

Proyecto de Inversión para la Implementación de Juegos Recreativos Inflables en la Ciudad de Guayaquil

Juan Carlos Gutiérrez Zamora ⁽¹⁾, María Auxiliadora Villón Panchana ⁽²⁾, Gustavo Solórzano Andrade ⁽³⁾
Ingeniero Comercial y Empresarial ^{(1), (2)}
Economista ⁽³⁾, Director de tesis
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus “Gustavo Galindo V.”, Kilómetro 30.5, vía Perimetral
Apartado 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador
juanguti@espol.edu.ec ⁽¹⁾, mavillon@espol.edu.ec ⁽²⁾, gsolorza@espol.edu.ec ⁽³⁾

Resumen

El objetivo principal del presente proyecto es determinar si la creación de un centro recreacional infantil en el norte de Guayaquil, que cuente con juegos inflable es factible.

Para lograr el objetivo planteado se ha realizado un estudio de mercado, en el que se investigó a la competencia, a los posibles consumidores, se estimó la demanda y se realizó un grupo focal y encuestas personales para saber los gustos y preferencias de niños y niñas y lograr determinar el grado de aceptación de sus padres.

También se elaboró un análisis técnico para determinar el personal que se requiere, el tamaño de las instalaciones y la capacidad máxima de la misma.

Se definió además la misión y visión de la empresa, así como el organigrama y la descripción de cada uno de los cargos.

Finalmente se efectuó un estudio Financiero donde se estimaron los costos en los que se debe incurrir, la inversión del proyecto, los ingresos, el flujo de caja, la tasa interna de retorno, entre otros.

Palabras Claves: *Juegos inflables, estudio de mercado, tasa interna de retorno.*

Abstract

The main objective of this project is to determine whether the creation of a recreational center in the north of Guayaquil, with inflatable games is feasible.

To achieve this objective, it was necessary to do a market study, in which competitors and potential consumers were investigated, the demand was estimated, a focus group and personal surveys were carried out to know kids' preferences and determine the degree of acceptance from their parents.

A technical analysis was also prepared to determine the required personal, size and capacity of the facility.

The mission and vision of the firm, the organizational structure and the description of each of the charges were defined too.

Finally, a financial study was made. In this study, the costs that would be incurred, the project investment, revenue, cash flow, internal rate of return, among others.

Key Words: *Inflatable games, market study, internal rate of return.*

1. Introducción

Mediante este estudio se determina la factibilidad de invertir en la implementación de juegos recreativos inflables en la ciudad de Guayaquil.

En este proyecto se pretende fomentar la actividad física, debido a que, según datos del Ministerio del Deporte, la tasa de sedentarismo en el país es elevada.

Actualmente existen varios centros recreativos infantiles en los que se puede encontrar juegos inflables, el problema es que la variedad es muy reducida y los padres deben alquilar todo el local para que sus hijos o hijas puedan disfrutar de estos juegos.

Uno de los objetivos que se ha planteado es ofrecer diversión para niños y niñas cuando lo deseen, sin necesidad de esperar que sea su cumpleaños para alquilar un local; que sólo

cancela una entrada para poder disfrutar de la gran variedad que se ofrece en este establecimiento.

Cabe recalcar que el proyecto propone un servicio, el cual es el alquiler actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo.^[1]

2. Metodología

Para realizar el proyecto se investigó el mercado local; lo que permitió conocer a profundidad a los proveedores, competidores y las características de los consumidores potenciales.

También se realizó un análisis de factibilidad económica y financiera mediante herramientas como: Flujo de Caja, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Payback y Análisis de Sensibilidad.

3. Estudio de Mercado

En el capítulo de Estudio de Mercado se analizó la oferta actual que existe con respecto a servicios parecidos al que se propone en este proyecto.

Existen negocios dedicados a la organización de fiestas infantiles sin mucha variedad a ofrecer, la mayoría de estos establecimientos, se encuentran ubicados en las ciudades de Garzota y Kennedy.

3.1 Análisis de la demanda

En este estudio, los consumidores potenciales son los niños y niñas entre 5 y 14 años de edad, que vivan en el norte de la ciudad, debido al poder adquisitivo que caracteriza a los habitantes de este sector.

