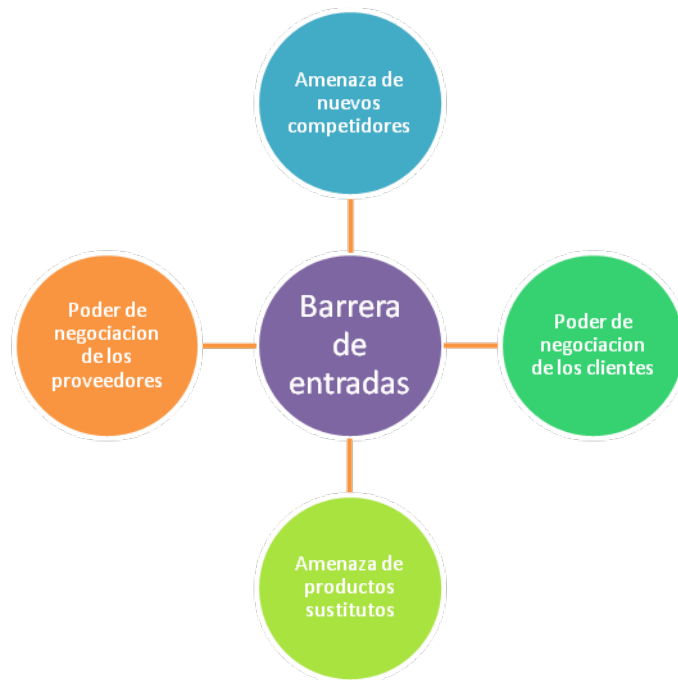


Ilustración 18: Fuerza Porter

Realizado por Angélica Chambe Moreno

- ❖ **Barreras de entrada:** El concepto de juegos de mesa inteligentes no está difundido dentro del medio, razón por la cual se hace necesario estrategias de marketing a través de los diferentes medios para dar a conocer este plus innovador que se da a los juegos de mesa inteligentes.
- ❖ **Amenaza de nuevos competidores:** Genius Center conoce que la entrada de nuevos competidores generaría disminución en las ventas, por cuanto los nuevos negocios abren sus puertas con promociones interesantes para captar clientes. Por tanto se hace necesario desarrollar en los clientes la fidelidad al establecimiento, crucial para mantenerse dentro del mercado.
- ❖ **Poder de negociación de los proveedores:** Cuando se depende de un solo proveedor este puede aprovechar la situación para imponer

precios, calidad y cantidad, y esto repercute a los costos de los platos. La ventaja de Genius Center es que cuenta con diferentes opciones de abastecimiento de panes, legumbre, frutas, etc, con precios competitivos y de calidad, logrando con ello beneficios para la empresa.

- ❖ **Poder de negociación de los clientes:** Al momento no hay un establecimiento que ofrezca juegos lúdicos lo que lo hace de Genius Center la única opción de este concepto en la zona. Estos clientes requieren calidad y buen servicio, como respuesta a la oferta de la empresa.

- ❖ **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** El riesgo de productos sustitutos existe, el centro de juegos lúdicos puede ser repetido de alguna forma y crear una competencia directa, pero Genius Center debe lograr posicionarse dentro del mercado por su ventaja competitiva que es un servicio al cliente dentro de un ambiente artístico y de relax.

3.9 ANALISIS FODA

“El análisis FODA es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determinan los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la institución gubernamental. Estos factores se convierten en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, visión, los objetivos y las metas de la organización.” (Zambrano, 2007).

FORTALEZAS

- ❖ Precios competitivos
- ❖ Ambiente diferente vinculado a lo artístico y tranquilo.
- ❖ Buena calidad en su servicio al cliente.

- ❖ Servicio innovador al tener juegos de mesa lúdicos.

OPORTUNIDADES

- ❖ Interés de los jóvenes adultos por este tipo de lugares de esparcimiento.
- ❖ Tener entretenimiento, orientar el ocio y opción de tomar bocadillos.
- ❖ Las familias puedan juntarse para una diversión conjunta.

DEBILIDADES

- ❖ Falta de experiencia.
- ❖ Ser nuevo en el mercado.
- ❖ Alimentos perecibles para el servicio de piqueos.
- ❖ Dificultad en el acceso del financiamiento.

AMENAZAS

- ❖ La presencia de nuevos competidores que pueden poner otro establecimiento con las mismas características.
- ❖ No obtener las ventas esperadas por ser un concepto nuevo.
- ❖ Competidores con otras opciones de diversión.
- ❖ Patrones de diversión cambiante.

CAPITULO 4

4 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En la zona no se percibe algún establecimiento que ofrezca un servicio similar como los juegos de mesa inteligentes, sin embargo existen establecimientos que ofrecen piqueos y comida típica dentro de la ciudadela Kennedy. Pero nos enfocamos en los competidores cuyos establecimientos están posicionados y reconocidos por el público.

Restaurante Cocolon	Pa' cortarse la venas	Cosmic Bowling
<ul style="list-style-type: none">• Av. Francisco de Orellana C.C Plaza Orellana	<ul style="list-style-type: none">• Av. Francisco de Orellana C.C Plaza Orellana	<ul style="list-style-type: none">• Centro Comercial San Marino

Ilustración 19: Competidores

Elaborado por Angélica Chambe

4.1 COCOLON

El Restaurante Cocolón está posicionado en el mercado. Ofrece almuerzos piqueos y bebidas, basando su servicio en el concepto de restaurante.

Su menú es tradicional nacional y precios competitivos por lo que se puede calificar como competencia. Tiene promociones y está ubicado en el perímetro comercial de la ciudadela Kennedy.



Ilustración 20: Restaurante Cocolón

4.2 PA' CORTARSE LAS VENAS

El bar Pa' Cortarse las Venas es un after office, está abierto de miércoles a sábados en horario nocturno, el concepto de este establecimiento es distracción practicando el karaoke y ofrece cocteles y bebidas. Se considera competencia por ser una opción de distracción en el mismo horario del centro de juegos lúdicos Genius Center.



Ilustración 21: Bar Pa' Cortarse las Venas

4.3 COSMIC BOWLING

Cosmic Bowling ubicado en el Centro Comercial San Marino con horario de lunes a viernes, adicionando el cobro por uso de los zapatos y las líneas que se juegan, se paga además el valor de los consumos por piqueos y refrescos.

Es frecuentado por personas que buscan interacción en un lugar sano, artístico y de recreación. Se lo considera competencia por el similar servicio de lugar tranquilo y ambiente agradable que también lo brinda Genius Center.



Ilustración 22: Logo Cosmic Bowling

CAPITULO 5

5 INVESTIGACION DE MERCADO

La investigación de mercados es "la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia" (Naresh Malhotra, 2004)

Será indispensable dar a conocer a la colectividad los servicios que brinda el centro de juegos inteligentes Genius Center y también a través de recolección de datos, qué desea la gente en el momento de elegir una distracción, su comportamiento frente a los gustos y preferencias. Con esta información se puede realizar una estrategia de negocios e implementarla para la toma de decisiones.

Es importante conocer sobre las necesidades, los deseos, y tendencias actuales de las personas. Se enfoca a clientes de clase media, media alta, trabajadores y estudiantes que por lo general buscan otro tipo de entretenimiento. Se obtendrá de las fuentes de información como las encuestas, entrevista a un abogado criterios que orienten sobre la factibilidad de este proyecto dentro del país bajo el amparo de las leyes vigentes.

Esta investigación de campo se trata de recopilar datos del entorno, aspectos socio económico, ubicación geográfica de preferencia, para la instalación del Genius Center y su creación de la empresa motivo de este proyecto.

5.1 METODOLOGIA

"La investigación cualitativa es el conjunto de todas las cosas que se hacen para seguir la pista de los mercados y encontrar los rasgos que se distinguen a las personas (los consumidores, las organizaciones....) y a las cosas (productos, bienes, servicios, sectores de actividad), sus propiedades y atributos, sean estas y estos naturales o adquiridos. " (Juan Báez y Pérez de Tudela, 2007)

La investigación descriptiva "comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. (Tamayo y Tamayo, 2005)

Se aplica la investigación descriptiva por cuanto se desea conocer los clientes potenciales, el área donde se ubicará, analizarlo y como este proyecto impactará en el nivel cultural de las personas. Se utiliza la investigación cualitativa por cuanto a través de la medición de los indicadores de registros sobre perfiles de personas, rasgos de consumidores, productos de preferencia y frecuencias de uso que proporcionen información importante dentro de este proyecto

5.2 TIPOS DE MUESTREO

“Se refiere al grupo de unidades extraídas de una población, definida previamente, de acuerdo con un plan de sondeo dado y sobre las cuales se realizarán las observaciones previstas en la encuesta”. (Morice, 1994)

“Un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. (Quorum Académico Arias, 2006)

Cuando se tiene una población muy grande como la ciudad de Guayaquil es imposible analizarla toda ya que sería infinita.

Se utiliza un muestreo al azar tomando en cuenta jóvenes y trabajadores de empresas cerca de la zona que se vean interesantes para poder realizar la encuesta o que tengan el perfil que se requiere para este tipo de centro.

5.3 TAMAÑO DE MUESTRA

La población se refiere al universo de la investigación o a todo el conjunto de individuos u objetos que poseen características comunes susceptibles de observación.

La población la constituye, la ciudad de Guayaquil con 2350.915 habitantes según censo INEC 2010, la parroquia Tarqui, donde se ubicará el centro con juegos de mesa tiene 835.486 habitantes según el último censo, con un nivel de confianza de 95%. Aplicando la fórmula:

Datos

$$N = 835.486$$

$$n/c = 95\% \text{ nivel de confianza}$$

$$Z = 1,96 \text{ indicador de riesgo}$$

$$p = 50\% = 0,50$$

$$q = 50\% = 0,50$$

$$e = 5\% = 0,05 \text{ margen de error}$$

$$n = ?$$

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

$$n = \frac{802400,75}{2089,67} = 384 \text{ encuestas}$$

5.4 TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE DATOS

La técnica de recolección de datos se refiere a las técnicas que se utilizarán con la finalidad de encontrar datos que sean útiles. Se detalla las técnicas utilizadas a continuación:

Antes de proceder a describir las técnicas, se precisa lo que significa la encuesta:

“Las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a prioridad las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo” (Trespacios, Vázquez & Bello, 2005)

Se diseña una encuesta dirigida a personas de 18 a 65 años donde se privilegiará a universitarios y trabajadores, con lo que se pretende conocer sus gustos respecto a modalidades de entretenimiento para conocer las necesidades de los clientes potenciales. El sector encuestado comprende: Ciudadela Kennedy, Centro Comercial Policentro y Centro Comercial San Marino.

El tiempo estimado considerado es de tres a cinco minutos para contestar la encuesta.

5.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

Para la realización del proceso de información y tabulación de las encuestas se realizaron los siguientes puntos:

1. Encuestas llenas
2. Encuestas legibles
3. Utilización del programa Microsoft Excel para procesamiento de datos
4. Gráficos en base al resultado de las encuestas.

