"Proyecto para la Creación de un Centro de Entretenimiento Familiar tipo Bolocentro en la ciudad de San Francisco de Milagro"

Presentado por:
Denisse Elizabeth Bazurto Sellán
María José Rivera Cevallos
Sarita Ivonne Tucunango Almeida


BOWLING
..MILAGRO..

INTRODUCCIÓN

La ciudad de San Francisco de Milagro tiene un nicho de mercado insatisfecho en términos de entretenimiento. Existe el Paseo Shopping Milagro, relativamente el único popular centro comercial que abarca a cientos de personas cada fin de semana, amigos y familiares que desean despejar su mente de las actividades cotidianas.

PROBLEMAS

- Carencia de locales de entretenimiento como este tipo
- Carencia de centros de esparcimiento familiar
- Necesidad de buscar fuera de la ciudad centros de entretenimiento
- No diversificación de actividades

OPORTUNIDADES

- Únicos en el mercado (monopolio)
- Captación de clientes mayor, dado a la tecnología.
- Implementación de una campaña de marketing directo a nuestro target y promociones y eventos nunca escuchados ni implementados en la idea del negocio
- Dar a conocer a la comunidad milagreña acerca del deporte bolos y su practica

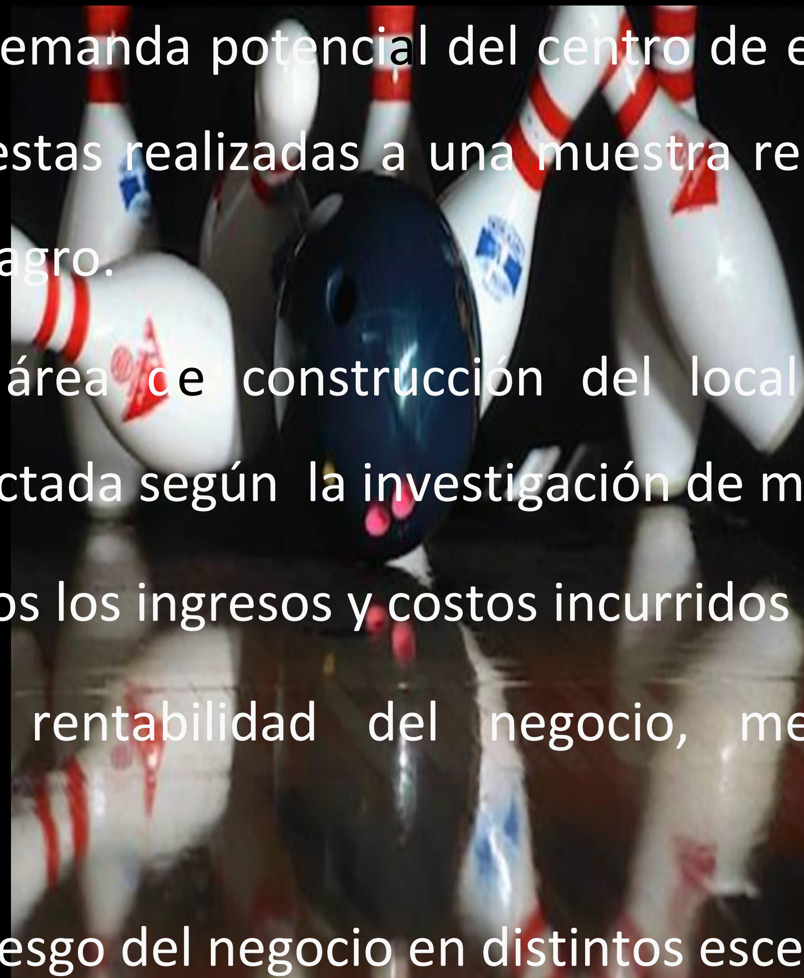
CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