El mercado potencial es bastante amplio porque en el norte de Guayaquil se encuentra la parroquia urbana Tarqui, la cual alberga a una gran cantidad de habitantes. Se estima que existen 219.658 niños y niñas que tienen entre 5 y 14 años de edad, por lo que la oferta actual no es suficiente para cubrir la demanda.

Se decidió establecer el negocio en esta parroquia debido a que según el Censo de Población y Vivienda 2010, el 46% de la población económicamente activa de Guayaquil vive en este sector, la misma que se caracteriza por una gran actividad comercial.

3.2 Comercialización del Producto

La promoción del proyecto se hará a través de medios como Twitter y Facebook. En el primero de estos se escribirán novedades con respecto al negocio, mientras que en el segundo se hará una "fan page" o página para fanáticos, en la cual se podrán ver fotos de cómo se divierten los chicos.

También se alquilarán vallas publicitarias para dar a conocer esta novedosa propuesta.

Además se visitarán escuelas de la zona para promocionar el negocio, así como también se instalará un inflable en un reconocido centro comercial de la ciudad para que los niños salten gratis mientras los colaboradores del local les informan sobre el mismo a los padres.

Uno de los juegos que se plantea ofrecer en el proyecto es el laberinto. Para incentivar el interés se realizará una actividad en la que se colocará una copa en el interior; se formarán dos grupos de diez chicos y al primer grupo que la encuentre se le tomará una foto y será proyectada en las pantallas del local.

La foto del grupo más rápido del día será publicada en la página de Facebook y el mejor grupo del mes ganará una entrada gratis para cada uno de sus integrantes.

Todo infante debe entrar en compañía de un adulto. El niño o niña paga su entrada, mientras que el adulto entra gratis siempre y cuando salga con ellos; si se retira del local sin los mismos, se le cobrará el 50% de recargo por cada infante.

3.3 Investigación de Mercado

Gracias a un grupo focal que se realizó con niños y niñas entre 7 y 14 años de edad que viven en el norte de la ciudad, fue posible saber cuáles eran los juegos que más les gustaron. Además, se pudo averiguar cómo mejorar la propuesta.

Sugirieron que haya diversión para sus padres, ya que muchas veces los niños se tienen que ir cuando los mayores se aburren. Otra opción válida es que los padres puedan dejar a los niños en el establecimiento mientras van a realizar sus diligencias.

Se realizaron encuestas personales en las que se formularon varias preguntas a los encuestados, tales como si tienen hijos (as) o sobrinos (as), la edad de los mismos, si han visitado centros recreacionales infantiles, cuántas veces han contratado el servicio de organización de fiestas infantiles; si estarían dispuestos a ir a centros recreacionales infantiles con una amplia variedad de juegos inflables, entre otras.

Entre los resultados más importantes constan los siguientes:

Figura 1. Edad de los hijos o sobrinos

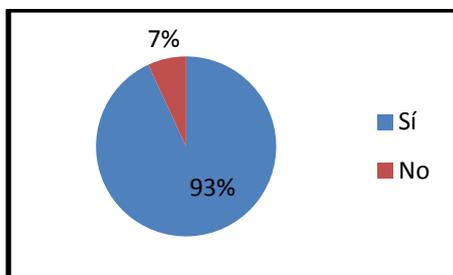
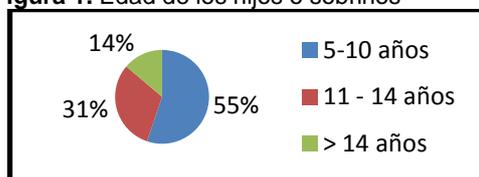


Figura 2. Grado de aceptación

Con estos resultados se puede concluir que el 86% de los encuestados tienen hijos o sobrinos entre las edades establecidas para los clientes potenciales. También se puede observar la gran aceptación que tiene el proyecto por parte de los padres de familia, la cual es de 93%.

Se pudo determinar, gracias a otras preguntas, que la mayoría de los encuestados han ido con sus familiares a centros de recreación infantil, lo que indica que este tipo de servicios es bastante conocido por los habitantes del sector.