5.6 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Analizar las encuestas es muy importante, ayuda a tomar decisiones en el proyecto de factibilidad. Al realizar las encuestas se obtiene lo siguiente:

1. En que grupo de estas edades se encuentra usted

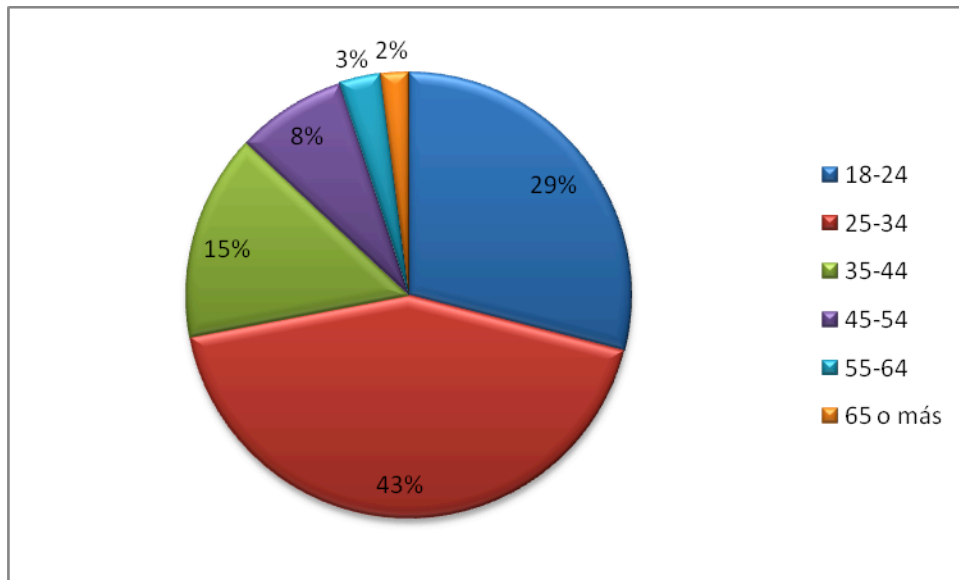


Ilustración 23: Análisis Pregunta 1

Realizado por Angélica Chambe Moreno

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas en la ciudad fueron personas de 25 a 34 años con un 43% y en segundo se tiene 18 a 24 años con 29%. En suma tenemos 72% personas jóvenes productivas.

2. Datos socio-económico

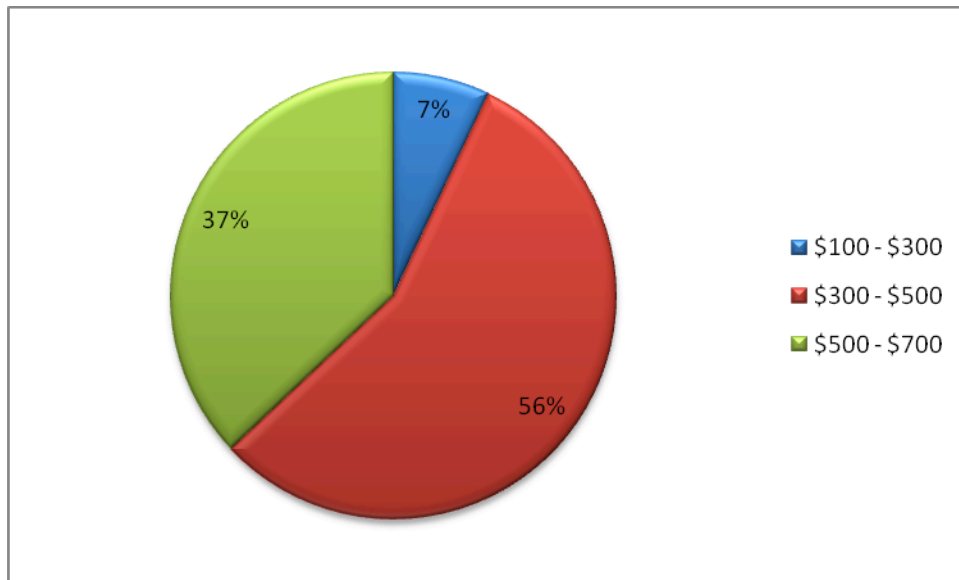


Ilustración 24: Análisis Pregunta 2

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

Como podemos observar en el pastel la mayoría de personas tienen ingresos entre \$300 y \$500 es decir que tienen poder adquisitivo lo que permitirá acceder al centro, sus productos y servicios.

3._ En cuál de estas ciudadelas usted vive

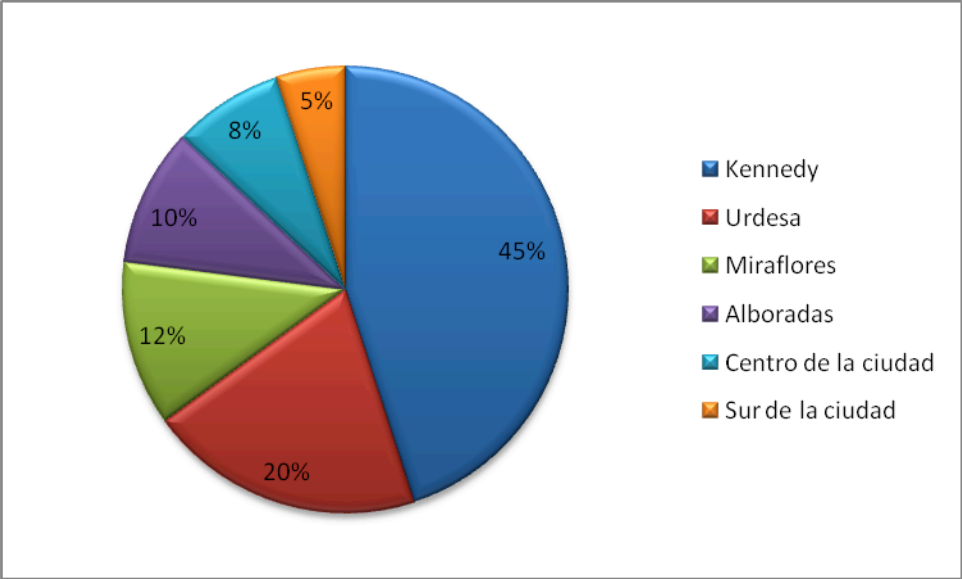


Ilustración 25: Análisis Pregunta 3

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

En el gráfico se puede observar que la mayor cantidad de personas encuestadas habitan en la ciudadela Kennedy con 45% y en la ciudadela Urdesa 20% que está relativamente cerca del lugar escogido para la ubicación del centro de juegos de mesa.

4._ En que parte de la ciudad usualmente están los establecimientos que usted frecuenta:

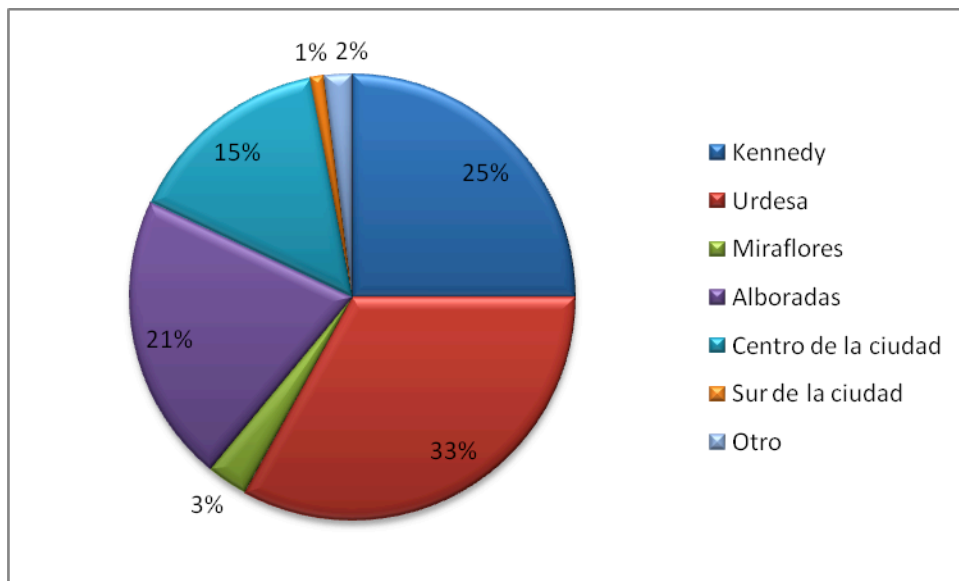


Ilustración 26: Análisis Pregunta 4

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

Se observa que gran cantidad de los encuestados usualmente tienen sus lugares de diversión en la ciudadela Urdesa 33%, seguida por Kennedy 25% y las Alboradas 21%.

5. _ A la hora de escoger el tipo de entretenimiento (en pareja, o grupo de amigos) ¿cuál es el factor más importante en su decisión?

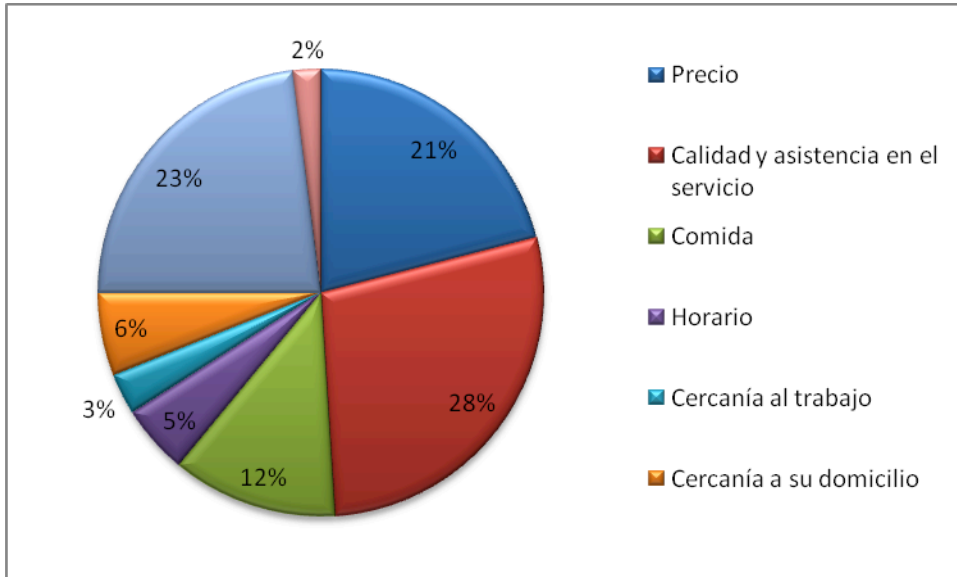


Ilustración 27: Análisis Pregunta 5

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

Para los encuestados es muy importante la calidad y la asistencia del servicio 28% así como la cercanía a su trabajo 23%, precio 21%, tenemos que poner mayor énfasis en estos 3 aspectos para poder satisfacer a los clientes potenciales.

6. ¿Cuál es el consumo promedio por persona en el establecimiento que usted frecuenta?