El proyecto consiste en implementar y poner en funcionamiento una pista de Bolos en la ciudad de Milagro. Este contará con 8 pistas y conteo de puntos computarizado. La innovación que presenta este proyecto es poder ofrecer a los milagreños que gustan de los bolos, una pista que cuente con la tecnología avanzada utilizada en este deporte

OBJETIVO GENERAL

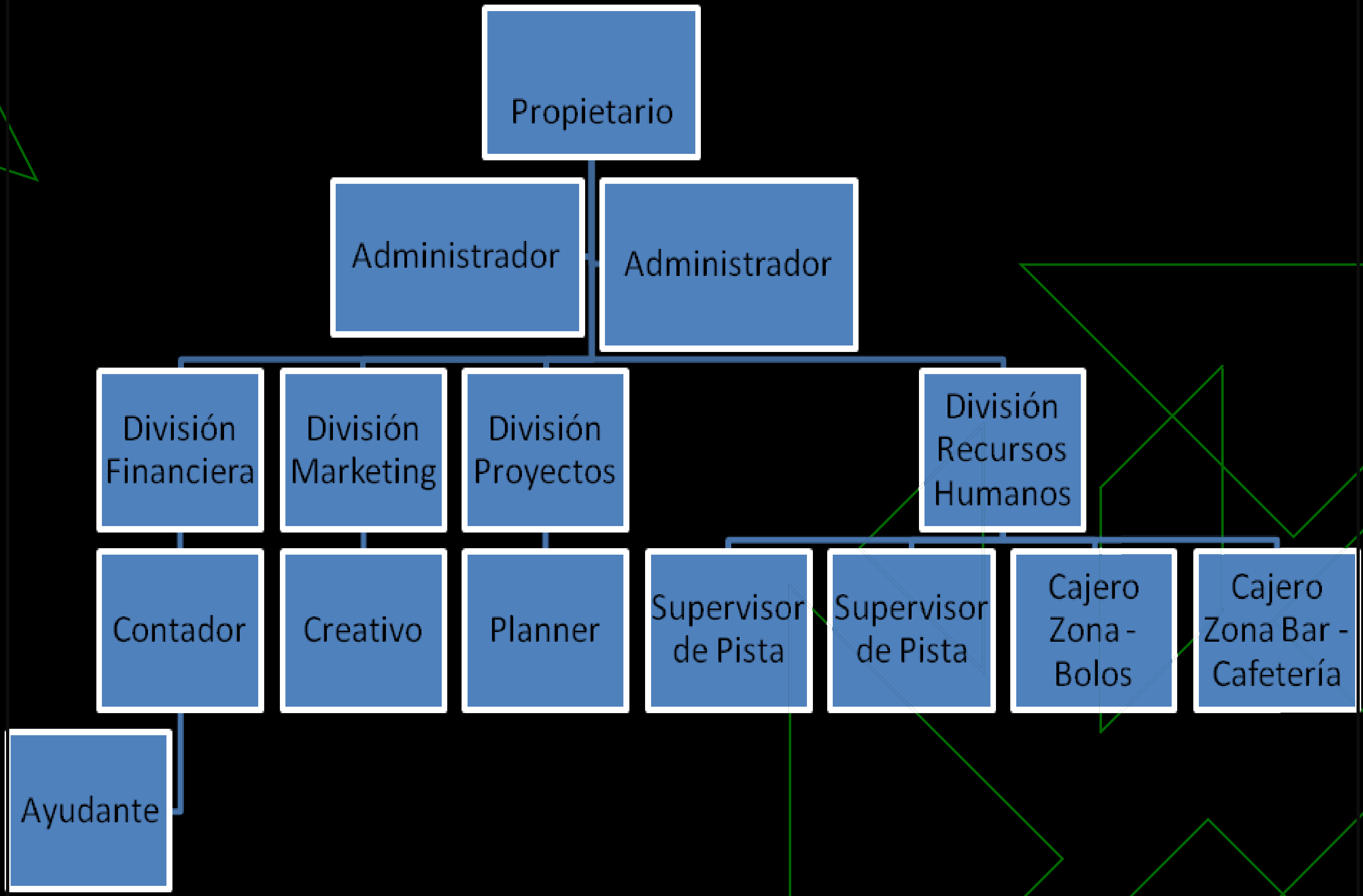
Brindar la oportunidad a las personas de pasar un rato agradable con sus familias y amigos, ofreciendo un centro de diversión tipo Bolocentro

