



Implementación de salas de Supercines en la ciudad de Naranjal

Integrantes:
Karina Burbano V.
Lissett Giler C.
Paolo Solano R.

Importancia del proyecto

Se realiza el presente estudio porque se quiere brindar un servicio de distracción y sano entretenimiento con el fin de disminuir el nivel de tensión que se origina por las actividades productivas de los habitantes de la ciudad de Naranjal. Adicionalmente el séptimo arte se encuentra en su apogeo con la creación de películas de alto nivel de formato y de argumentación por lo que se ha vuelto extremadamente atractivo ya que las personas están disfrutando de la incorporación de salas 3D a nivel nacional, motivo por el cual se ha decidido Implementar las Salas de Supercines en la ciudad antes mencionada.

Estudio de Mercado

Misión y Visión

Misión

Ofrecer la mejor selección de películas con tecnología de punta en imagen y sonido, además de brindar toda la comodidad, diversión y un servicio personalizado para todos nuestros clientes. Cumpliendo con los estándares de innovación que el mercado requiere, nuestra principal misión es ofrecer que la experiencia de ir al cine sea mucho más que un cine.

Misión y Visión

Visión

Llegar a fijarnos en la retina de gran parte de la población de la ciudad de Naranjal y sus alrededores como la distracción número uno en la zona.

Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2}$$

n: Tamaño de la muestra.

Z_{α}^2 = valor z dado un nivel de confianza del 90%

p = Probabilidad de éxito, es decir, de aceptación de SUPERCINES en el mercado.

q = 1 - p (en este caso 1 - 0.90 = 0.10) que corresponde a la probabilidad de fracaso.

d = margen de error (en este caso deseamos un 10%)

Reemplazando los valores obtenemos:

$$n = ((1.65)^2 * (0.45)(0.45)) / (0.10^2)$$

$$n = 55.13$$

$$n = 60$$

Modelo de Encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Implementación de Salas de Cine SUPERCINES en la ciudad de Naranjal

Somos estudiantes de la ESPOL y la siguiente encuesta se la realiza con el fin de determinar la factibilidad de introducir en el mercado de la ciudad de Naranjal salas de SUPERCINES. Por favor lea atentamente las preguntas y coloque una X en el casillero correspondiente a sus respuestas. Gracias por su gentil colaboración.

1.- Género:

Femenino Masculino

2.- Qué edad tiene?

13-17 años 18-22 años 23-27 años 28-32 años

33-37 años 38-42 años 43-47 años 48 en adelante

3.- Actividad a la que se dedica:

Agricultura Dependiente Independiente

4.- Cual es su lugar de residencia?

Naranjal Villanueva Pto. Inca

Km 26 Milagro Balao

Duran Guayaquil Otros

5.- Cual es su nivel de estudios?

Primaria Secundaria Superior

Maestría Diplomado Ninguno

6.- Cual es su estado civil?

Soltero Casado Divorciado

Viudo Unión Libre

7.- Cuantos hijos tiene?

Ninguno 1 hijo 2 hijos 3 hijos mas de 3

8.- Cual es su nivel de ingresos mensual?

\$ 200 a \$ 300 \$ 301 a \$ 400 \$ 401 a \$ 500

\$ 501 a \$ 600 \$ 601 a \$ 700 Otros

9.- Cuando dispone de tiempo libre, ¿donde usted suele ir?

Centros comerciales Sitios eco turísticos Clubes

Restaurantes o cafés Campo Visitas a amigos

Cines Playas Visita a familiares

Discotecas y bares Museos Otros

Ninguno ¿Porqué razón? _____

(Si su respuesta fue ninguna aquí acaba la encuesta)

Modelo de Encuesta

10.- Con qué frecuencia usted acude a una sala de cine?

- Cada semana Cada 15 días Otros
 Cada mes Cada tres meses Una vez al año
 Cada vez que se estrena una película taquillera

11.- ¿Qué importancia usted le asignaría a la presencia de un Supercines en la ciudad de Naranjal?