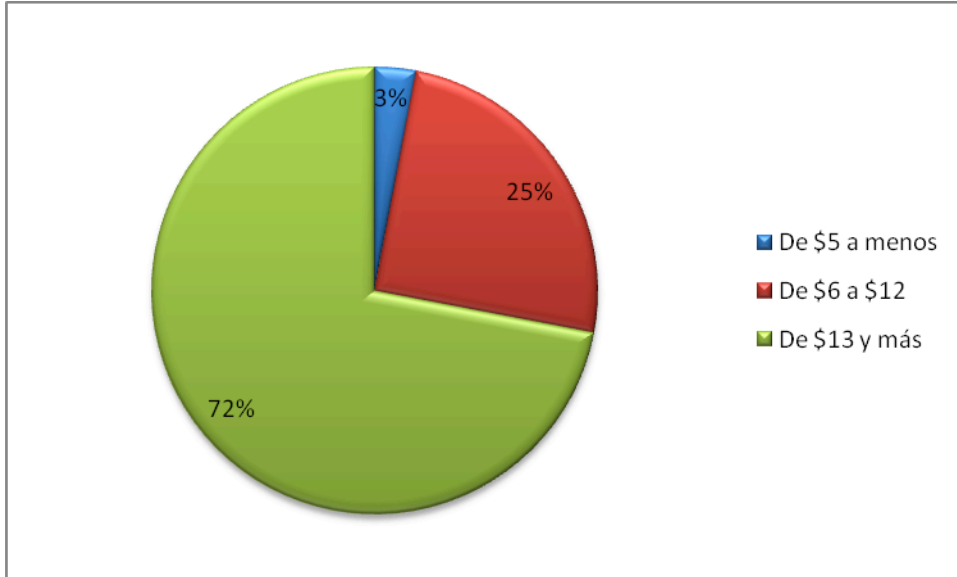


Ilustración 28: Análisis Pregunta 6

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

Las personas encuestadas tienen un consumo promedio por noche a partir de \$13 en los establecimientos que acuden es decir que el 72% está dispuesto a más de la distracción consumir otros productos y servicios que ofrece el centro.

7. ¿Qué tiempo estaría dispuesto a esperar un servicio?

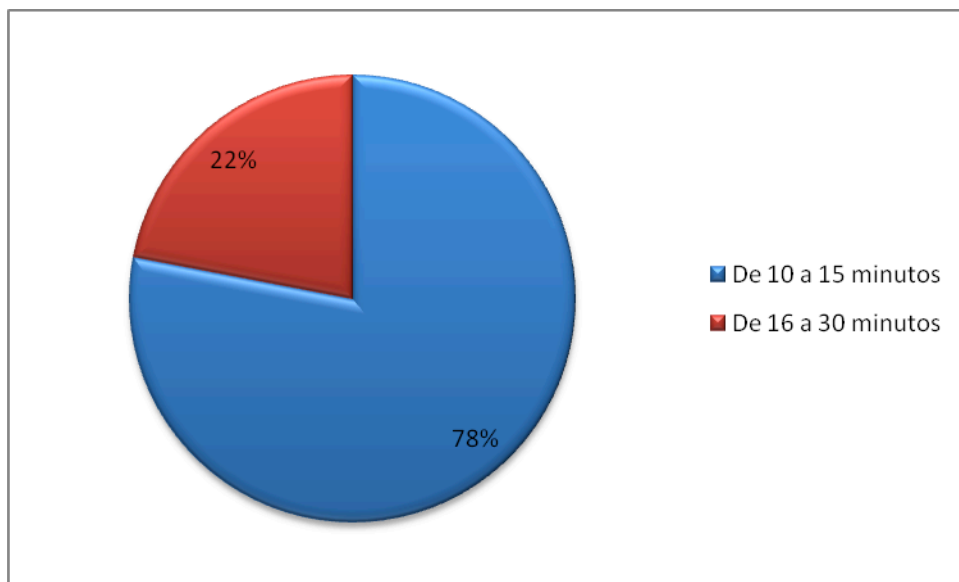


Ilustración 29: Análisis Pregunta 7

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

A los encuestados les gustaría esperar de 10 a 15 minutos, 78%, para su servicio esto ayuda para al aplicar el proyecto y saber el tiempo de tolerancia en la espera del cliente para ser atendido con los otros productos o servicios.

8._ Le gustaría que existiera un lugar que incluya juegos de mesa como damas, parchís, monopolio etc.

Si

No

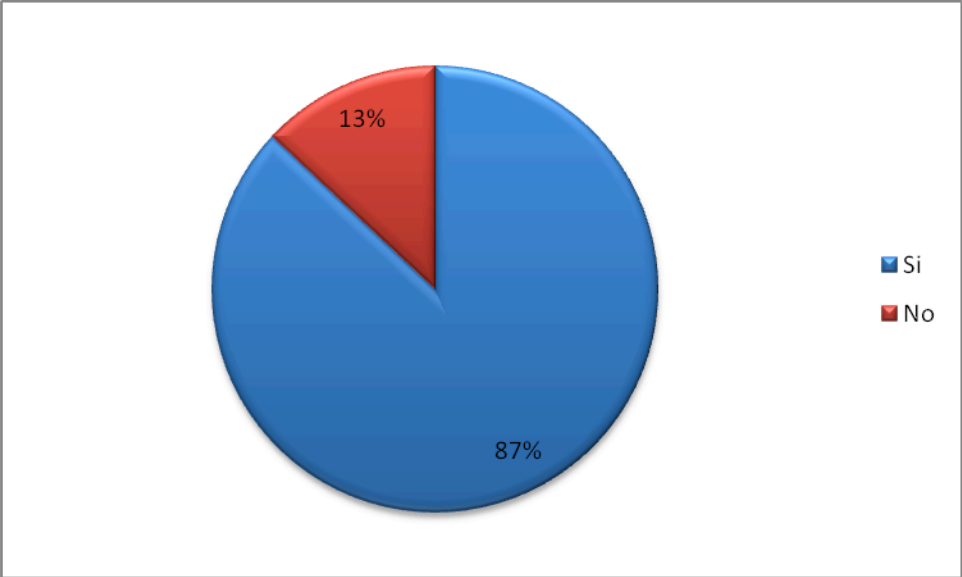


Ilustración 30: Análisis Pregunta 8

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

Según las encuestas la gente si desearía un centro con juegos de mesa 87%, está dispuesta a probar una nueva forma y de conocer las mismas.

9._ ¿Qué juegos de mesa por lo general usted utiliza?

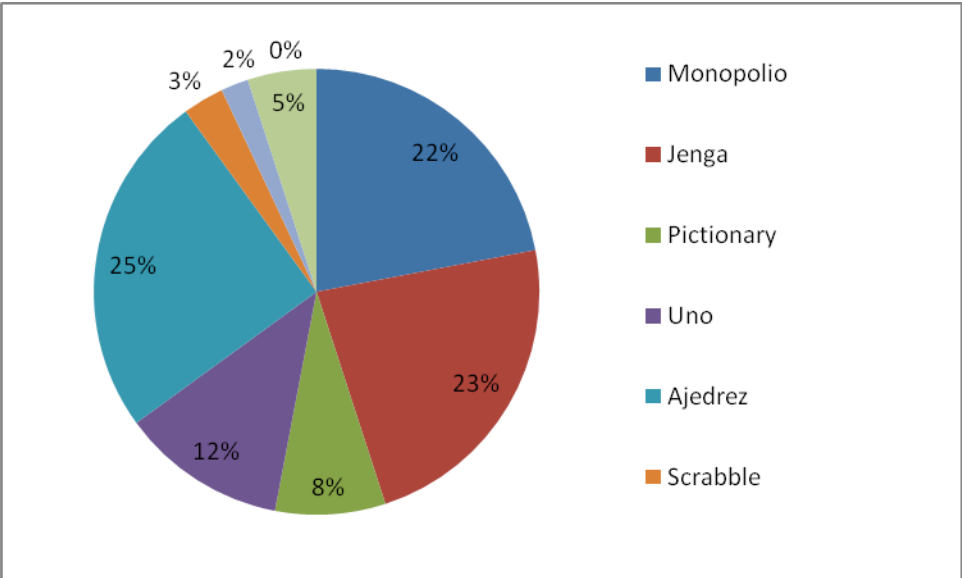


Ilustración 31: Análisis Pregunta 9
Elaborado por Angélica Chambe Moreno

La gente está más familiarizada o conoce más el ajedrez, monopolio y Jenga con 25%, 23% y 22%, los otros juegos de menor porcentaje es decir hay que darlos a conocer al público.

10. _ ¿Qué desafío presenta a su criterio los juegos de mesa inteligentes?

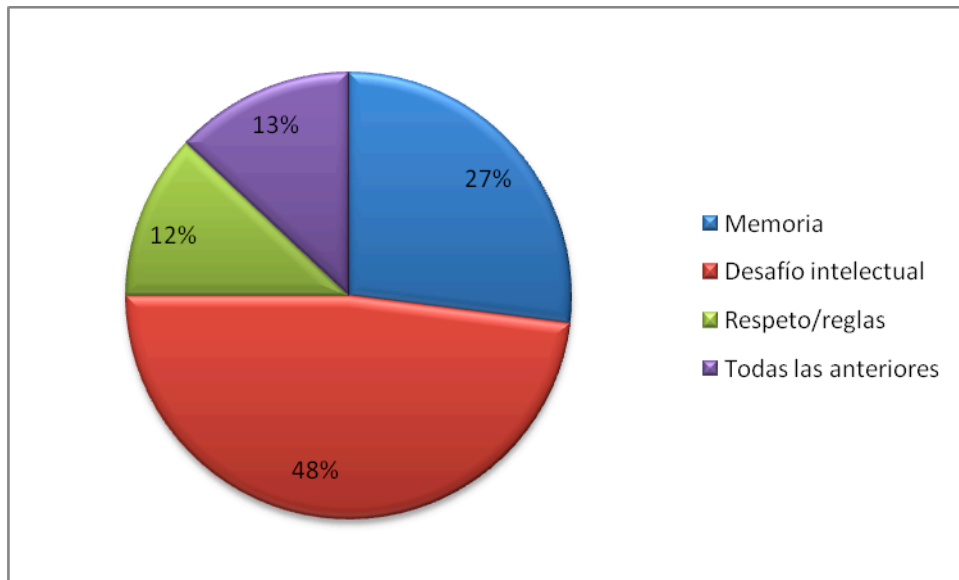


Ilustración 32: Análisis Pregunta 10

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

Según la gráfica nos pone de manifiesto que el 48% considera a los juegos de mesa un desafío intelectual y un 27% un desafío a la memoria lo que quiere decir que suma un 75% considera a los juegos de mesa como desarrollo intelectual.

11. _ Cuando sale a divertirse prefiere:

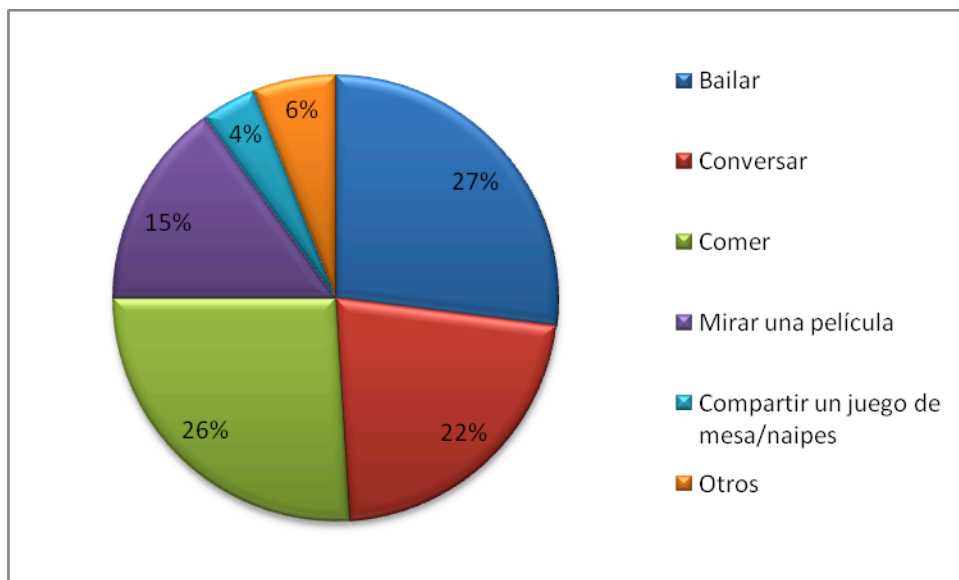


Ilustración 33: Análisis Pregunta 11

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

De acuerdo a la encuesta el 27% prefiere bailar, el 26% prefiere comer, 22% conversar.