OBJETIVOS ESPECIFICOS



- Determinar la demanda potencial del centro de entretenimiento mediante encuestas realizadas a una muestra representativa en la ciudad de Milagro.
- Determinar el área de construcción del local en base a la demanda proyectada según la investigación de mercado.
- Determinar todos los ingresos y costos incurridos en el proyecto.
- Determinar la rentabilidad del negocio, mediante índices financieros.
- Determinar el riesgo del negocio en distintos escenarios.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL



F O D A

FORTALEZAS

- Tecnología
- Eventos y promociones más recientes en el mercado
- Ubicación estratégica
- Únicos en el mercado

OPORTUNIDADES

- Crecimiento del sector del entretenimiento
- Aceptación local de costumbres
- Escasa competencia indirecta
- Promociones y eventos innovadores
- Buena localización
- Crecimiento nacional de aficionados al deporte

DEBILIDADES

- Precio
- Gastos por mantenimiento de equipo

AMENAZAS

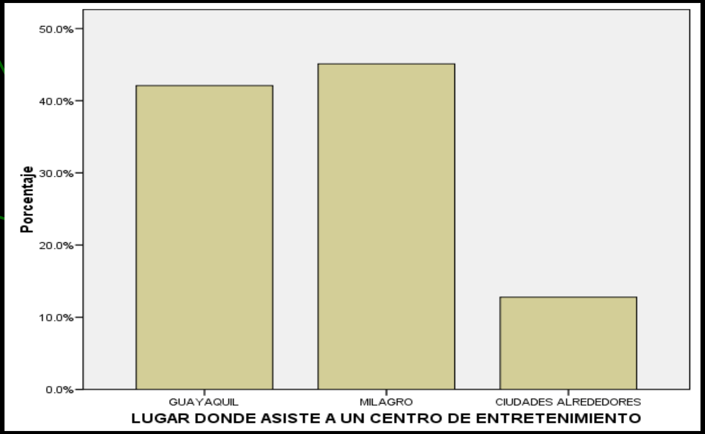
- Apertura de nuevas salas de video juegos y bolos
- Delincuencia
- Futuras imitaciones
- Deporte de aún baja popularidad

INVESTIGACION DE MERCADO

- Encuestas con preguntas cerradas
- Análisis con SPSS
- Variables a analizar:
  - Variables demográficas del cliente: sexo, ingreso.
  - Variables Conductuales: frecuencia de asistencia, actitud hacia el servicio.