En base a datos del Censo de Población y Vivienda 2010 proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y basándose también en los resultados de las encuestas personales se pudo estimar la demanda de la siguiente manera:

Tabla 1. Estimación demanda por encuestas

PEA Tarqui 2012		486810
Tienen hijos o sobrinos pequeños	72%	350.503
Niños entre 5 y 14 años	86%	301.433
Han visitado algún centro recreacional infantil	76%	229.089
Han contratado el servicio de organización de fiestas.	59%	135.163
Presencia de juegos inflables en el centro	77%	176.399
Aceptación	93%	164.051
Introducción mercado	3%	4.922

4. Estudio Técnico

En este capítulo se hizo un estudio acerca de las maquinarias y equipos que serán necesarios adquirir para poner en marcha el negocio. Entre

estos constan los juegos inflables, equipo de sonido, aire acondicionado, computadoras, impresoras, equipos médicos, equipos para el bar y más, que sumados dan un valor de \$67.556,10.

Además fue definido el personal requerido para ejercer diferentes funciones. A continuación se muestra una tabla con la cantidad de empleados, el sueldo unitario y el total a pagar por concepto de sueldos y salarios en el primer año.

Tabla 2. Balance de personal

Personal	#	Unitaria	Año 1
Cuidadores	13	450,0	103.714,0
Supervisor	1	700,0	12.248,0
Aux. enfermería	1	400,0	7.124,0
Jefe manten.	1	650,0	11.394,0
Meseros	3	370,0	19.834,8
Cocineros	3	400,0	21.372,0
Animador	1	400,0	7.124,0
Gerente gral.	1	1.000,0	17.372,0
Contador	1	800,0	13.956,0
Asist. de gerencia	1	450,0	7.978,0
Asist. Contable	1	400,0	7.124,0
Cajeras	4	450,0	31.912,0
Guardias	4	400,0	28.496,0
Aux. limpieza	5	370,0	33.058,0
Total	40	\$ 7.240,00	\$ 322.706,80

También se realizó un balance de obras físicas, es decir, las adecuaciones que se deben hacer para poder operar. En este caso, se especifican las dimensiones de cada área del local y cuánto costará construir por metro cuadrado y el total de la obra.

Para mostrar de una manera más comprensible la distribución del espacio físico fue necesario el diseño de un plano.

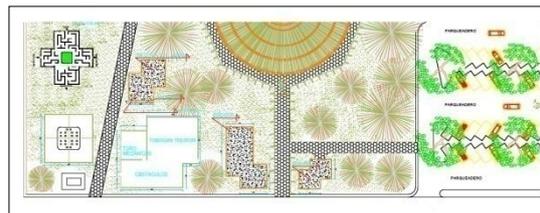


Figura 3. Plano

Elaborado por Arq. Luis Panchana A.

Además de lo mencionado anteriormente, se determinó la capacidad de cada juego y la capacidad total del local, es decir, cuántos niños y

niñas podrán estar en el establecimiento en un día. Cantidad de empleados que se necesitarían dependiendo si se opera a una capacidad básica, media o máxima.

La localización del establecimiento fue determinada basándose en criterios como las vías de acceso, seguridad y tamaño del terreno. Por estos motivos se eligió un terreno ubicado en Lomas de Urdesa, ya que esta ciudadela es de fácil acceso y existen varias formas de llegar.

5. Estudio Organizacional

La misión y la visión son importantes en una compañía; estas deben ser claras y concisas para que todos las puedan entender y poner en práctica.

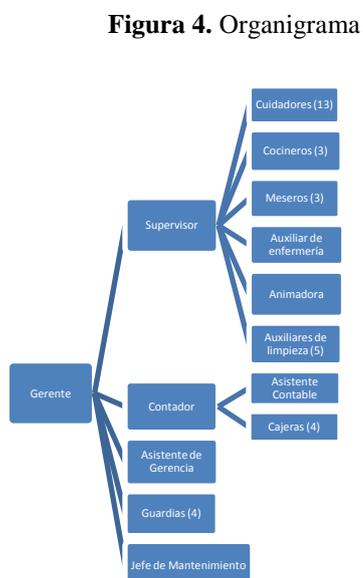
La misión es el propósito de la empresa, su razón de ser. La visión es la proyección que se hace de la empresa, establece a dónde se quiere llegar.