5.6 ENTREVISTA

“La entrevista es una técnica en la que una persona (entrevistador) solicita información de otra o de un grupo (entrevistados, informantes), para obtener datos sobre un problema determinado. Presupone, pues, la existencia al menos de dos” (Hernández Sampieri, 2007)

Al Abogado Aquiles Rigail Santistevan, Asesor Jurídico de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, se lo entrevista acerca del “Reglamento de Prohibición de Juegos de Azar y Salas de Juego” vigente desde el 7 de mayo del 2011. Con el fin de consultar su criterio legal si la aplicación de la ley y el reglamento antes enunciado afecta la ejecución de este proyecto.

5.7 ANALISIS DE LA ENTREVISTA

La entrevista se realiza en la oficina en la Asesoría Jurídica del edificio principal de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, ubicada en el edificio principal, el día 26 de octubre del 2012.

- ❖ El entrevistado confirmó que este proyecto Genius Center juegos de mesas inteligentes no está contemplado dentro de la ley y no la infringe, debido a que este concepto se refiere a juegos lúdicos e inteligentes que no induce al público a vicio alguno y no son considerados como factor de problema social, como lo son los juegos de casinos y máquinas traga monedas.
- ❖ Además, le parece una buena iniciativa desarrollar este tipo de centro de recreación por cuanto no hay ningún similar en el país. Su opinión personal es excluir bebidas alcohólicas ya que es un centro que promueve el entretenimiento sano. Calificó este proyecto como un aporte para la sociedad ya que se promueve la unión familiar y competitividad de las personas.

5.9 ANALISIS DE LOS CLIENTES

- ❖ Del segmento de los adolescentes las encuestas nos indican que son clientes que gustan de las comidas rápidas y de juegos de mesa como el Jenga y Uno. Disponibilidad en horarios de la tarde y preferencia a promociones.
- ❖ Del segmento de jóvenes de 18 a 24 y 25 a 34 años son clientes ya que tienen poder adquisitivo; lugares de trabajo y hogares se encuentran relativamente cerca del local, disfrutan de piqueos, música y gustan de juegos como el monopolio, que es perfecto para fomentar estrategias que pueden aplicar de una u otra manera en sus diferentes actividades o estudios.

- ❖ Personas de 45 años sus preferencias son por un lugar de entretenimiento más tranquilo que fomente relajación en ellos, además juegos con fichas como el ajedrez, fomenta rapidez y estrategia, ayuda en estas personas a la lucidez mental.

5.10 SEGMENTACION

Bajo este parámetro el análisis será por demográfica, geográfica, género, nivel económico:

- ❖ **Demográfica:** Está dirigido a todas las edades, familias, trabajadores, estudiantes, turistas ya que es un centro en el cual se encontrará arte, juegos inteligentes, comida preparada con higiene y alta calidad.
- ❖ **Geográfica:** Genius Center estará ubicado en la Ciudadela Kennedy que se encuentra cercano a edificios de trabajos, hoteles, universidades, así como ciudadelas Urdesa y Alboradas y transeúntes que frecuentan la zona.
- ❖ **Género:** No existe diferencias, tanto mujeres como hombres gustan de lugares donde puedan comer además de fomentar el interés de competitividad entre ambos generando un interés.
- ❖ **Nivel económico:** Se puede observar según las encuestas, que aparte de la calidad de servicio es muy importante los precios de los productos es por esta razón que los platillos y bebidas del menú estarán al alcance de las personas.

CAPITULO 6

6 ESTRATEGIA DE MARKETING

Genius Center tiene los siguientes objetivos de marketing que desea alcanzar:

1. Establecer la imagen y concepto de Genius Center juegos de mesas inteligentes en el mercado local.
2. Realizar posicionamiento en la preferencia de los clientes el concepto de Genius Center.
3. Mantener en forma permanente el interés de los clientes por los juegos inteligentes a través de una buena publicidad, promoción y concursos

6.1 LOGO

“Un logotipo no es más que una palabra diseñada. El diseño es lo que confiera a la palabra que se haya elegido su originalidad, su carácter distinto y único. Estos aspectos son esenciales, ya que el logotipo es la expresión de la marca, que a su vez es la abstracción de todo lo que representa la empresa o un producto” (Cuadrado Esclapez, 2007)



Ilustración 34: Logo de Genius Center

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

El nombre del centro de entretenimiento de juegos de mesa para conocimiento de los consumidores será: Genius Center, que en español significa centro de genios y el eslogan es “Juegos de mesa inteligentes” se escoge este nombre y eslogan por la razón que el público tenga idea del concepto del establecimiento que se motiva a las personas a una sana competitividad y desarrollo mental entretenida, y a tener la curiosidad o el intento de jugar para demostrar sus habilidades.

6.2 PRECIOS

Según encuestas realizadas en la investigación de mercado, el 72% de los encuestados tienen un promedio de consumo de \$13 y más por noche. Con este dato se toma en consideración que para entrar en el mercado, se lanza una estrategia de precios que sea menor o igual a este.

Se ayudará del estudio financiero para lograr el margen de utilidad, y que el servicio y productos estén al alcance del consumidor. Las formas de pago serán al contado y tarjeta de crédito.

6.3 PROMOCION

Genius Center se promocionará de la siguiente manera:

- ❖ **Redes Sociales:** A través de facebook y twitter logrando acceso a un amplio rango de personas. Además mantendrá información como fotos, menú, juegos de mesas inteligentes, promociones, servicios, etc.



Ilustración 35: Facebook de Genius Center

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

- ❖ **Correo Electrónico:** Se tendrá una base de datos con mails de universitarios y trabajadores para promover por ese medio el centro de juegos de mesa inteligentes.

- ❖ **Trípticos:** En el que se hace publicidad al centro de juegos de mesa que se ubicaran en universidades, hoteles para que los turistas que vienen de visita a la ciudad de Guayaquil conozcan de esta alternativa, en aeropuertos, terminal terrestre etc.

- ❖ **Concursos:** Promocionar concursos con los juegos de mesa inteligentes en la habilidad de mente o rapidez en el cual se puedan ganar premios, darle los beneficios de cliente privilegiado, para llamar la atención de los clientes y de esta manera fomentar el gusto y la fidelidad por este establecimiento.

6.4 PLAZA

Genius Center, es un establecimiento de juegos de mesa inteligentes acompañados de piqueos y bebidas refrescantes que se localizará en la Ciudadela Kennedy, lugar comercial importante de la ciudad, al alcance de todos los futuros clientes que gusten de juegos lúdicos y bocadillos en un solo lugar, con ambiente relajado y artístico, dándoles de esta forma una alternativa diferente en cuanto a entretenimiento se refiere.

6.5 PRODUCTOS

Genius Center brindará los siguientes servicios y productos:

- ❖ **Juegos de mesa inteligentes:** Variedad en cuanto a la carta de juegos, como con fichas, estratégicos, inteligencia y rapidez.

- ❖ **Piqueos y bebidas:** Realizados con productos de calidad y a precios accesible al público.
- ❖ **Ambiente:** De tranquilidad, música suave, artístico, motivando a la personas a jugar y permanecer en el establecimiento.
- ❖ **Rapidez:** En el servicio de piqueos, bebidas y asesoramiento en el desarrollo de los juegos de mesa inteligentes.

CAPITULO 7

7 UBICACIÓN

Para la ubicación del centro de juegos de mesa inteligentes “Genius Center” se escogió la ciudadela Kennedy en la Avenida Francisco de Orellana y Avenida Miguel H. Alcivar, un local de 800 metros cuadrados. Cerca del establecimiento se encuentra el Centro Empresarial Las Cámaras, Interagua, Hoteles Castell y Hilton Colon, cercano al Centro Comercial Mall del Sol, Skate Park. Zona porque se capta la atención de trabajadores de la ese perímetro, turistas alojados en los hoteles antes mencionados, jóvenes que practican el deporte como skate, y transeúntes.



Ilustración 36: Imagen del local

Captada por Angélica Chambe Moreno



Ilustración 37: Vista aérea de la zona

7.1 CAPACIDAD DEL ESPACIO A UTILIZAR

Genius Center cuenta con una zona con capacidad total de 60 personas. Se contará con una barra para los clientes que solo desean tomar un aperitivo distribuido con puestos disponibles para 5 personas. Estará en un lugar estratégico la caja registradora.

Exhibición en un estante de los productos, donde se entregarán los pedidos. Los auxiliares de servicio tendrán un mesón en el que entregaran sus pedidos y adicionalmente el bar tender realizará los diferentes bebidas. La distribución de diez mesas con cuatro sillas con espacio para circulación entre ella.

Para grupos de personas más grandes se destinará una zona en el que se agreguen las mesas y sillas que se requiera. Dos baños, para damas y caballeros dotados de inodoros, lavamanos, dosificadores de jabón, y espejo.

La cocina contará con un mesón para la elaboración de los alimentos, y fácil acceso a todos los enseres que se necesitan. Una bodega para almacenar todos los ingredientes y artículos que se requiera para la prestación de los servicios.

Las entradas y salidas tienen acceso a la calle vehicular de la misma manera la salida de emergencia. Las paredes decoradas con pinturas de artistas ecuatorianos

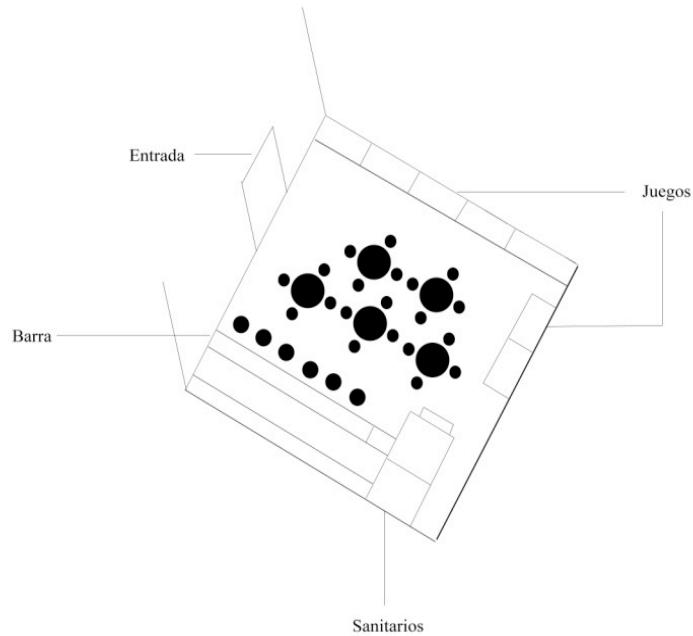


Ilustración 38: Plano del local

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

7.2 DIAS Y HORARIO DE FUNCIONAMIENTO

Genius Center es un centro de juegos de mesa inteligente orientados a adultos mayores y que propicie la unión familiar se ha establecido los días de funcionamiento miércoles a sábados de 17h00 a 01h00 y los domingos de 12h00 a 20h00.