SEGMENTACION DEL MERCADO META

- Ciuidad de elección para entretenerse

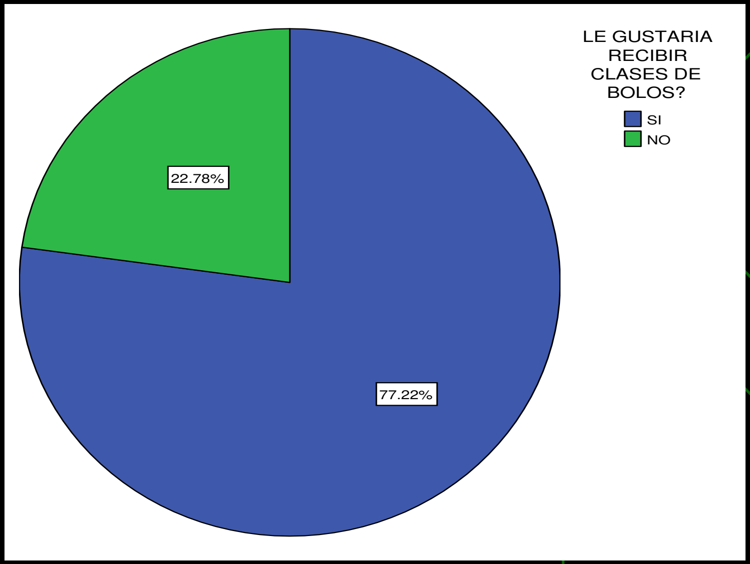


- Conocimiento de bolocentro en Milagro

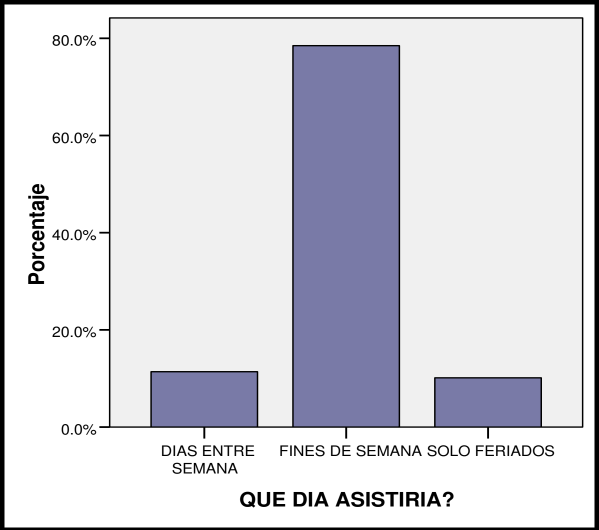
Edades de interesados

		EDAD									
		MENOS DE 18 AÑOS		18-25		26-35		MAS DE 35 AÑOS		Total	
		Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila	Recuento	% de la fila
ASISTIRIA A UN BOLOCENTRO EN MILAGRO	SI	201	63,6 %	81	25,6 %	20	6,3%	14	4,4%	316	100,0 %

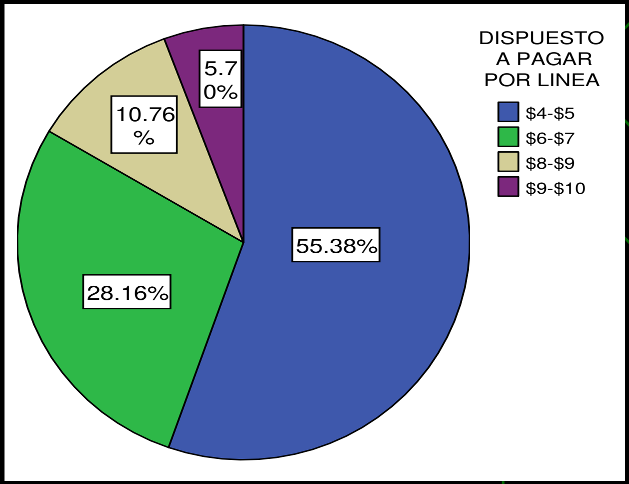
Interés por aprender a jugar bolos con un profesional



