



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE CAMPOS DE PAINTBALL PARA LA IMPLEMENTACION DE AMBIENTES”

Iván Andrés Brito Amaya
Juan José Correa Astudillo
Lorena Alexandra Henríquez Basurto
Ing. Patricia Valdiviezo V.
Facultad de Economía y Negocios FEN
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 vía Perimetral.
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
abrito@espol.edu.ec, jjcorrea@espol.edu.ec, lhenriqu@espol.edu.ec

Resumen

El presente proyecto presenta el análisis que se realiza para buscar la viabilidad de la instauración de campos de Paintball con la implementación de diferentes ambientes en la Ciudad de Guayaquil considerando varios factores entre ellos la competencia directa e indirecta y la respuesta del mercado objetivo; motivo por el cual se realizó un estudio de mercado en la cual se determinó el impacto en los futuros consumidores; así como también se acudió a información financiera que nos permitió visualizar y proyectar los probables riesgos y la rentabilidad.

Finalmente se pudo concluir que resultaría beneficiosa la construcción de campos de Paintball con diferentes ambientes con todos los implementos, infraestructura, tecnología y seguridad, tomando en consideración el porcentaje de riesgo que el mismo conlleva y el aspecto gubernamental.

Palabras Claves: Campos, paintball, ambientes, implementación, construcción, tecnología.

Abstract

This project presents the analysis that would be performed to find the feasibility of establishing Paintball fields with the implementation of different environments in Guayaquil city considering several factors including the direct and indirect competition and target market response, which is why a study market was conducted which determined the future impact on costumers, as also came to financial information that allowed us to visualize and project the likely risks and returns.

Finally it was concluded that it would be beneficial to build Paintball fields with different environments and all the equipment, infrastructure, technology and security, taking into account the risk percentage that it entails and the governmental aspect.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



1. Introducción

El interés sobre este proyecto radica básicamente en la poca infraestructura e innovación que hay en los establecimientos donde se practica este tipo de deporte, tomamos en consideración un grupo selectos de practicantes del Paintball.

Se brindara a los clientes potenciales y futuros diferentes tipos de infraestructuras completas e innovadoras para el buen desarrollo del deporte, así como seguridad y tecnología logrando brindar un servicio de excelente calidad, mejorando el desarrollo de este tipo de deportes en la ciudad de Guayaquil y haciéndolo atractivo frente al turismo.

2. Identificación y justificación del proyecto

2.1. Identificación del problema

En el mercado de deportes extremos no se ha logrado instaurar una debida infraestructura y seguridad para este tipo de deporte, lo que implica que amantes al Paintball no puedan desarrollarlo de manera eficiente a un bajo costo. Si bien es cierto, existen varios establecimientos en donde se realizan este tipo de deportes descartando el grado de dificultad que hay al realizarlo por lo cual no cuentan con el equipamiento debido, e infraestructuras innovadoras para el desarrollo de este deporte; por esta razón es de nuestro interés conocer el impacto que conllevaría la implementación de campos de Paintball con diferentes ambientes en el país.

2.2. Justificación del problema

Se Considera que los establecimientos que actualmente brindan el servicio en Guayaquil lo dan de manera ineficiente, representaría una excelente oportunidad para la empresa ha desarrollarse ya que representará un cambio para la ciudad, los deportistas tendrán más confianza y se le dará la importancia que hasta ahora no ha tenido el desarrollo de este tipo de deportes.

El Paintball a construirse contará con grandes ventajas: variedad de ambientes como desértico, ártico, amazónico, y tradicional; además simulaciones en cada campo de paintball, seguridad, auspiciantes nacionales e internacionales.

Guayaquil tendrá más turismo ya que los jóvenes extranjeros son amantes a los deportes extremos y contando con una infraestructura completa y seguridad se dará aceptación a torneos y cursos de aprendizaje y esto a su vez ayudara a la inscripción de constantes auspiciantes que nos ayudara y facilitara la entrada a nuevos mercados.