La misión de la compañía propuesta en el proyecto es ofrecer a los niños y niñas un área de entretenimiento sano y recreativo de excelente calidad que contribuya a su desarrollo por medio de la interrelación con otros infantes, inculcándoles una vida más sana.

La visión es la siguiente: Consolidarse como el centro recreacional infantil más entretenido, recreativo y original de la urbe.

Es también importante elaborar un organigrama para tener clara las jerarquías que existen y lograr una comunicación y cooperación efectiva. De esta manera los colaboradores sabrán ante quién tienen que responder o reportarse y las personas que se tiene a cargo.

El organigrama del centro recreativo infantil con juegos inflables es el siguiente:



6. Estudio Financiero

Antes de poder poner en marcha un negocio es indispensable hacer un estudio financiero para saber cuánto será la inversión necesaria, los ingresos que se obtendrán, los gastos en los que se incurrirá, el capital de trabajo, la rentabilidad del proyecto, entre otros.

El capital de trabajo es el capital mínimo con el que debe contar una empresa para poder trabajar normalmente en el corto plazo. Se pudo determinar mediante la elaboración de un flujo de caja para el primer año y entre todos los saldos finales de caja se escogió al menor de todos.

Con el flujo de caja y con otros datos como la inversión en maquinarias y equipos se pudo obtener la inversión necesaria, misma que se detalla a continuación:

Tabla 3. Inversión

Terreno	\$ 295.000,00
Construcción del local	\$ 31.233,03
Maquinarias y equipos	\$ 67.556,10
Total Inventario Activos Fijos	\$ 393.789,12
Capital de trabajo	\$ 14.633,43
Gastos de Constitución	\$ 800,00
Total Inversión	\$ 409.222,56

Para determinar el período de recuperación se toma en cuenta el saldo final de caja y en el momento que este deja de ser negativo se ha recuperado la inversión. En este caso, como se puede apreciar en la siguiente tabla, la inversión se recupera totalmente en el cuarto año.

Tabla 4. Payback

	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA	\$ -409.222,56	\$ -3.242,89	\$ 122.222,39	\$ 208.065,13	\$ 297.173,29	\$ 389.851,69
S.I. CAJA	\$ -	\$ -409.222,56	\$ -412.465,44	\$ -290.243,06	\$ -82.177,92	\$ 214.995,36
S.F. CAJA	\$ -409.222,56	\$ -412.465,44	\$ -290.243,06	\$ -82.177,92	\$ 214.995,36	\$ 604.847,06
PAYBACK	4					

Para que un proyecto sea rentable, el VAN (Valor Actual Neto) debe ser positivo. El Van es el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros del proyecto y se le resta la inversión. El VAN del proyecto es de \$1'565.416,44.

Se estimó una TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) de 16.49% basándose en datos de una empresa similar, en este caso, Walt Disney. Esta tasa indica que para que el negocio sea atractivo, su rentabilidad debe ser mayor al porcentaje mencionado.

Finalmente, mediante el flujo de caja a diez años se obtuvo una TIR (Tasa Interna de Retorno) de 37%, la cual es mayor a la TMAR.

7. Conclusiones

Luego de todo el análisis previamente mencionado se ha llegado a la conclusión que el proyecto tendría una gran acogida entre los niños y niñas cuyas edades fluctúan entre 5 y 14 años.

Puesto que el VAN es positivo y la TIR mayor que la TMAR se concluye que es factible realizar el proyecto.

La recuperación de la inversión se estima en el cuarto año de operaciones.

8. Recomendaciones

La alta demanda insatisfecha que existe en el mercado de entretenimiento y diversión, permitirá recuperar la inversión y lograr mayores ingresos por las ventas de entrada al local. Por lo que se recomienda evaluar estrategias para posicionarse en el mercado.

Promover la industria de entretenimiento y diversión con juegos inflables y así aprovechar las oportunidades que puedan surgir; así como tener varias alternativas de proveedores en caso que los considerados para el proyecto aumenten sus precios.

9. Agradecimientos

A nuestras familias y a todas las personas que sirvieron de apoyo para la elaboración del presente proyecto.

Al arquitecto Luis Panchana A. por elaborar el plano del establecimiento.

10. Referencias

[1] Philip Kotler y Gary Armstrong, Marketing, Octava Edición, Pearson Educación.