- Muy importante Importante Poco importante
 Nada importante

12.- Qué días escogería para ir al cine?

- Lunes Martes Miércoles
 Jueves Viernes Sábado
 Domingo

13.-Cuál es o sería su horario favorito para ir al cine?

- Vermuth (10h30-12h30) Vespertino (13h00-18h00)
 Nocturno (17h00-22h00)

14.- Por qué asistiría a un cine?

- Ubicación Precio Variedad de películas
 Snack Bar Servicio Promociones
 Por la compañía

15.- Con quién usted acostumbra ir al cine?

- Solo Con su pareja Con sus hijos.
 Familiares Amigos

16.- Cual sería su snack, refrigerio o bocadillo favorita en el bar?

- Canguil Colas Té Helado
 Nachos Hot Dog Dulces
 Jugos Helados Yogurt
 Café Otros

17.- Qué tipo de película es su favorita?

- Acción Cómica Drama Romántica
 Suspense Terror Otros

18.-De qué forma le gustaría enterarse de las promociones de Supercines?

- Revistas Periódicos Radio Otros
 Televisión Celular Internet

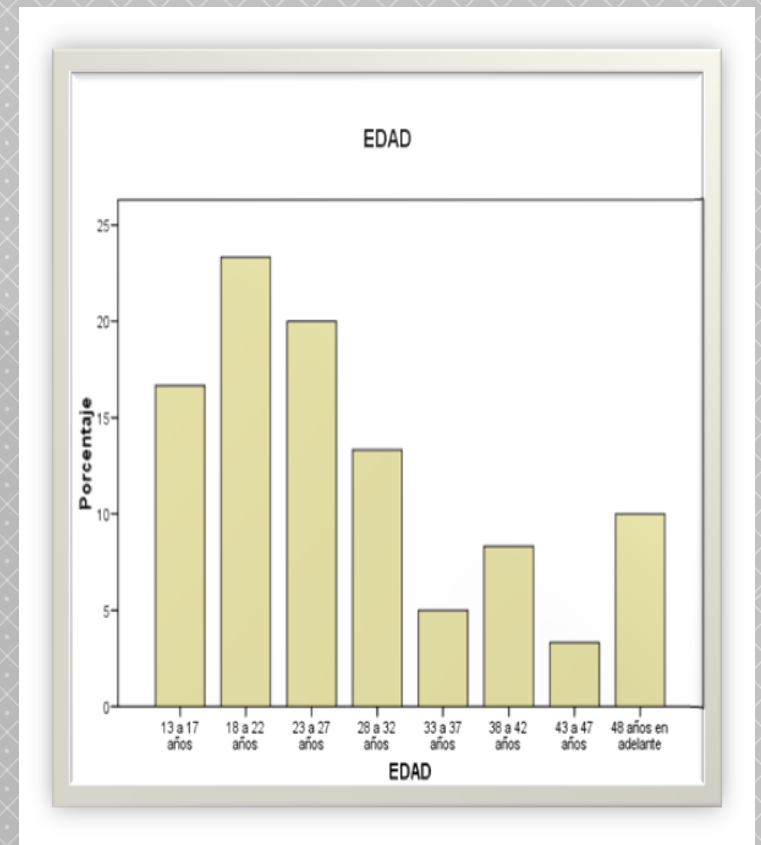
19.- Qué precio está dispuesto a pagar?

- \$ 3.00 Lunes a Viernes \$ 3.95 Sábado y Domingo
 \$ 1.97 Vermouth \$ 1.70 Día de Locura Otros

Preguntas para determinar la demanda.

Qué edad tiene?