No obstante, estamos conscientes de que no sería una tarea fácil debido al alto costo que implica la infraestructura y la cultura de nuestra ciudad.

2.3. Objetivos

2.3.1. Objetivo General

El objetivo de la empresa es crear ganancias a través de la diversión segura con la máxima adrenalina a través de los usuarios de la Ciudad de Guayaquil.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Encontrar la mejor ubicación en la ciudad para la respectiva instalación del campo de Paintball.
- Encontrar o determinar el segmento y tamaño del mercado en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar la viabilidad y como financiar el proyecto de Paintball.
- Establecer una estrategia adecuada de promoción y publicidad a través de un Plan de Marketing.
- Obtener la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para su posterior comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR).

3. Estudio de Mercado

3.1. Objetivos

Los objetivos del estudio de mercado son:

- ✓ Conocer el perfil de los consumidores que requieren este servicio a través de la investigación de mercado.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



- ✓ Conocer nuestra competencia a futuro.

$$n = \frac{Z^2 * p(1 - p)}{(0,05)^2}$$

n : Tamaño de la muestra

z : 1.96

P: 0,86(probabilidad de personas que les gustaría practicar deportes extremos); **PRUEBA PILOTO.**

Q: 0.14 (probabilidad de personas que no les gustaría practicar deportes extremos.); **PRUEBA PILOTO.**

3.2. Clientes Potenciales.

El mercado potencial se enfoca a las personas de estrato social medio – medio alto – alto, que desean experimentar este tipo de deporte.

Los clientes potenciales están dado por:

- ✓ Personas que no se han decidido a practicar y desempeñar este deporte debido a que el deporte es catalogado como rudo.
- ✓ Personas que quieren sentirse parte de este ambiente deportivo, aun cuando no lo practiquen pero puedan contar con implementos o accesorios relacionados a estos deportes.

Entonces, se obtiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,86(1 - 0,86)}{(0,05)^2}$$

Como resultado $n=185$ personas. Para el estudio final se realizará 300 encuestas, para que el proceso de investigación sea factible y de esta manera obtener resultados más precisos

3.3. Análisis de la demanda.

En la actualidad existen lugares campos de Paintball en la ciudad de Guayaquil que si bien es cierto son entretenidos para nuestros ciudadanos pero aquellos no son tan innovadores para la mayor diversión de los clientes.

Tomando en consideración la población a la cual está dirigida el proyecto (clase media, media alta y alta) representa el 23% de la totalidad de habitantes, para la estimación de la demanda se basará el estudio en rangos de edades (8-27 años). Teniendo una tasa de crecimiento constante del 2.5% en la población y el PEA (Población Económicamente Activa) en la ciudad es del 63.9%.

Localidad	Total	%	Población Económicamente Activa de la Ciudad de Guayaquil por sectores económicos				Trabajador nuevo
			Sector Primario	Sector Secundario	Sector Terciario	No especificado	
Guayas	1.220.389	100,0	203.766	211.442	647.500	147.745	9.936
Guayaquil	780.268	63,9	34.467	151.019	481.097	106.798	6.887

Fuente: INEC

3.4. Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra de la población de personas que practican este deporte en la ciudad de Guayaquil, la cual se establece como infinita, se utilizó la siguiente fórmula estadística:

3.5. Métodos para la obtención de datos.

Se estableció dos tipos de métodos para la obtención de datos los cuales son: el Focus Group y las encuestas.

Por un lado, para el análisis del Focus Group, se ha establecido como tamaño de la muestra a 8 personas. (n=8) a las cuales se las intervinieron para poder obtener diferentes hipótesis que nos ayudo a establecer las preguntas para las Encuestas.

Por otro lado, el método de la encuesta es un método cuantitativo que se ha escogido para la obtención de datos. La encuesta a realizar se la obtendrá visitando los lugares de más acogida para practicar este deporte y así poder realizar el análisis que se requiere. Los sectores establecidos son los siguientes:

- Paintball, Samborondón
- Universidad, ESPOL.
- Universidad de Guayaquil.
- Colegio de la República de Francia.