Los empleados deben estar media hora antes para la preparación de alimentos y adecuar el local para recibir a los clientes. Así mismo coordinar que las actividades concluyan de acuerdo al horario límite establecido.

Días	Inicio	Salida
• Miércoles	• 17H00	• 01H00
• Jueves	• 17H00	• 01H00
• Viernes	• 17H00	• 01H00
• Sábado	• 17H00	• 01H00
• Domingo	• 12H00	• 20H00

Ilustración 39: Horarios

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

7.3 PROCESO PRODUCTIVO O DE ENTREGA DE SERVICIO

El personal de auxiliar de servicio al tomar el pedido debe seguir los siguientes pasos:

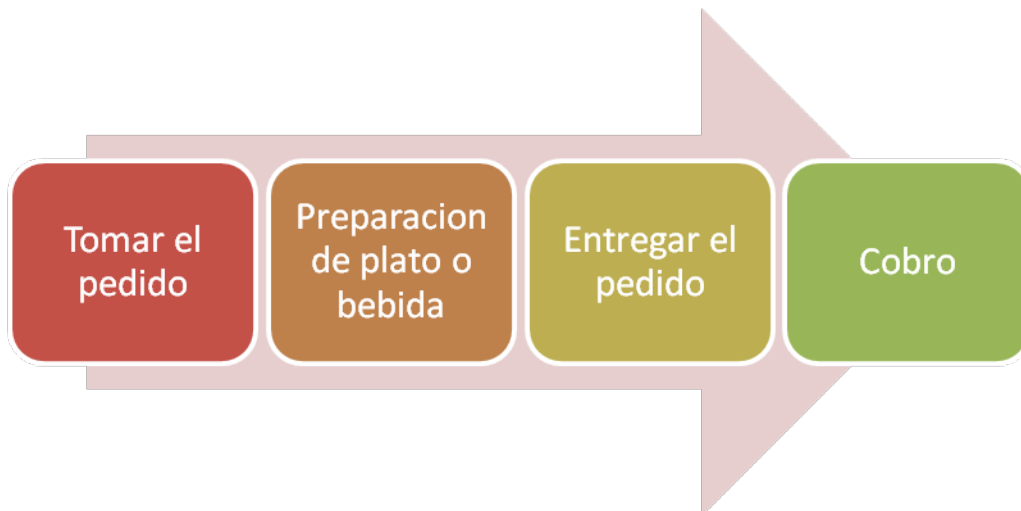


Ilustración 40: Proceso de entrega de servicio

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

1. Tomar el pedido: Se le saluda al cliente, se entrega el menú, se le sugiere si desea, se llena la comanda con el número de la mesa.
2. Se procesa el pedido solicitado a la cocina. El cocinero prepara el plato siguiendo los ingredientes del mismo.
3. Se lleva el pedido hacia la mesa del cliente y se atiende otros requerimientos que se presenten.
4. Cobro respectivo por los servicios.

En este caso los auxiliares de servicio dentro de sus funciones está sugerir, asesorar, entregar instrucciones de los juegos de mesa a los clientes.

7.4 POLITICA DE CALIDAD

- ❖ Mejoramiento continuo de los servicios: Brindar productos y servicios con calidad y oportunidad para satisfacción del cliente.
- ❖ Brindando seguridad: Proporcionar un ambiente seguro a los clientes.
- ❖ Capacitación permanente: Entrenar y capacitar al personal sobre el servicio al cliente.

- ❖ Logro eficaz: Agilidad en la entrega de platos y juegos de mesa.
- ❖ Responsabilidad Social: Contribuir que los clientes desarrollen sus habilidades y destrezas.

7.5 NORMAS DE HIGIENE

Un requisito obligatorio de permiso de funcionamiento anual es el Certificado de Operación sobre la utilización de las Buenas Prácticas de Manufactura otorgado por el Ministerio de Salud Pública. Una vez obtenido el Certificado de Operación, el establecimiento está sujeto a controles.

Para evitar problemas de intoxicación o enfermedades en los clientes por el consumo de los alimentos del establecimiento se tomaran las siguientes normas:

Limpieza: Mantener las manos limpias antes de preparar los alimentos y después de ir al baño. Mantener los alimentos en un ambiente limpio, lejos de insectos y a una temperatura adecuada para evitar daños en el mismo.

Desinfección: Desinfectar constantemente el lugar donde se realizan los alimentos con productos que no sean tóxicos y que no perjudique a la realización de los platillos y bebidas. Lavar frutas y verduras y desinfectar.

Cocción: Cocinar correctamente productos cárnicos como pollo, res, mariscos para evitar tener comida parcialmente cruda y presentar un plato de calidad. Hervir el agua para la preparación de las bebidas refrescantes como jugos y/o batidos. No usar por ningún motivo productos ya caducados que perjudiquen la salud de los clientes.

Higiene de los empleados: Uñas cortas y limpias, cabello corto y sin barba en los hombres y las mujeres cabello recogido, evitar olores desagradables.

Uniformes: Mantener el uniforme completo y limpio, utilizar guantes al preparar los alimentos.

Limpieza en el establecimiento: Mantener limpio todo el establecimiento, baños, mesas, etc. para evitar algún tipo de plagas en el local.

Siguiendo estos pasos se evitará algún contratiempo con el Ministerio de Salud Pública al momento de hacer algún tipo de chequeo de rutina en el establecimiento.

7.6 ALMACENAJE DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Para tener los ingredientes que se necesitan para elaborar los alimentos se ejecutaran los siguientes pasos:

- ❖ Clasificar los productos perecibles y no perecibles para ubicarlos en gavetas y estantes destinados para el efecto.
- ❖ Manipulación cuidadosa de vegetales, frutas, ingredientes necesarios para la elaboración de platos, y su ubicación a la temperatura adecuada.
- ❖ Congelación inmediata de los productos que requieran este tratamiento.
- ❖ Eliminar los residuos y partes no comestibles generados en la clasificación de productos.
- ❖ Transporte los diferente insumos que se usarán hasta el establecimiento, esto debe ser controlado por el cocinero ya que el verá que los productos estén en buena calidad y que se ubiquen en la bodega de alimentos.

Pasos previos al almacenamiento:



Ilustración 41: Proceso de almacenamiento de producto

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

7.7 ALMACENAJE Y MANIPULACION DE BASURA

- ❖ La basura se clasificará en biodegradables y no biodegradables estará alejada de donde se preparan los alimentos.
- ❖ Mantener cerrados los contenedores de basura para evitar los malos olores.
- ❖ Los desechos de comida serán ubicados en contenedores que contengan solo materiales biodegradables, mientras que materiales reciclables como plásticos, vidrios en contenedores con materiales no biodegradables.
- ❖ Retirar la basura del establecimiento de acuerdo a los cronogramas de recolección establecidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil
- ❖ Evitar plagas dentro del establecimiento.

7.8 PLAN DE CONTINGENCIA

Está vinculado con el riesgo y se diseña para disminuir o evitar los riesgos que se puedan dar en el establecimiento de acuerdo a las normas establecidas por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil y Cuerpos de Bomberos de Guayaquil.

- ❖ Extintores contra incendios
- ❖ Alarmas
- ❖ Salida de emergencia
- ❖ Instructivos para empleados en caso de algún desastre
- ❖ Tener cerca números de emergencia

Para el plan de evacuación se asignará periódicamente un responsable o líder para el mismo.

CAPITULO 8

8 IMPACTO AMBIENTAL

”Los estudios de impacto ambiental son una excelente herramienta para prevenir las posibles alteraciones que determinadas nuevas obras, instalaciones o servicios puedan producir en nuestro entorno” (Conesa Fernandez & Vitora, 2009)

El centro de entretenimiento de juegos inteligentes desarrolla actividades que no contaminan el ambiente sin embargo podemos analizar los aspectos de energía eléctrica, recolección de desechos, agua, ruido:

En el aspecto del tipo de energía a utilizarse se prevé mantener poca contaminación lumínica en el local con la utilización al máximo de focos ahorradores, no tener luces innecesarias prendidas y respetar los horarios en el que se pueda tener iluminación publicitaria en el establecimiento.

Los desechos del centro se manejarán en la separación de sus elementos ya sea en no biodegradables como son: papel, cartón, plásticos, vidrios, y en biodegradables: todo los residuos de comida, todo esto ubicado en fundas de colores que identifique los mismos para fácil manejo de los empleadores, luego colocarlos en el contenedor para posterior retiro de este, se realizará todos los días al terminar la jornada laboral.

En el área de limpieza no utilizar productos tóxicos para limpiar o manipular alimentos.

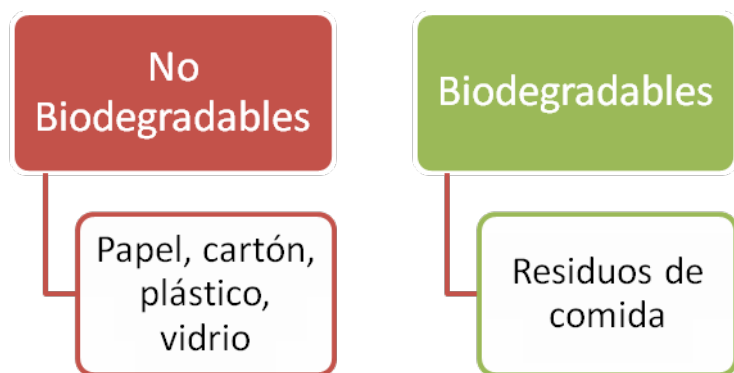


Ilustración 42: Clasificación de basura

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

En el aspecto del agua se revisará regularmente que el establecimiento no tenga fugas de agua, a través de los medidores de agua, revisión de los baños del establecimiento e implementar en los lavaderos para clientes grifos de agua automáticos, inodoros con pulsador de esta manera evitará el gasto de agua excesivo y se tendrá un mejor control.

8.1 IMPACTO SOCIAL CULTURAL Y ECONOMICO

No solo como beneficio económico del establecimiento sino el impacto social de este centro es fomentar a las personas una integración con su grupo de amigos recordando juegos lúdicos que ayudan al crecimiento intelectual y rapidez mental de las personas que ya se está perdiendo este tipo de diversión sano en nuestro país, de esta manera contribuimos a fomentar este tipo de juegos, realizando concursos para competencias sanas entre los asiduos concurrentes.

Así como también habrá un espacio para el arte el cual las personas podrán tener más conocimientos de éste a través de cuadros de artistas ecuatorianos en las paredes del establecimiento con su respectivo año y autores que fomentará un interés a los clientes por saber más de ellos. De esta manera se fomentará el conocimiento de la cultura ecuatoriana.

Dar una nueva fuente de empleo en un buen ambiente de trabajo y en el cual el trabajador más bien se sienta como un socio de la empresa. Una nueva oferta de entretenimiento para la ciudad de Guayaquil con objetivos de expandirse y de esta manera dar a conocer esta opción sana de entretenimiento.