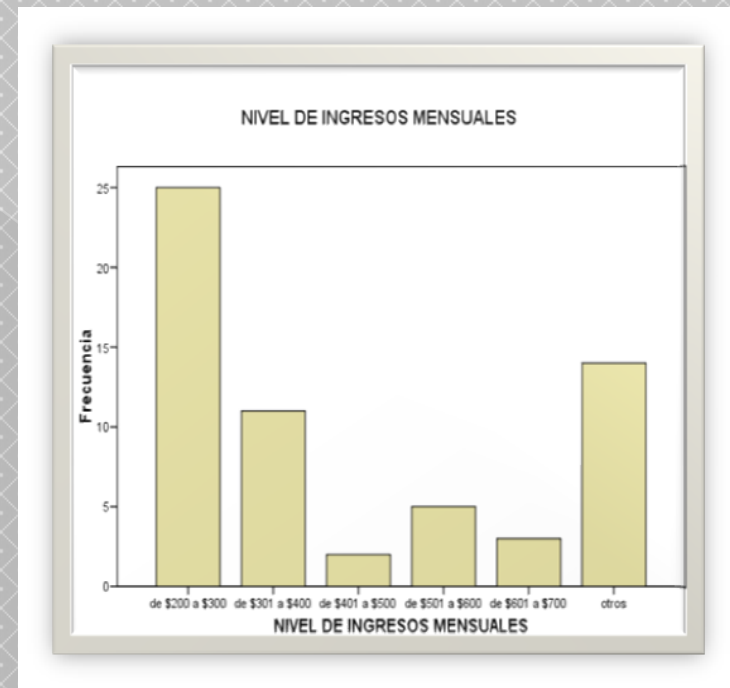
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	13 a 17 años	10	16,7	16,7	16,7
	18 a 22 años	14	23,3	23,3	40,0
	23 a 27 años	12	20,0	20,0	60,0
	28 a 32 años	8	13,3	13,3	73,3
	33 a 37 años	3	5,0	5,0	78,3
	38 a 42 años	5	8,3	8,3	86,7
	43 a 47 años	2	3,3	3,3	90,0
	48 años en adelante	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	



Preguntas para determinar la demanda.

Cual es su nivel de ingresos mensual?

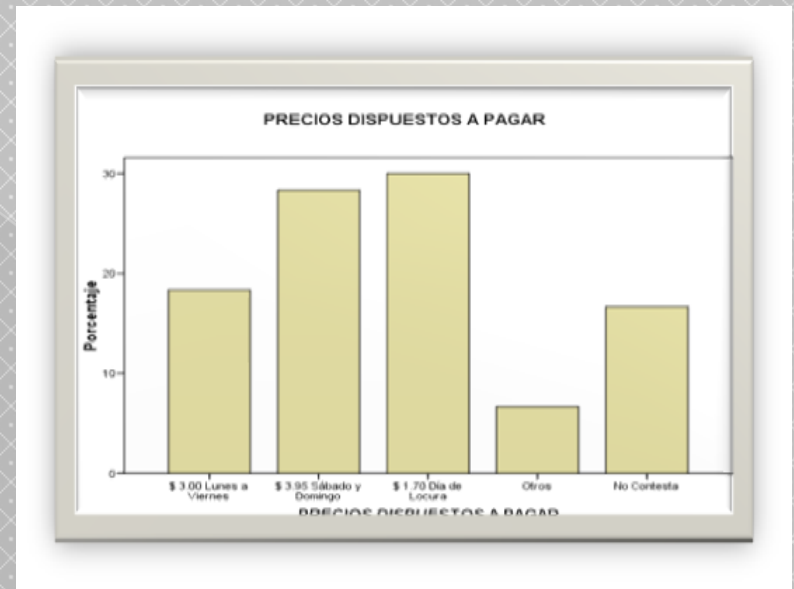
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
			Porcentaje	válido	acumulado
Válidos	de \$200 a \$300	25	41,7	41,7	41,7
	de \$301 a \$400	11	18,3	18,3	60,0
	de \$401 a \$500	2	3,3	3,3	63,3
	de \$501 a \$600	5	8,3	8,3	71,7
	de \$601 a \$700	3	5,0	5,0	76,7
	otros	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	



Preguntas para determinar la demanda.

Que precio está dispuesto a pagar?