- **Días de asistencia**



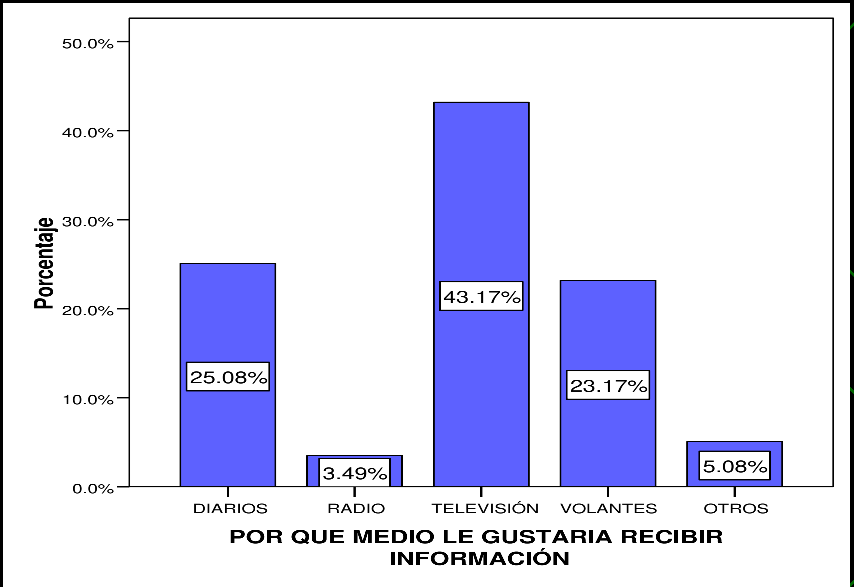
- **Predisposición de precio a pagar**



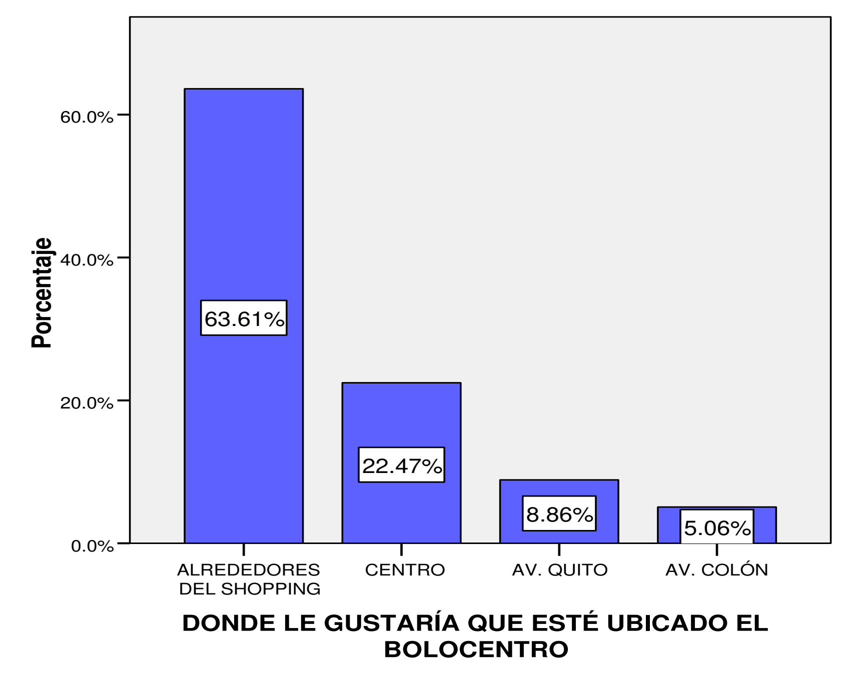
- **Factores importantes**

Factor	Score
Limpieza	864
Modernidad	872
Ubicación	928
Rapidez en el servicio	1017
Cantidad de Pistas	1037

- **Medio de promoción preferida**



Localización



DEMANDA POTENCIAL

	MILAGRO	PORCENTAJE
Población total	140.103	100%
Entre 12 y 24 años	42.627	30,44%

ÁREAS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
URBANA	56.269	57.171	113.440
RURAL	13.996	12.667	26.663
TOTAL	70.265	69.838	140.103

RESULTADOS

Según resultados del SPSS, el 79% de las personas entrevistadas están dispuestas a asistir a un centro de entretenimiento, de los cuales el 47,8% son de sexo masculino y el 5,2% de sexo femenino, de los que no están dispuestos a asistir al Bolocentro representa el 21% dando esta una suma total del 100% de cobertura.