3.6. Conclusiones del Estudio de Mercado

La asistencia frecuente a los campos de Paintball depende de factores relevantes (género, edad, deporte, ubicación, tipos de campos y los días más visitados) considerado por los usuarios.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



- ❖ Los consumidores potenciales son jóvenes entre 10 a 20 años de edad.
- ❖ Alborada, Saucés, Samanes y/o Garzota es el sector más requerido por los usuarios para la ubicación de los campos de Paintball.
- ❖ Se puede definir que todos los días en la tarde se tendría mayor demanda. Cabe recalcar que habría asistencia en la mañana como en la noche por toda la semana.
- ❖ El campo Amazónico es el más requerido por los usuarios, pero también se consideran importante la implementación del campo Ártico.
- ❖ La mayoría de los usuarios consideran importante el servicio que se les ofrecería a los clientes como así también la mayor seguridad, mejor infraestructura y equipamiento disponibles los campos de Paintball.
- ❖ El precio es poco considerado por los usuarios al momento de poder obtener un buen servicio.

3.7. Recomendaciones del Estudio de Mercado

Basándose en la información anterior, la implementación de los campos de Paintball va a requerir de una gran inversión ya que hay considerar todos los factores requeridos por los usuarios y así nos prefieran en vez de la competencia quienes ofrecen un campo de Paintball con una infraestructura tradicional.

Debido a que los campos de Paintball es un nuevo producto/servicio que ofrece un diferente tipo de infraestructura, es decir, más innovador, atractivo y agradable y además una mayor seguridad para los clientes, va a necesitar una fuerte introducción de mercado con promociones atractivas y descuentos para las personas que practican estos deportes. Se requerirá de una fuerte preparación de trabajo y una estrategia intensiva (penetración del mercado, desarrollo del mercado y desarrollo del producto y/o servicio).

Finalmente se debe considerar que los campos de Paintball puede tener un alto porcentaje de crecimiento que requerirá de mucho dinero, aunque podría generar pocos ingresos en sus primeros años de operación.

4. Plan de Marketing

Producto

El producto/servicio son los campos de Paintball en donde se desarrollará el deporte extremo. Se ofrecerá un establecimiento cubierto con medidas de estándares internacionales, lo cual, permitirá a las personas que practiquen el deporte prepararse para competencias a nivel nacional e internacional, lo cual aún no se desarrolla en el Ecuador. El proyecto busca realizar diferentes tipos de canchas agregándole nuevas estructuras como un valor agregado para el excelente servicio hacia la comunidad. La infraestructura de los campos estarán constituido por diferentes campos los cuales son el Desértico, Ártico, Amazónico y Tradicional y se implementará equipos para reproducir música ambiente de acuerdo al interés de los usuarios.

Precio

El precio para acceder al establecimiento de acuerdo a la investigación de mercado, viene dada por la calidad del servicio, equipamiento, el nivel de seguridad y calidad de las instalaciones que se va a ofrecer, contratación del personal administrativo y el mantenimiento adecuado para mantener los campos en buen estado, lo cual como resultado del costo de entrada es de 23 dólares.

Acorde al mercado, el precio promedio del que se está colocando es en base a los lugares de distracción, y de mayor acogida del público. De acuerdo al estudio realizado, las horas y días de mayor concurrencia son tanto de lunes a viernes como los fines de semanas en la tarde.

Por otra parte, las bebidas y snacks que se venderán en el bar, son precios fijados acorde los precios del mercado.

Plaza

El establecimiento va a estar ubicado en la Cdla. Urdesa, Av. Las Aguas para el beneficio de los usuarios, debido a que es un lugar de entrada fácil y comercial para construir una plaza como ésta. El norte según las encuestas, es el lugar de más concurrencia y cómodo acceso para las personas que vivan en diferente partes de Guayaquil.