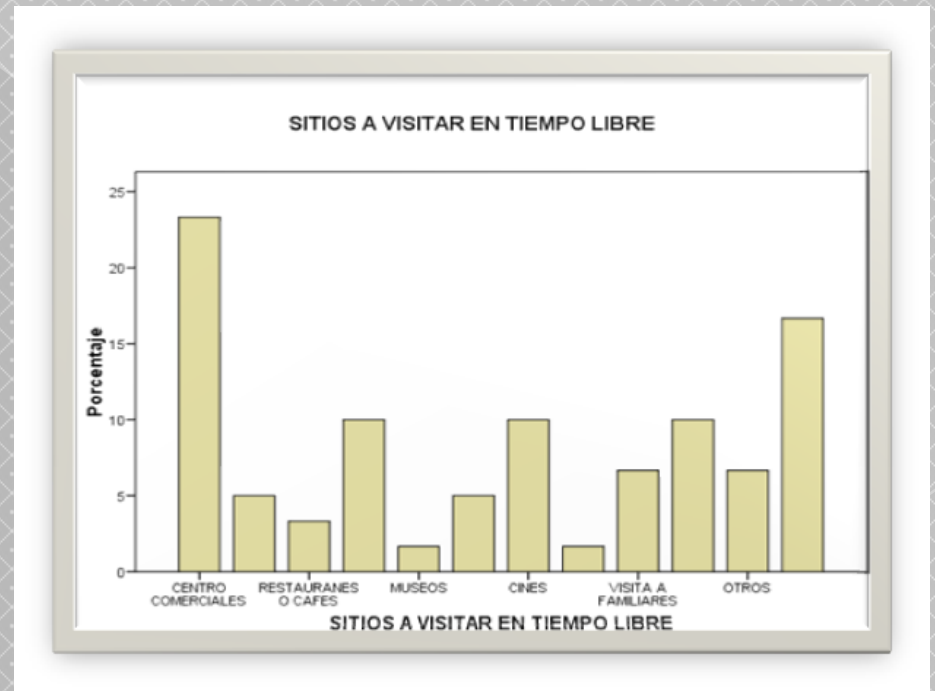
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ 3.00 Lunes a Viernes	11	18,3	18,3	18,3
	\$ 3.95 Sábado y Domingo	17	28,3	28,3	46,7
	\$ 1.70 Día de Locura	18	30,0	30,0	76,7
	Otros	4	6,7	6,7	83,3
	No Contesta	10	16,7	16,7	100,0
	Total		60	100,0	100,0



Preguntas para determinar la demanda.

Cuando dispone de tiempo libre, ¿donde usted suele ir?

Válidos		Frecuencia	Porcentaje		Porcentaje acumulado
			Porcentaje	válido	
	CENTRO COMERCIALES	14	23,3	23,3	23,3
	SITIOS ECO TURISTICOS	3	5,0	5,0	28,3
	RESTAURANES O CAFES	2	3,3	3,3	31,7
	CAMPO	6	10,0	10,0	41,7
	MUSEOS	1	1,7	1,7	43,3
	VISITA A AMIGOS	3	5,0	5,0	48,3
	CINES	6	10,0	10,0	58,3
	PLAYAS	1	1,7	1,7	60,0
	VISITA A FAMILIARES	4	6,7	6,7	66,7
	DISCOTECAS Y BARES	6	10,0	10,0	76,7
	OTROS	4	6,7	6,7	83,3
	NINGUNO	10	16,7	16,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	



Análisis de la demanda

En la actualidad las personas se encuentran sometidas a un alto nivel de estrés y acumulación de tensiones emocionales debido a las actividades productivas que se desarrollan en la zona y sus alrededores. Ante ello y tomando como referencia preguntas de la encuesta, como edad, ingresos, precios y lugares de preferencia a asistir se pudo determinar nuestra demanda potencial, y que nuestra población objetivo se la puede definir como aquellas personas o consumidores que disfrutan de este tipo de diversión, dado el carecimiento de lugares de distracción y sano esparcimiento con los que cuenta la ciudad de Naranjal y sus alrededores.

Dentro del perfil de los clientes se encuentran los habitantes de los siguientes cantones: Balao, Ponce Enriquez y La Troncal.