Matriz de Implicación

	Aprehension	
	Racional	Emocional
Implicación Fuerte	*Aprendizaje*	*Afectividad*
Implicación Débil	*Rutina*	Hedonismo Placer **BOLOCENTRO**

MATRIZ BCG

MACRO SEGMENTACION

- ***Necesidad Básica:*** Satisfacer gustos y emociones de personas que carecen de centros de entretenimiento
- ***Grupo Objetivo:*** Hombres y Mujeres de la Ciudad de Milagro que tengan la curiosidad de experimentar un deporte nuevo y novedoso
- ***Tecnología:*** Concepto nuevo e innovador en centros de entretenimiento entre familiares y amigos.
- ***Grupos de Compradores:*** Hombres y mujeres de la ciudad de Milagro, que no necesitarían viajar a la ciudad de Guayaquil o ciudades cercanas para entretenerse

MICRO SEGMENTACION

- ***Ubicación:*** Sectores de clase media, media alta y alta de la ciudad de Milagro.
- ***Sexo*:** Hombres y mujeres
- ***Edad*:** a partir de los 12 años de edad
- ***Actividad*:** Adolescentes y jóvenes estudiantes
- ***Intereses*:** Milagreños y demás ciudadanos cercanos a la ciudad de Milagro se entretengan con un servicio de primera calidad en tecnología

FUERZAS DE PORTER

Entrada de Nuevas Empresas
MEDIA

- Fuerte inversión inicial
- Imitable para grandes empresas

Poder de los Proveedores
ALTA

- Compromisos con grandes empresas (Brunswick Bowling)
- Alto nivel de switching cost

Rivalidad
ALTA

- Competidores indirectos
- Promociones
- Descuentos
- Calidad/Precio

Poder del Consumidor
BAJA

- Muchos consumidores
- Calidad ante cantidad
- Segmento de mercado amplio

Sustitutos
ALTA

- Cines
- Bares
- Paseo Shopping
- Complejos Deportivos

MARKETING MIX

PRODUCTO

- Pensado en base a las necesidades del segmento adolescente (63% de la población) que necesitan ser cubiertas
- Marca: ***Bolos y +***
- Slogan: **diversión sana siempre a mi alcance!**

PRECIO

- La mayoría de personas están dispuestas a pagar entre $4 y $5 por línea de bolos
- Monopolio significa cierto poder en el precio. No abusar debido a sustitutos

PLAZA

- Ubicado en los alrededores del Shopping de Milagro, en la Av. 17 de Septiembre
- La ubicación se muestra como tercer factor más importante

PROMOCION

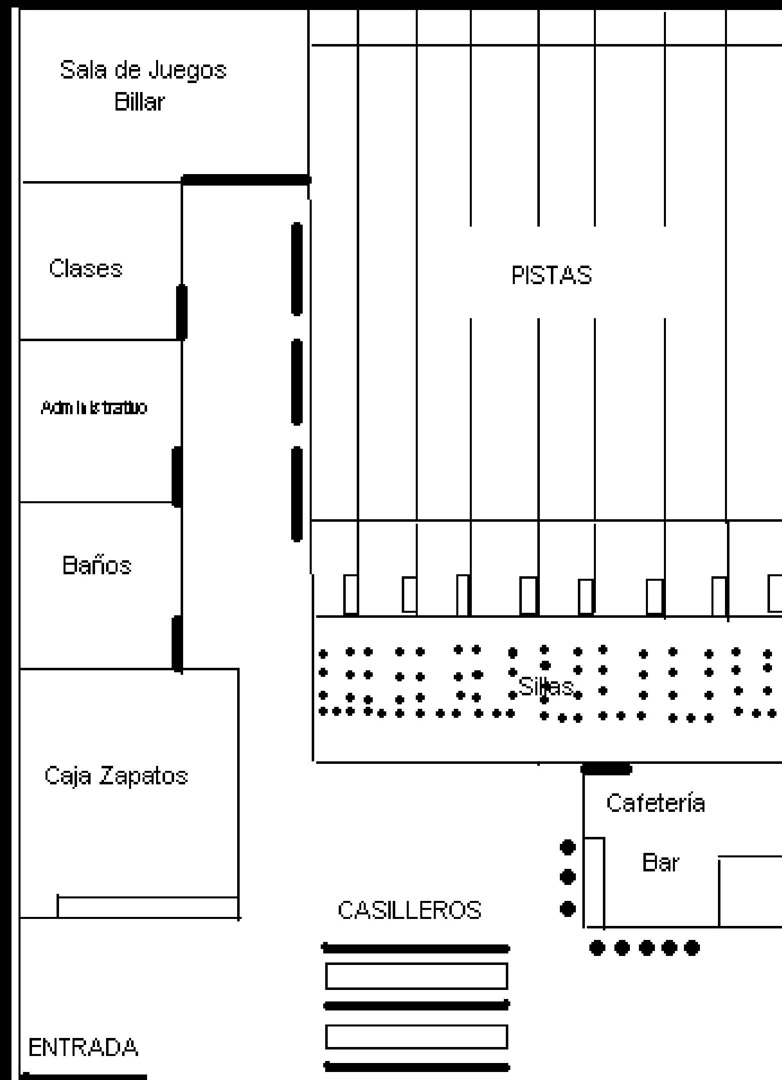
- Promociones televisivas no convienen por alto costo y poca dífusión de canales exclusivos de Milagro
- Espacio publicitario en el periódico masivo local La Verdad, periódico de emisión semanal los sábados, por 3 meses
- Entrega de volantes en las afueras de los colegios de Milagro, ya que adolescentes forman parte mayoritaria de nuestro target.