Promoción

Para la inauguración del establecimiento se permitirá la entrada libre a todas las personas que quieran conocer las instalaciones, y así mismo, se ofrecerá una competencia nacional para los deportistas conocidos dentro del país, y aficionados, por último el mismo día, se brindará un concierto de punk y rock con artistas nacionales.

Habrà promociones y descuentos para aquellos días de menor demanda con el fin de incentivar a los clientes que visiten el campo de Paintball:

- ✓ Entradas 2x1 los días martes

Los clientes tendrán la oportunidad de entrar gratuitamente al establecimiento el día de su cumpleaños y tendremos sorpresas como: Demostraciones en pantalla gigante de eventos realizados alrededor del mundo, consumo gratuito en el bar solo para el cumpleaños.

Se dará a conocer el escenario deportivo mediante vallas, afiches, banners y demás formas de publicidad para lograr el objetivo propuesto que es de captar el mercado objetivo y obtener la atención de más personas para que lo practiquen.

Para comodidad de los clientes, se establecerán precios acordes a la necesidad del usuario, como paquetes que incluyan pagos diarios, semanales, mensuales, semestrales y anuales.

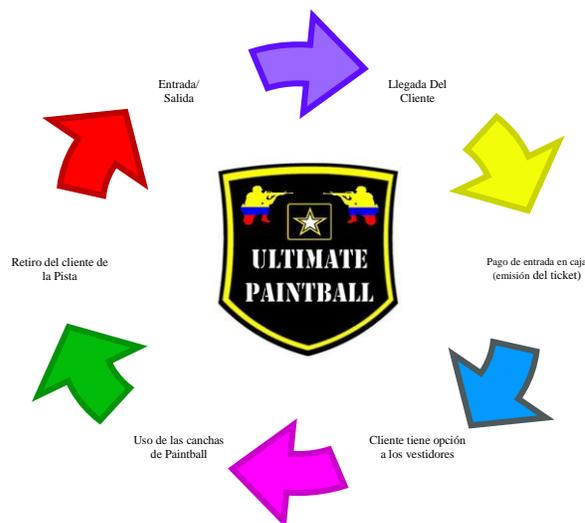
El desarrollo empresarial del establecimiento dependerá de los auspiciantes también, ya que ayudarán a sustentar los gastos de los eventos deportivos y demás costos que se incurrirán en ocasiones como éstas, conjuntamente deberán pagar un valor anual por el espacio publicitario que tendrán dentro de la infraestructura.

Posicionamiento

El posicionamiento se lo va a conseguir a través de la publicidad escrita y visual que vamos a utilizar, además de involucrar al público con competencias y eventos importantes dentro del establecimiento, para que se convierta en un lugar reconocido para el desarrollo de los jóvenes y niños de una manera saludable e importante en sus etapas de vida.

5. Requerimientos del proyecto

5.1. Proceso de compra



El proceso de compra del servicio a prestar es el siguiente:

- ✓ El cliente puede tener acceso a los campos de Paintball, acercándose primero a la boletería y pagar el valor de la entrada, eligiendo el tipo de campo al cual quisiera acceder. El establecimiento atenderá de lunes a sábado a partir de las 09:00 am hasta las 8:00 pm y de viernes a domingo de 10:00 am a 21:30 pm, debido que estos fueron los resultados obtenidos de las encuestas, hay cierta preferencia por parte de las personas de jugar en la noche.
- ✓ Estando dentro de los campos de Paintball el deportista podrá tener acceso a al bar y al local de indumentaria y equipo.

5.2. Tamaño de las instalaciones

Se ha elegido alquilar y construir el establecimiento, lo cual significa que se realizará un balance de inversión en obras físicas.

La capacidad máxima determinada para la entrada al establecimiento es entre 100 a 350 visitas al día, los viernes, sábados y domingos que son los días de mayor asistencia.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



El proyecto se desarrollará en un solar ubicado Av. De las aguas, Urdesa – a lado del colegio Delfos, parroquia urbana Tarquín de la ciudad de Guayaquil.

El área del lote es de 4000 m². El área de construcción es de 3993,44 m² superficie en la cual se implementará la siguiente programación:

✓ Estacionamiento vehicular.