Análisis de la demanda

Se pudo determinar que el ingreso de los habitantes de estos cantones esta por encima de la línea de pobreza y sus necesidades básicas están satisfechas, en otras palabras individuos a partir de un nivel socio-económico medio en adelante.

Como punto importante no podemos dejar de mencionar los adolescentes de 13 a 17 años que representan un alto nivel de consumidores.

Mercado objetivo

Con los datos obtenidos en las encuestas se pudo notar que las personas que asistirían con mayor frecuencia a las salas de Supercines serían los que sus edades oscilan entre 18 a 22 años, siendo nuestro mercado objetivo.

Análisis de la Demanda

TASA DE
CRECIMIENTO
ANUAL

1,5 % ANUAL

PEA PROYECTADA

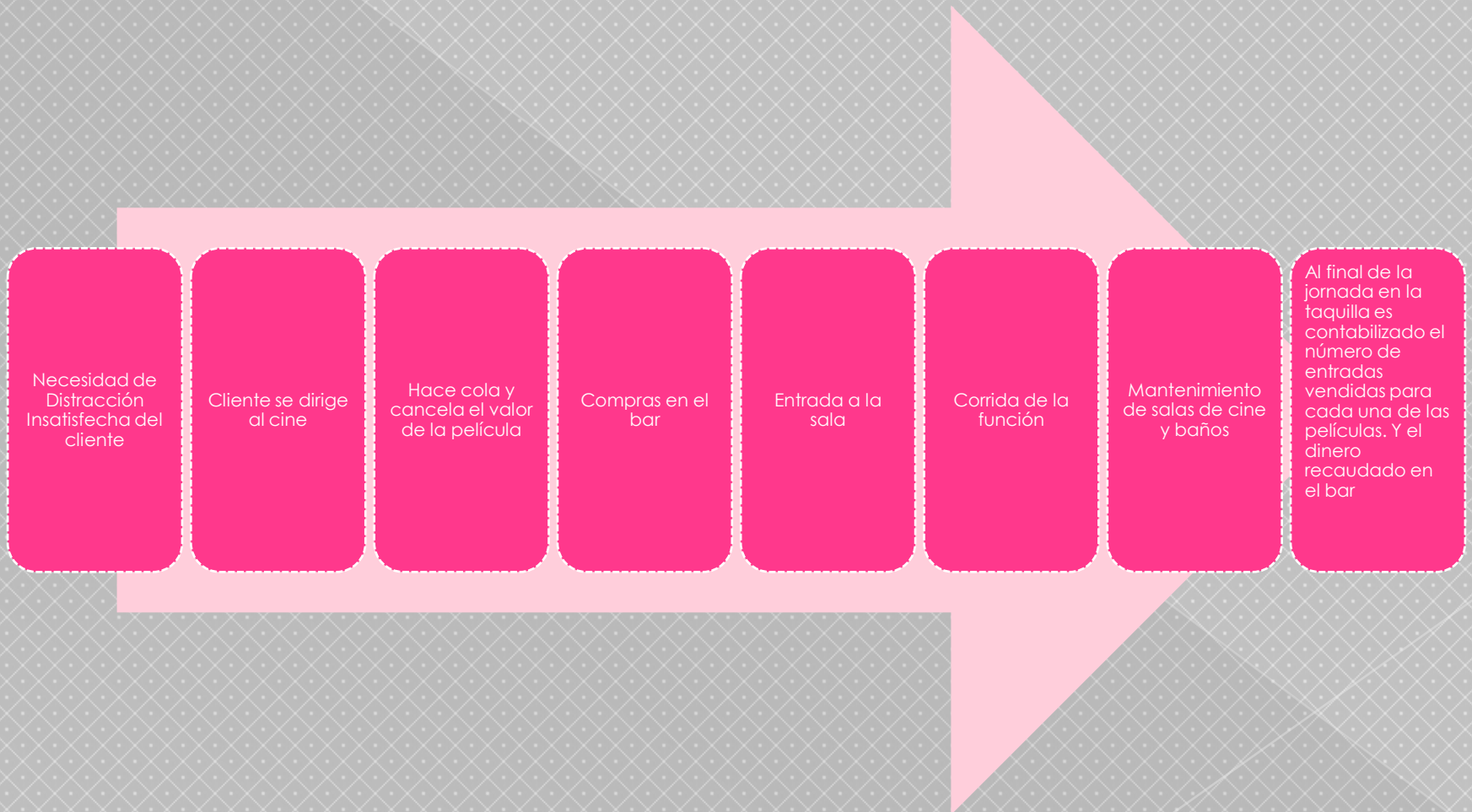
Naranjal 22975

Balao 7728

C. Ponce Enríquez 3481

51.276 CLIENTES
POTENCIALES

Diagrama de Proceso de Venta.



Ubicación del Proyecto

- Vías de comunicación (fácil acceso)
- Centro de la ciudad
- Infraestructura

Estudio Financiero

Flujo de Caja

Flujo de Caja											
Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		\$346.532,89	\$406.358,91	\$484.731,24	\$599.707,62	\$709.839,97	\$838.261,35	\$1.021.120,47	\$1.199.376,71	\$1.406.423,36	\$1.694.313,52
(-) Costos Ventas		\$87.791,58	\$113.581,42	\$144.500,76	\$181.435,88	\$225.415,36	\$277.631,92	\$339.467,50	\$412.522,09	\$498.646,77	\$599.981,74
(=) Utilidad Bruta		\$258.741,31	\$292.777,48	\$340.230,48	\$418.271,74	\$484.424,61	\$560.629,43	\$681.652,96	\$786.854,63	\$907.776,59	\$1.094.331,78