En el menú se enfocará más a lo típico de nuestra ciudad como patacones o empanadas realizados con productos de calidad e inculcar a nuestros clientes valorar la gastronomía ecuatoriana.

Con este nuevo centro inteligente contribuimos a disminuir el porcentaje de desempleo e incrementamos la estadística con este emprendimiento y colaboramos a que se unan a nuestra actividad los diferentes actores de la cadena de comercialización.

Como conclusión llegamos que este tipo de centro de juegos inteligentes no solo es un beneficio económico sino que se está abarcando varios puntos ya sea directa o indirectamente con la sociedad contribuyendo de esta manera al desarrollo cultural y económico de nuestro país.

CAPITULO 9

9 ESTRUCTURA FINANCIERA

Para Genius Center la evaluación financiera es una herramienta útil y práctica que facilita la toma de decisiones para cualquier emprendimiento dentro de los distintos ámbitos económicos. Su fin es monitorear las distintas variables y la salud financiera de la empresa. El objetivo principal es determinar si la empresa es rentable dentro de un escenario determinado.

Las proyecciones se han realizado a 3 años plazo con pagos trimestrales y un trimestre de gracia debido a los actuales escenarios políticos y económicos que implica cierto riesgo e incertidumbre.

Se adjunta el plan de cuentas que se utilizara para el registro de las transacciones.

9.1 COSTOS DIRECTOS

1.2. COSTOS DIRECTOS				
MATERIA PRIMA/MERCADERIA/COSTO PROMEDIO X UNID.				
PRODUCTOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
PAN	100	1.200	\$1,90	\$2.280
EMBUTIDOS Y LACTEOS	100	1.200	\$5,00	\$6.000
FRUTAS	50	600	\$1,50	\$900
CARNES	20	240	\$2,50	\$600
VEGETALES	40	480	\$0,50	\$240
ADEREZOS	80	960	\$1,00	\$960
PRODUCTOS PARA REPOSTERIA	50	600	\$3,00	\$1.800
BEBIDAS	700	8.400	\$2,00	\$16.800
TOTALES	1.140	13.680		\$29.580

Ilustración 43: Costos Directos

Elaborado por: Angélica Chambe Moreno

INSUMOS DIRECTOS				
PRODUCTOS	UNIDADES	UNIDADES	COSTO	TOTAL
	MENSUALES	ANUALES	UNITARIO	ANUAL
ELECTRICIDAD	2.000	24.000	\$0,10	\$2.400
AGUA POTABLE	50	600	\$1,03	\$618
GAS	2	24	\$2,50	\$60
TELEFONO	600	7.200	\$0,04	\$288
		0		\$0
		0		\$0
		0		\$0
		0		\$0
TOTALES				\$3.366

Ilustración 44: Insumos Directos

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

MANO DE OBRA DIRECTA				
DESCRIPCION	CANTIDAD	INGRESO		TOTAL
		MENSUAL		ANUAL
COCINERO	1	\$523		\$6.275
AYUDANTE DE COCINA	1	\$389		\$4.668
BARMAN	1	\$389		\$4.671
AUXILIAR DE SERVICIO	4	\$389		\$18.673
	0	\$0		\$0
	0	\$0		\$0
	0	\$0		\$0
	0	\$0		\$0
TOTALES				\$34.287

Ilustración 45: Mano de Obra Directa

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

RESUMEN	TOTALES
Materia Prima	\$29.580
Insumos Directos	\$3.366
Mano de Obra Directa	\$34.287
	\$0
	\$0
	\$0
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$67.233

Ilustración 46: Resumen Total de Costos Directos

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.2 COSTOS INDIRECTOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	INGRESO MENSUAL	TOTAL ANUAL
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	\$389	\$4.673
CAJERO	1	\$389	\$4.673
LIMPIEZA	1	\$388	\$4.656
GUARDIA	1	\$388	\$4.656
GERENTE	1	\$722	\$8.664
	0	\$0	\$0
	0	\$0	\$0
	0	\$0	\$0
TOTALES			\$27.322

Ilustración 47: Costos indirectos

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

GASTOS GENERALES				
DESCRIPCION	VALOR			TOTAL
	MENSUAL			ANUAL
RENTA DE LOCAL	\$1.000			\$12.000
GASTOS DE OFICINA	\$200			\$2.400
SEGURO	\$100			\$1.200
IMPUESTOS	\$150			\$1.800
PUBLICIDAD	\$200			\$2.400
DECORACION	\$250			\$3.000
PRODUCTO DE LIMPIEZA	\$25			\$300
	\$0			\$0
TOTALES	\$1.925			\$23.100

Ilustración 48: Gastos generales

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

RESUMEN	TOTALES
Gastos Administrativos	\$27.322
Gastos Generales	\$23.100
	\$0
	\$0
	\$0
	\$0
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$50.422

Ilustración 49: Total costos indirectos

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.3 MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

Los sueldos se han dado de acuerdo a las tablas sectoriales del Ministerio de Relaciones Laborales, sus pagos de décimo tercero, décimo cuarto, cálculo de pago de vacaciones, aporte patronal del 12,15%, fondos de reserva.

CALCULO DE REMUNERACIONES			Sueldo y Beneficios anuales				
CARGO	CANT. DE PERSONAS	SUELDO BÁSICO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)
PERSONAL DE PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)							
Cocinero	1	\$ 293,17	\$ 3.518,04	\$ 293,17	\$ 292,00	\$ 146,59	\$ 427,44
Mesero	4	\$ 292,58	\$ 3.510,96	\$ 292,58	\$ 292,00	\$ 146,29	\$ 426,58
Limpieza	1	\$ 292,14	\$ 3.505,68	\$ 292,14	\$ 292,00	\$ 146,07	\$ 425,94
Barrman	1	\$ 292,73	\$ 3.512,76	\$ 292,73	\$ 292,00	\$ 146,37	\$ 426,80
Asistente de cocina	1	\$ 292,00	\$ 3.504,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 425,74
PERSONAL ADMINISTRATIVO							
Limpieza	1	\$ 292,14	\$ 3.505,68	\$ 292,14	\$ 292,00	\$ 146,07	\$ 425,94
Asistente Administrativa	1	\$ 292,87	\$ 3.514,44	\$ 292,87	\$ 292,00	\$ 146,44	\$ 427,00
PERSONAL ÁREA DE VENTAS							
Cajero	1	\$ 292,87	\$ 3.514,44	\$ 292,87	\$ 292,00	\$ 146,44	\$ 427,00
COSTO TOTAL ANUAL							

Ilustración 50: Cálculo de Remuneraciones

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.4 DEPRECIACIONES

Es el desgaste que tiene cada activo fijo y puede efectuarla tres, cinco, diez y veinte años.

1.5. DEPRECIACION ANUAL

<i>Edificios</i>	<i>5%</i>
<i>Maquinarias y Equipos</i>	<i>10%</i>
<i>Muebles y Enseres</i>	<i>10%</i>
<i>Herramientas</i>	<i>10%</i>
<i>Vehículos</i>	<i>20%</i>
<i>Computadoras</i>	<i>33%</i>

ACTIVOS	COSTO	% DEPREC.	TOTAL ANUAL
CAJA / BANCOS	\$11.500	0,0%	\$0
IMPLEMENTOS Y SUMINISTROS	\$3.167	10,0%	\$317
EQUIPO DE COMPUTACION	\$600	33,0%	\$198
MUEBLES Y ENSERES	\$8.119	10,0%	\$812
MOBILIARIO	\$2.500	10,0%	\$250
0	\$0	0,0%	\$0
0	\$0	0,0%	\$0
0	\$0	0,0%	\$0
0	\$0	0,0%	\$0
0	\$0	0,0%	\$0
0	\$0	0,0%	\$0
0	\$0	0,0%	\$0
TOTALES	\$25.886		\$1.577

Ilustración 51: Depreciaciones

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.5 FINANCIAMIENTO

La inversión proyectada es de \$34.664 que se encuentran divididos el 63% (\$21.939) financiamiento con el Banco Nacional de Fomento y 37% aporte propio (\$12775)

1.6. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
Inversión Total	\$34.664	
Activos Fijos	\$25.886	
Capital de Trabajo	\$8.778	
Inversión Total	\$34.664	100%
Financiamiento	\$21.939	63%
Aporte Propio	\$12.725	37%

Ilustración 52: Financiamiento del proyecto

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.6 TABLA DE AMORTIZACION

Se realiza a tres años con pagos trimestrales al 12% con un periodo de gracia

Capital				\$21.939
Tasa de interés anual				12,0%
Plazo en años				3
Forma de Pago				Trimestral
Total Periodos				12
Periodos de Gracia				1
Periodos Normales				11
Valor Dividendo				\$2.371
No. de Dividendo	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				\$21.939
1	\$658	\$0	\$658	\$21.939
2	\$658	\$1.713	\$2.371	\$20.226
3	\$607	\$1.764	\$2.371	\$18.462
4	\$554	\$1.817	\$2.371	\$16.644
5	\$499	\$1.872	\$2.371	\$14.773
6	\$443	\$1.928	\$2.371	\$12.845
7	\$385	\$1.986	\$2.371	\$10.859
8	\$326	\$2.045	\$2.371	\$8.814
9	\$264	\$2.107	\$2.371	\$6.707
10	\$201	\$2.170	\$2.371	\$4.537
11	\$136	\$2.235	\$2.371	\$2.302
12	\$69	\$2.302	\$2.371	0
Totales	\$4.801	\$21.939	\$26.740	

Ilustración 53: Tabla amortización

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.7 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

El estado de resultado proyectado nos indica la situación económica de la empresa Genius Center con una utilidad que permite realizar el reparto de utilidades del 15% a los trabajadores y el cumplimiento del pago al impuesto a la renta.

2.1. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

				% Incremento Anual	5,0%
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Total	
Ventas	\$178.080	\$186.984	\$196.333	\$561.397	
(Costos Directos)	\$67.233	\$70.595	\$74.125	\$211.953	
Utilidad Bruta	\$110.847	\$116.389	\$122.209	\$349.444	
(Costos Indirectos)	\$50.422	\$50.422	\$50.422	\$151.265	
Utilidad Operativa	\$60.425	\$65.967	\$71.787	\$198.180	
(Depreciación)	\$1.577	\$1.577	\$1.577	\$4.730	
(Gastos Financieros)	\$2.477	\$1.654	\$671	\$4.801	
Utilidad antes de Impuestos	\$56.372	\$62.737	\$69.540	\$188.648	
(Impuestos 36.25%)	\$20.435	\$22.742	\$25.208	\$68.385	
UTILIDAD NETA	\$35.937	\$39.995	\$44.331	\$120.263	

0,0

Ilustración 54: Estado de resultados proyectados

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.8 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

En el flujo de caja o flujo efectivo se calcula la proyección de efectivo año a año, este es realizado día a día y estas operaciones son iguales a la diferencia entre el ingreso por venta y los gastos, eso requiere un control permanente para el desarrollo de las actividades.