Será inicialmente en un área compactada y señalizada con pintura de tránsito, con capacidad para 70 vehículos.

✓ Ingreso.

Será en la fachada con frente a la avenida de las aguas, Urdesa. Habrá un control para la venta de entradas, que estará cerca de la oficina administrativa. En el lado opuesto (fachada posterior), habrá una salida de emergencia en caso de siniestro.

5.3. Estudio de Localización.

Los campos de Paintball es un establecimiento los cuales deben de estar ubicados en un lugar de mucha afluencia, así que la localización estratégica que debe tener es muy importante para que los deportistas tengan facilidad de acceso. Se ha considerado:

- ✓ Cercanía del mercado.
- ✓ Disponibilidad y costos del terreno.
- ✓ Disponibilidad de Servicios Básicos.

El establecimiento funcionará en un lugar amplio con un vasto despliegue natural. Para esto hemos escogido como lugar de funcionamiento un predio ubicado en la zona más arbolada y donde el contacto con la naturaleza es visible unos metros antes, el cual permite un correcto desarrollo del servicio prestado. Este predio se encontrará ubicado en Av. De las Aguas, Urdesa – lado del colegio Delfos, del norte de Guayaquil. El terreno es de aproximadamente 4000m².

6. Estudio Organizacional

El Paintball es un centro de entretenimiento que busca ofrecer los mejores campos para practicar este

deporte en la ciudad de Guayaquil. Por ser un servicio nuevo en el mercado es vital conseguir la confianza del público, con el fin de que soliciten el servicio y nos permitan ser la primera fuente a la que acudan cuando necesiten realizar su deporte sin temor al costo que esto implica.

Para lo cual se ha desarrollado un organigrama, que busca establecer la estructura organizacional del establecimiento, teniendo como único fin optimizar tiempo, reducir errores, y realizar de manera eficaz y eficiente la labor requerida.

Originalmente el grupo de trabajo estará formado por 13 personas, contando desde la gerencia hasta los auxiliares.

7. Propuesta Financiera

El proyecto está dedicado a ofrecer su infraestructura para el desarrollo de este deporte extremo, por lo que habría que tener en cuenta cuáles son los respectivos egresos tanto de operación como de inversión necesarios para el desarrollo del mismo. Los egresos de Inversión representativos son aquellos considerados como activos fijos. De la inversión el total, el 30% será patrimonio propio y el 70% se lo obtendrá por medio de un préstamo bancario.

A continuación se detalla la información de la inversión inicial del proyecto:

INVERSION INICIAL	
OBRAS FISICAS	\$ 639,752.56
EQUIPOS Y MUEBLES	\$ 4,362.00
TRAMITES LEGALES	\$ 2,000.00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4,620.00
TOTAL INVERSION	\$ 650,735.51

Elaborado por Autores.

- ❖ Las obras físicas corresponden a la construcción de la infraestructura con la respectiva implementación de los campos de Paintball incluyendo también en la inversión de los equipos y muebles.
- ❖ Los trámites legales corresponden a todos los permisos de construcción y funcionamiento del mismo.
- ❖ El capital de trabajo corresponde a los gastos que hacen en el giro del negocio.

En este proyecto se obtendría varias fuentes de ingreso que se detallan a continuación:



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



- ❖ Ingresos por entrada: Se toma en consideración la capacidad estimada del establecimiento (100 a 350 personas) y los resultados obtenidos por parte de la encuesta de acuerdo a la frecuencia de asistencia diaria; se multiplicó el total de asistencias por el precio estimado de \$ 23 por persona.
- ❖ Ingresos por Bar: Se considera que por cada 2 personas habría un consumo de 3 dólares.

Las ventas proyectadas para el primer año de servicio son de USD **426.117,12**

Además de la inversión inicial, además se deberán estimar los gastos administrativos como son los sueldos y salarios del personal operativo y administrativo, los servicios básicos, materiales e insumos, entre otros. Gastos de ventas que corresponden a los gastos de publicidad.