(-) Gastos		\$201.213,63	\$229.909,85	\$259.475,69	\$289.998,12	\$334.304,92	\$354.304,92	\$388.310,27	\$423.716,15	\$460.662,63	\$499.303,75
Administrativos		\$86.962,20	\$95.658,42	\$105.224,26	\$115.746,69	\$140.053,49	\$140.053,49	\$154.058,84	\$169.464,73	\$186.411,20	\$205.052,32
Publicidad		\$24.000,00	\$24.000,00	\$24.000,00	\$24.000,00	\$24.000,00	\$24.000,00	\$24.000,00	\$24.000,00	\$24.000,00	\$24.000,00
Servicios Básicos		\$6.240,00	\$6.240,00	\$6.240,00	\$6.240,00	\$6.240,00	\$6.240,00	\$6.240,00	\$6.240,00	\$6.240,00	\$6.240,00
Franquicias		\$58.571,43	\$78.571,43	\$98.571,43	\$118.571,43	\$138.571,43	\$158.571,43	\$178.571,43	\$198.571,43	\$218.571,43	\$238.571,43
Suministros		\$2.760,00	\$2.760,00	\$2.760,00	\$2.760,00	\$2.760,00	\$2.760,00	\$2.760,00	\$2.760,00	\$2.760,00	\$2.760,00
Seguridad		\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$4.200,00
Varios		\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00	\$480,00
Alquiler		\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00
(-) Total Depreciaciones		\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86
Equipos de Bar		\$3.649,32	\$3.649,32	\$3.649,32	\$3.649,32	\$3.649,32	\$3.649,32	\$3.649,32	\$3.649,32	\$3.649,32	\$3.649,32
Equipos Proyeccion		\$21.123,54	\$21.123,54	\$21.123,54	\$21.123,54	\$21.123,54	\$21.123,54	\$21.123,54	\$21.123,54	\$21.123,54	\$21.123,54
Equipos de Oficina		\$3.900,00	\$3.900,00	\$3.900,00	\$3.900,00	\$3.900,00	\$3.900,00	\$3.900,00	\$3.900,00	\$3.900,00	\$3.900,00
(=) Utilidad antes Interés		\$28.854,81	\$34.194,77	\$52.081,93	\$99.600,76	\$121.446,82	\$177.651,64	\$264.669,83	\$334.465,61	\$418.441,10	\$566.355,17