2.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Ventas	\$178.080	\$186.984	\$196.333	\$561.397
(Costos Directos)	\$67.233	\$70.595	\$74.125	\$211.953
(Costos Indirectos)	\$50.422	\$50.422	\$50.422	\$151.265
Flujo Operativo	\$60.425	\$65.967	\$71.787	\$198.180
Ingresos no operativos	\$34.664			\$34.664
Crédito	\$21.939			\$21.939
Aporte Propio	\$12.725			\$12.725
Egresos no operativos	\$62.870	\$32.227	\$34.693	\$129.790
Inversiones	\$34.664			\$34.664
<i>Activos Fijos</i>	\$25.886			\$25.886
<i>Capital de Trabajo</i>	\$8.778			\$8.778
Pago de dividendos	\$7.772	\$9.484	\$9.484	\$26.740
Impuestos	\$20.435	\$22.742	\$25.208	\$68.385
Flujo No Operativo	-\$28.206	-\$32.227	-\$34.693	-\$95.125
FLUJO NETO	\$32.219	\$33.741	\$37.094	\$103.054
Flujo Acumulado	\$32.219	\$65.960	\$103.054	

Ilustración 55: Flujo de caja proyectado

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.9 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Es el estado financiero que agrupa la información del flujo de efectivo y del estado de resultado. Genius Center muestra su situación financiera indicando todas las inversiones realizadas, en los activos, los créditos obtenidos y los medios que utilizara para su funcionamiento.

3.3. BALANCE GENERAL PROYECTADO

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Activos Corrientes	\$40.997	\$74.738	\$111.832
Caja - Bancos	\$32.219	\$65.960	\$103.054
Inventarios	\$8.778	\$8.778	\$8.778
Activos Fijos Netos	\$24.309	\$22.733	\$21.156
Activos Fijos	\$25.886	\$25.886	\$25.886
(Depreciación acumulada)	-\$1.577	-\$3.153	-\$4.730
Total Activos	\$65.307	\$97.471	\$132.989
Pasivos	\$16.644	\$8.814	\$0
Patrimonio	\$48.662	\$88.657	\$132.989
Aporte Futura Capitalización	\$12.725	\$12.725	\$12.725
Utilidad del Ejercicio	\$35.937	\$39.995	\$44.331
Utilidades Retenidas	\$0	\$35.937	\$75.932
Pasivo + Patrimonio	\$65.307	\$97.471	\$132.989
	0,0	0,0	0,0

Ilustración 56: Balance General proyectado

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.10 INDICES FINANCIEROS

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Para Genius Center es importante realizar el cálculo de VAN (Valor Actual Neto) porque mediante esta información evaluamos si el proyecto puede ser aceptable ya que la inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$47.404
--------------------------------	-------------------	-----------------

Ilustración 57: VAN

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR es otro método para evaluar a la empresa. Se suman los flujos de efectivos de proyecto y se le descuenta la inversión inicial, si es positivo el resultado se acepta el proyecto si es negativo se rechaza.

Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	80%
--------------------------------------	-----------------------------	------------

Ilustración 58: TIR

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

9.11 RATIOS FINANCIEROS

Los ratios financieros se detallan a continuación:

3.2. RATIOS-RIESGO-RAZONES FINANCIERAS			
Punto de Equilibrio		<i>En US</i>	\$81.004
		<i>En %</i>	43%
		<i>En unid.</i>	520
Valor Agregado sobre Ventas	(Menor a 50%)		34%
Indice de Empleo	(Mayor al 50%)		271%
Riesgo de Iliquidez	(Menor a 50%)		23%
Margen Neto de Utilidad	(Mayor a la T. Dcto)		21%
Rotación de Activos	(Mayor a 1)		4,2
Dupont	Aprox. al 100%		90%

Ilustración 59: Ratios Financieros

Elaborado por Angélica Chambe Moreno

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo principal de este trabajo de titulación era demostrar la viabilidad de la implementación de un centro con juegos de mesa inteligentes en la ciudad de Guayaquil concluyendo que es viable y realizable este proyecto considerando lo siguiente:

1. Previo los análisis técnicos favorecen la creación de la empresa Genius Center creada bajo la razón social “ChambeFactory S.A”, apegada a las leyes vigentes que rigen al sector de bares y restaurantes, cuya misión es ofrecer a los clientes una opción de entretenimiento con juegos de mesa lúdicos dentro de un ambiente agradable con servicio de refrescos y piqueos que será atendido por gente capacitada como socio estratégico de la empresa. Modelo de emprendimiento para los futuros profesionales del Ecuador para generar una empresa con aportes sociales y económicos para el país, que aumenta el crecimiento personal y se disminuya la tasa de desempleo.
2. Mediante las encuestas se determina los parámetros que justifican el enfoque de la empresa. Dichas encuestas determinó el mercado, personas entre 18 a 34 años, que corresponde al 72% de las personas jóvenes productivas encuestadas, 65% en suma 72% priorizan la calidad y asistencia de servicio para fundamentar su elección para un tipo de entretenimiento. El 87% de los encuestados favorece a la creación de juegos de mesa inteligentes. Todo esto nos demuestra que existe un interés por la inexistencia de este tipo de establecimientos en la ciudad, el 27% de los encuestados van a bailar, el 26% va a comer y un 22% prefieren la conversación. Por tanto justifica por todos los elementos anotados la creación de Genius Center.
3. Guayaquil como cualquier ciudad cosmopolita del continente aloja personas de diversos intereses los mismos que deben ser orientados de manera positiva,

Genius Center se presenta a la comunidad con el plus innovador de los juegos de mesa inteligentes con una ventaja competitiva que es el de ofrecer en un solo ambiente diversión, comida y relax. Los potenciales clientes tendrán juegos estratégicos, de fichas y temáticos, los concursos, promociones y premios será el factor motivacional como estrategia de marketing, los piqueos y bebidas que se ofrecen estarán con precios asequibles dentro de un marco artístico con tranquilidad y confort.

4. Genius Center para iniciar sus operaciones requiere de aportaciones de los socios y a través de un préstamo bancario. Acorde con las proyecciones financieras se espera que al finalizar el primer año de operación se obtenga utilidades para cubrir obligaciones con los trabajadores y con los impuestos que requiere el estado contado un con una TIR y VAN positivos con lo que al año un mes de operación se habrá recuperado la inversión inicial. En cuanto a las razones financieras la empresa tiene liquidez para cubrir sus operaciones en el corto plazo. Los resultados antes anotados están respaldados por la eficiencia de operación de una empresa dentro de un ambiente de riesgo e incertidumbre. Escenario que hace que los empresarios sean cautos en sus proyecciones y expectativas de negocios, por tal razón este proyecto está orientado a 3 años en el que se tendrá que evaluar los escenarios políticos y económicos para reestructurar su plan estratégico.

Se recomienda que este modelo de plan de negocios orienten a los futuros profesionales del Ecuador a que no solo tomen en consideración réditos económicos sino que impulsen empresas que contribuyan con el crecimiento personal, que sean un motor generador de empleo y que contribuya a solucionar problemas sociales al incluir al núcleo familiar dentro una diversión sana y con aportes lúdicos, orientando de mejor manera el ocio de nuestra sociedad.

BIBLIOGRAFIA

Báez, J y Pérez. (2009). Investigación Cualitativa. Madrid: Editorial Esic.

Bonta P y Ferber M, (2002). 199 preguntas sobre marketing y publicidad. Bogotá: Editorial Norma.

Centro de investigación de la comunicación y la información de la Universidad del Zulia. (2011) Revista Quorum Académico volumen 8.

Conner, B. (2009). Juegos sin baterías ni cables. U.S.A: Editorial Noraria.

Cuadrado Esclapez, C. (2007). Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios. Madrid: F.C Editorial.

García Torrijos, E. (2002). Juegos de mesa: los más populares historias y reglas. México DF: Editorial Lectorum.

<http://blogs.hoy.es/juegos-de-mesa/2009/10/21/ventajas-y-aportes-importancia-los-juegos-mesa/> [1]

http://www.chess-poster.com/spanish/chesmayne_e/juegos_de_mesa.htm [2]

http://www.lexis.com.ec/webtools/biblioteca_silec/documentos/noticias/2011-09-19-Decreto%20Ejecutivo%20Nro.%20873.pdf [3]

<http://www.correolegal.com.ec/docs/noticias/sro618.pdf> [4]

[http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/sistema_inocuidad_alimentos/bol
etin_buenas_prcticas_de_manufactura.pdf](http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/sistema_inocuidad_alimentos/bol
etin_buenas_prcticas_de_manufactura.pdf)

[http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/sistema_inocuidad_alimentos/ins
tructivo_para_las_inspecciones_BPM.pdf](http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/sistema_inocuidad_alimentos/ins
tructivo_para_las_inspecciones_BPM.pdf)

[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&fu
nc=startdown&id=1066&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&fu
nc=startdown&id=1066&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800) [5]

[http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=550
%3Aen-los-ultimos-diez-anos-el-numero-de-divorcios-se-incremento-en-un-953-en-
ecuador&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=550
%3Aen-los-ultimos-diez-anos-el-numero-de-divorcios-se-incremento-en-un-953-en-
ecuador&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es) [6]

Lema H. (2003). Metodología de la Investigación: Propuesta, Anteproyecto, Proyecto. Bogotá: ECOE Ediciones.

Malhostra N, Davil J, Treviño M. (2004). Investigación de mercados. Madrid: Person Educación.

Mintzberg H, Quinn J, Voyer J. (1997). El proceso estratégico. Madrid: Person Educación.

Schiffman L y Kanuk, L. (2008). Comportamiento del consumidor. Hardcover: Editorial Pearson.

Sulser, R Y Pedroza, J (2004). Exportación Efectiva. México: Ediciones Fiscales.

Tamayo, M. (2005). El proceso de la investigación científica: Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación. México DF: Editorial Limusa.

Trespalacios, J.A, y Gutiérrez Bello, L (2005). Investigación De mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones de marketing. Madrid: Editorial Parafino.

Vértice (2007). Estructuras Organizativas Málaga: Editorial Vértice.

Zambrano, A. (2007). Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública. Caracas: Editorial texto C.A

ANEXOS

Anexo A



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

La presente encuesta/ entrevista tiene como finalidad conocer/implementar (VIABILIDAD DE LA IMPLEMENTACION DE BAR CON JUEGOS DE MESA), la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingenieros en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas.

La información recogida será de mucha utilidad en este trabajo y se guardará absoluta confidencialidad sobre la misma, por lo que solicito responder con total sinceridad.

Le agradezco por su tiempo y colaboración para el desarrollo de las siguiente preguntas.

1. Datos Personales

Cargo:

Edad:

Sexo:

Marque con una (x) su respuesta

1. _En que grupo de estas edades se encuentra usted

Edades

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65 o más

2._ Datos socio-económico

\$100 - \$300

\$300 - \$500

\$500 - \$700

3._ En cuál de estas ciudadelas usted vive:

Kennedy

Urdesa

Miraflores

Alboradas

Centro de la ciudad

Sur de la ciudad

Otro.....

4._ En que parte de la ciudad usualmente están los establecimientos que usted frecuenta:

Kennedy

Urdesa

Miraflores

Alboradas

Centro de la ciudad

Sur de la ciudad

Otro.....

5._ A la hora de escoger el tipo de entretenimiento nocturno (en pareja, o grupo de amigos) ¿cual es el factor más importante en su decisión?

Precio

Calidad y asistencia en el servicio

Comida

Horario

Cercanía al trabajo

Cercanía a su domicilio

Ambiente

Otros.....