Con el propósito de determinar la factibilidad del ingreso del proyecto en la ciudad de Guayaquil, se usó el método del VAN y la TIR. Para ello se determinó una tasa de descuento de 16.8% (17%).

En base a los resultados obtenidos se observa que el proyecto si es rentable dado que el $VAN > 0$, teniendo \$ **437.792,90** y al mismo tiempo la TIR es de 39.55% que es mayor a la tasa de descuento que es del 17%; lo que confirma que el proyecto si produciría ganancias.

VAN	\$437,792,90
TIR	39.55%

Elaborado por Autores.

El proyecto recuperará la inversión en el 6to año y el 5to mes de operación.

El análisis de sensibilidad indica que la variable a la cuales el proyecto es sensible son respecto a las cantidades y a los precios (si es que estos fluctúan entre 17% y 25% menor al proyectado). Un cambio de cualquiera de estas variables que afectan al ingreso por mas relativo que sea para el proyecto son una gran variación en lo que respecta al funcionamiento del proyecto.

Egresos como los gastos administrativos y/o de ventas no representa un gran riesgo para el proyecto y su variación no afectaría.

8. Conclusiones

La implementación de campos de Paintball proyecta mucha demanda, ya que actualmente en la ciudad hay muy pocos lugares para practicar estos deportes extremos.

Después de realizar las encuestas se pudo constatar la demanda potencial, las asistencias que se tendría a lo largo de la semana y que tipos de campos son preferidos por los deportistas, lo que indica que el proyecto va a tener una gran aceptación, debido a que la infraestructura se acopla a los gustos y preferencias del deportista.

Los resultados del estudio financiero muestran ventajas y posibilidades de llevar a cabo el proyecto, arrojando resultados exitosos que se reflejan en la TIR (Tasa Interna de Retorno) del 39.55% y un VAN de \$ 437,792.90.

Con respecto al análisis de sensibilidad se concluye que tanto variables como la demanda y los precios son aquellas variables sensibles que afectarían al Ingreso (variable dependiente) y por ende al proyecto en general.

Al ser el primer campo de Paintball con diferentes tipos de ambientes ofrecidos acompañado de los diferentes tipos de simulaciones en el mercado que ofrece este tipo de servicio, se tendrá una ventaja competitiva sobre otros establecimientos de diversión y práctica que existen en la ciudad de Guayaquil.

9. Recomendaciones

Para que el negocio se maneje con éxito en el mercado, se debe ser perseverante sobre la eficiencia del servicio y así llegar a cumplir las expectativas económicas y personales.

- ❖ Sería favorable que la empresa este constantemente en la búsqueda de nuevos software que permita el avance tecnológico y la mejora en el servicio que se brinda; esto



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



fortalecería la fidelidad de nuestros clientes y la participación de clientes potenciales.

- ❖ Realizar mantenimiento en la infraestructura de la empresa para que los usuarios se encuentren satisfechos y seguir siendo la primera opción en sus mentes al momento de realizar su deporte favorito.
- ❖ Capacitación frecuente de los empleados para que puedan transmitir el verdadero objetivo de la empresa, trabajando como equipo para lograr cada uno de los objetivos.
- ❖ Constantes evaluaciones que permita a la empresa conocer el grado de satisfacción de los clientes, de esta manera se sabría lo que se debe mejorar y sobre todo lo que se debe fortalecer como organización; a largo plazo se cumplirían las expectativas económicas y personales.

10. Referencias

[1] http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4AIf42ySFLAJ:www.portfoliopersonal.com/Tasa+Interes/hTB_TIR.asp+tasa+de+bonos+del+tesoro+de+estados+unidos&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&source=www.google.com.ec

[2] <http://es.wikipedia.org/wiki/Paintball>

[3] <http://www.bce.fin.ec/>

[4] <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

[5] <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB000003>

Ing. Patricia Valdiviezo V.
Directora de Tesis

13 de Enero del 2012