(-) Interés		\$9.120,00	\$8.523,15	\$7.871,87	\$7.161,19	\$6.385,69	\$5.539,47	\$4.616,08	\$3.608,47	\$2.508,97	\$1.309,20
(=) Utilidad antes Participacion Trabajadores (15%)		\$19.734,81	\$25.671,62	\$44.210,06	\$92.439,57	\$115.061,13	\$172.112,17	\$260.053,75	\$330.857,14	\$415.932,13	\$565.045,97
(-) Participacion Trabajadores		\$2.960,22	\$3.850,74	\$6.631,51	\$13.865,94	\$17.259,17	\$25.816,83	\$39.008,06	\$49.628,57	\$62.389,82	\$84.756,90
(=) Utilidad antes Impuestos		\$16.774,59	\$21.820,88	\$37.578,55	\$78.573,64	\$97.801,96	\$146.295,34	\$221.045,69	\$281.228,57	\$353.542,31	\$480.289,08
(-) Impuestos (25%)		\$4.193,65	\$5.455,22	\$9.394,64	\$19.643,41	\$24.450,49	\$36.573,84	\$55.261,42	\$70.307,14	\$88.385,58	\$120.072,27
(=) Utilidad Neta		\$12.580,94	\$16.365,66	\$28.183,91	\$58.930,23	\$73.351,47	\$109.721,51	\$165.784,27	\$210.921,42	\$265.156,73	\$360.216,81
(+) Depreciación		\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86	\$28.672,86
(+) Valores Desechos Activos											\$0,00
(-) Amortización de capital		-\$6.544,41	-\$7.141,26	-\$7.792,54	-\$8.503,22	-\$9.278,72	-\$10.124,93	-\$11.048,33	-\$12.055,94	-\$13.155,44	-\$14.355,21
(-) Inversión	-\$272.668,96										
(-) Gastos de Constitución	-\$2.580,00										
(-) Capital de Trabajo	-\$41.916,91										\$41.916,91
Préstamo	\$100.000,00										
FLUJO DE CAJA	-\$217.165,87	\$34.709,40	\$37.897,26	\$49.064,23	\$79.099,87	\$92.745,62	\$128.269,44	\$183.408,80	\$227.538,35	\$280.674,16	\$416.451,37
VAN	\$55.242,82	TIR	34,72%		Tasa Descuento	29,33%					