6._ ¿Cuál es el consumo promedio por persona en el establecimiento que usted frecuenta?

De \$5 a menos

De \$6 a \$12

De \$13 y más

7._ ¿Qué tiempo estaría dispuesto a esperar un servicio?

De 10 a 15 minutos

De 16 a 30 minutos

8._ ¿Con que desearía acompañar sus bebidas? Marque las que se acomode a su gusto

Búfalo Wings

Nachos

Patacones

Aros de cebolla

Papas fritas

Otros.....

9._ Le gustaría que un bar incluya juegos de mesa como damas, parchís, monopolio etc.

Si

No

¿Por qué?

¿Qué juegos de mesa por lo general usted utiliza?

Monopolio

Jenga

Pictionary

Uno

Ajedrez

Scrabble

Damas chinas

Otros.....

No realiza juegos de mesa

10._ ¿Que desafío presenta a su criterio los juegos de mesa?

Memoria

Desafío intelectual

Respeto/reglas

Todas las anteriores

11._ Cuando sale a divertirse prefiere:

Bailar

Conversar

Comer

Mirar una película

Compartir un juego de mesa/naipes

Otros.....

Su opinión es muy importante para nosotros, gracias por ayudarnos al responder la encuesta.

ANEXO B



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Institución:.....

Nombre:.....

Cargo:.....

ENTREVISTA

1. _ ¿Cree usted que este proyecto de titulación está infringiendo de alguna manera el reglamento de juegos de azar?

2. _ ¿Qué opina usted sobre este tipo de centros?

3. _ Considera usted ¿que en la carta deben haber bebidas alcohólicas?

4. _ ¿Cree que este es un aporte para la sociedad?

ANEXO C

REGLAMENTO DE JUEGOS DE AZAR PRACTICADOS EN CASINOS Y SALAS DE JUEGO

Rafael Correa Delgado

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Considerando:

Que el Presidente Constitucional de la República, en ejercicio de la potestad conferida por el artículo 104 de la Constitución de la República del Ecuador, en estricto apego a las normas constitucionales y legales del país, mediante oficio No. 5715-SNJ-11-55 de 17 de enero del 2011, presentó ante la Corte Constitucional, el pedido de dictamen para proceder a la convocatoria a Consulta Popular, con el fin de enmendar la Constitución de la República y preguntar al pueblo ecuatoriano temas de vital interés para la nación; que luego de admitido a trámite el pedido indicado, la Corte Constitucional determinó dos procesos diferenciados, uno para asuntos constitucionales, y otro para temas generales; que agotado el trámite de control constitucional previo, la Corte Constitucional emitió su decisión, declarando la constitucionalidad formal condicionada de la Consulta Popular, conforme consta de los dictámenes Nos. 001-11-DRC-CC y 001-DCP-CC-2011 de 15 de febrero del 2011; que cumpliendo con los dictámenes mencionados en el párrafo inmediato anterior, mediante decreto Ejecutivo No. 669, publicado en el Registro Oficial No. 399 del 9 de marzo del 2011, se dispuso convocar a Consulta Popular al pueblo ecuatoriano; que el pueblo ecuatoriano, en su calidad de mandante y titular de la soberanía, ha decidido, mediante Consulta Popular llevada a cabo el 7 de mayo del 2011, de forma mayoritaria, prohibir el establecimiento de negocios dedicados a los juegos de azar tales como casinos y salas de juegos; que en virtud de la voluntad del pueblo ecuatoriano enunciada con anterioridad, resulta necesario reglamentar un régimen de transitoriedad con la finalidad de que los negocios dedicados a los juegos

de azar, practicados en casinos y salas de juegos, den por terminadas sus actividades cumpliendo con todas

sus obligaciones, sean estas civiles, tributarias, laborales, entre otras;

Que mediante oficio No. MT-2011-1626 del 6 de junio del 2011, el Ministerio de Turismo hace la siguiente consulta al Procurador General del Estado: "¿Es procedente o no que el Ministerio de Turismo continúe con el otorgamiento del registro de Turismo o permisos a los Casinos y salas de juego (bingomecánicos), a propósito de los procedimientos administrativos que se encuentran en trámite, observando el mandato de la consulta popular de 7 de mayo de 2011, constante en la pregunta 7?";

Que el Procurador General del Estado mediante oficio No. 02932 del 22 de julio del 2011, absuelve la consulta indicada en el párrafo inmediato anterior, determinado, entre otras cosas, que "(...) no es procedente que el Ministerio de Turismo otorgue registro de turismo a nuevos casinos y salas de juego, aún

cuando los procedimiento para ello se hubieren iniciado con anterioridad a la publicación de los resultados oficiales de la consulta popular, pues aquello constituiría incumplimiento por parte de esa Cartera de Estado, de su obligación de acatar los resultados oficiales sobre la pregunta 7 de la consulta popular de mayo 7 de 2011, relacionada con la prohibición de los juegos de azar con fines de lucro."; Que, así mismo el Procurador General del Estado mediante Oficio No. 2936 de la misma fecha, absuelve la consulta del Ministerio de Turismo contenida en el oficio No. MT-2011-1981 de 6 de julio del 2011, determinando, entre otras cosas, que "(...) no es procedente que el Ministerio de Turismo continúe con el otorgamiento de nuevos registros de personas naturales o jurídicas para la fabricación y ensamblaje, comercialización e importación de equipos, máquinas tragamonedas, repuestos y sus accesorios

destinados a los casinos y salas de juego (bingo -mecánicos), aún cuando los procedimientos administrativos para obtener tal registro se hubieren iniciado con anterioridad a la publicación de los resultados oficiales sobre la pregunta 7 de la consulta popular de mayo 7 de 2011, relacionada con la prohibición de los juegos de azar con fines de lucro.";

Que el inciso final del artículo 106 de la Constitución dispone que, el pronunciamiento popular respecto a un asunto propuesto a referéndum, consulta popular o revocatoria del mandato “será de obligatorio e inmediato cumplimiento”; y, En ejercicio de sus facultades conferidas por el número 13 del artículo 147 de la Constitución de la República del Ecuador y la letra f) del artículo 11 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva,

Decreta:

EL REGLAMENTO DEL RÉGIMEN DE TRANSICIÓN DE LOS JUEGOS DE AZAR

PRACTICADOS EN CASINOS Y SALAS DE JUEGO

Art. 1.- A partir de la vigencia del presente Decreto Ejecutivo, todos aquellos establecimientos dedicados al juego de azar, tales como casinos, casas de apuesta, salas de juegos, entre otros, cesarán sus actividades; salvo aquellos que se encuentren en hoteles de lujo y primera categoría y además cuenten con registro vigente del Ministerio de Turismo.

También cerrarán inmediatamente sus puertas y terminarán sus actividades, los casinos o las salas de juego que funcionaban sobre la base de recursos de amparo, protección y otros recursos

constitucionales y legales, los cuales quedaron ipso iure sin efecto a partir del mandato popular.

Art. 2.- Para el caso de casinos ubicados dentro de los hoteles de lujo y primera categoría, o en locales que tengan acceso directo o desde los hoteles formando una sola unidad turística, así como para el caso de las salas de juego (bingo -mecánicos) que se dediquen exclusivamente al juego mutuo de bingo, que cuenten con registros vigentes y autorizados por el Ministerio de Turismo. para su funcionamiento, tendrán el plazo máximo improrrogable de hasta seis meses, contados a partir de la publicación del presente decreto ejecutivo en el Registro Oficial, para el cese de sus actividades de negocio o comerciales

y consiguiente cierre de sus establecimientos.

Art. 3.- El plazo indicado en el artículo anterior, tiene como única y exclusiva finalidad que las personas naturales o jurídicas propietarias o administradoras de los casinos y salas de juego (bingo - mecánicos), acatando las normas vigentes, realicen los trámites pertinentes para el respectivo cierre de sus instalaciones y además cumplan con sus obligaciones contraídas o que se generen por motivos del mencionado cierre.

En el caso de los pagos de indemnizaciones por despido intempestivo que se realicen a los trabajadores que laboren en los casinos y salas de juego (bingo - mecánicos) producto de los cierres, las personas naturales o los representantes legales de las personas jurídicas propietarias o administradoras de estos, no tendrán derecho para pedir repetición al Estado, ni indemnización alguna.

Art. 4.- Dentro del plazo determinado, las personas naturales o jurídicas propietarias o administradoras de los casinos y salas de juego (bingo - mecánicos), a los que se refiere el artículo 2 del presente decreto ejecutivo, deberán cumplir con todas las obligaciones que hubiesen contraído, sean estas: laborales, tributarias, civiles, entre otras.

Art. 5.- La SENA E prestará las facilidades del caso, para que las personas naturales o jurídicas

dueñas de los establecimientos que se encuentren a la fecha debidamente registradas en el Ministerio de Turismo, reexporten las mesas de ruleta, punto y banca, póker, blackjack, bacará, mini bacará, bacará plus, craps (dados), Texas Holdem, máquinas de juego mecánicas, electromagnéticas o electrónicas, única y exclusivamente si hubieren cumplido con las obligaciones establecidas en el artículo anterior.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA: El Ministerio de Turismo y el Ministerio del Interior, así como las demás instituciones competentes, coordinarán las acciones del caso con el objeto de velar por el cumplimiento del contenido del presente decreto ejecutivo, y continuarán realizando las respectivas labores de control.

SEGUNDA: El Ministerio de Relaciones Laborales ofrecerá, a los actuales trabajadores de aquellos establecimientos dedicados al juego de azar, que por el presente decreto ejecutivo den por terminadas sus actividades de negocio o comerciales, cursos de capacitación; adicionalmente, a través del registro de dichos trabajadores en la Red Socio Empleo, se permitirá el vínculo entre la oferta y demanda laboral para facilitar su inserción laboral.

TERCERA: Queda prohibida la importación de toda clase de bienes relacionados con las actividades de casinos y salas de juego (bingos - mecánicos).

DISPOSICIÓN TRANSITORIA ÚNICA

El Ministerio de Turismo, dentro del plazo de 15 días contados a partir de la vigencia del presente

decreto ejecutivo, emitirá las normas correspondientes para el funcionamiento de los establecimientos determinados en el artículo 2, las cuales deberán referirse exclusivamente al control y a la terminación de la actividad en el Ecuador.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS

PRIMERA: Deróguense expresamente las siguientes normas legales:

1. El Reglamento de Casinos y Salas de Juego (bingo-mecánicos), contenido en el Decreto

Ejecutivo No. 815, publicado en el Registro Oficial No. 248 del 9 de enero del 2008.

2. Las Normas Técnicas de Casinos y Salas de Juego (bingo-mecánicos), contenidas en el Acuerdo

Ministerial No. 20080033, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 392 de 30 de julio del 2008.

3. La Resolución No. 590 de 29 de octubre del 2010 emitida por el Consejo de Comercio Exterior e

Inversiones, COMEXI.

SEGUNDA: Deróguense todas aquellas normas de igual o menor jerarquía que contravengan con

las disposiciones dictaminadas en el presente reglamento.

DISPOSICIÓN FINAL

El presente decreto ejecutivo entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en el Palacio Nacional, a 9 de septiembre del 2011.

f.) Rafael Correa Delgado, Presidente Constitucional de la República.

f.) Freddy Ehlers Zurita, Ministro de Turismo.

Documento con firmas electrónicas. [3]