Tasa de descuento TMAR

$$R_i = r_f + b (r_m - r_f) + R_{pecu}$$

En donde:

R_i : Rentabilidad exigida por el inversionista

r_f : Tasa libre de riesgo (Tasa de los bonos del Tesoro Americano a 10 años)

b : Beta de la empresa comparable en los Estados Unidos

r_m : Rentabilidad del Mercado Cines en los Estados Unidos

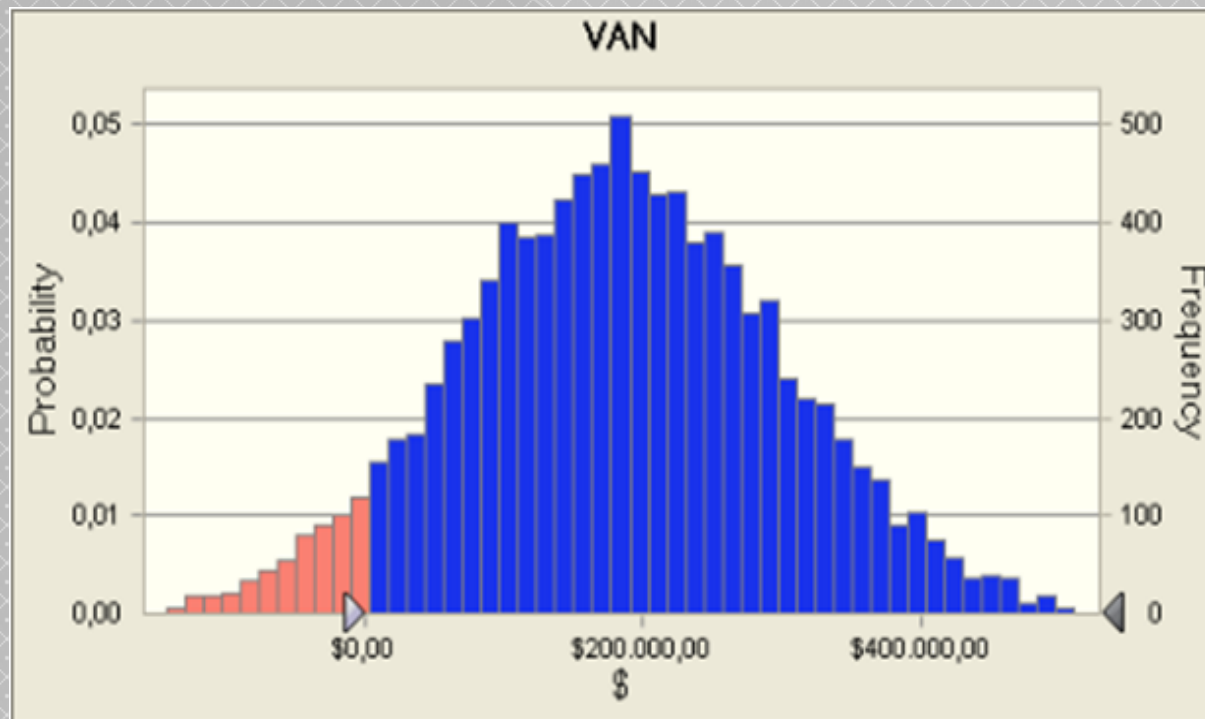
R_{pecu} : Riesgo país del Ecuador

Tasa de descuento TMAR

TMAR	
Información	Porcentaje
Rf	0,038
b	1
Rm	0,2118
RP ecu	0,0815
Ri	29,33%

Análisis de Sensibilidad

El VAN obtenido es positivo, y esto nos indica la factibilidad del proyecto a pesar de las variables económicas que se puedan presentar a lo largo del proyecto.



Conclusiones

- La mayoría de los encuestados tiene conocimiento de la Marca Supercines y han probado sus servicios, sintiéndose satisfechos de los mismos.
- La rentabilidad que proyecta (TIR) es mayor a la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas (TMAR o Tasa de descuento) y el VAN es mayor a 0; por lo tanto el proyecto es económicamente factible de llevarse a cabo.
- Existe un mercado potencial para Supercines, ya que a través de las encuestas realizadas en la investigación de mercado, se descubrió que éste proyecto tendría una gran aceptación con un 55% de los encuestados consideran que sería muy importante la presencia de Supercines en la ciudad de Naranjal.
- Los rangos de precios estarán situados en el monto en que las personas estarían dispuestos a pagar por adquirir nuestro servicio y bienes.
- El entorno económico en general, es de incertidumbre; por lo tanto siempre estaremos dispuestos a la creación de nuevos bienes que permitan innovar y poder llegar a la mayor cantidad de personas posibles.

Recomendaciones

- Una vez implementando el proyecto, se recomienda se controle los combos que demanden mayor número de ventas, con el fin de mejorarlos en un mediano plazo ya que representan gran parte de ganancia para la empresa.
- Crear nuevos combos que satisfagan las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.
- Convendría ser más eficientes en la administración de los rubros más representativos de los egresos, para así optimizar los procesos de la cadena de valor del negocio.
- Pensando en la expansión de la cadena de Supercines, en el largo plazo se establecerán nuevos estudios para ciudades con las mismas características de Naranjal, donde exista una posible demanda insatisfecha de consumidores.
- Perfeccionar el plan de marketing y publicidad para ingresar a la mente de los consumidores y así dar a conocer de mejor forma nuestros servicios.
- Finalmente, se recomienda inculcar el hábito de sana diversión para disfrutarla entre amigos y familiares, para mantener buena salud mental y un nivel de vida integral.

Muchas Gracias

A large, solid pink triangle is positioned in the bottom right corner of the slide, pointing towards the center.