ESTUDIO TÉCNICO

Estudio de Localización

Factores de Decisión	Peso	Alrededores Paseo Shopping		Centro		Av. Quito		Av. Colón	
		Calif.	Promedio	Calif.	Promedio	Calif.	Promedio	Calif.	Promedio
Dimensión	37%	4	1,48	3	1,11	4	1,48	2	0,74
Preferencia Demanda Potencial	43%	5	2,15	4	1,72	3	1,29	2	0,86
Costo	20%	3	0,6	3	0,6	4	0,8	4	0,8
Total	100%		**4,23**		**3,43**		**3,57**		**2,4**

AREA FISICA


Sala de Juegos
Billar
Clases
PISTAS
Administrativo
Baños
Sillas
Caja Zapatos
Cafetería
Bar
CASILLEROS
ENTRADA

BALANCE DE EQUIPOS

Balance de Equipos	Cantidad	Costo	Costo Total	Vida Util
Computadoras	3	$ 500,00	$ 1.500,00	5
Impresora	1	$ 80,00	$ 80,00	3
Aire Acondicionado	3	$ 2.000,00	$ 6.000,00	5
Muebles y Enseres	-	-	$ 3.000,00	
Pistas de Bolos	8	$ 520,00	$ 4.160,00	10
Posicionador de Bolos	8	$ 210,00	$ 1.680,00	15
Accsesorios de Bolos				
Bolas	64	$ 50,00	$ 3.200,00	5
Zapatos	100	$ 25,00	$ 2.500,00	3

BALANCE DE OBRAS FISICAS

Ítem	Unidad de Medida	Cantida d	Costo Unitario	Costo Total
Local	m2	200	$ 504,41	$ 100.882,00
Estacionamientos	m2	40	$ 26.43	$ 1.057,20
Paredes	m2	35	$ 196,30	$ 6.871,55
Pisos y Techo	m2	35	$ 196,30	$ 6.871,55
			Total	$ 115.682,30

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN TERRENO	$ 80.000,00
INVERSIÓN OBRAS FÍSICAS	$ 115.682,30
INVERSIÓN EQUIPOS	$ 264.960,00
TOTAL INVERSIÓN	**$ 460.642,30**

PROYECCIÓN DE INGRESOS

Ingresos Anuales	$
Ingresos Bolos	$ 212.654,08
Ingresos Accesorios	$ 115.526,88
Ingresos Arriendo Áreas	$ 19.200,00
Total Ingresos por Clases	$ 5.400,00
TOTAL	**$ 352.780,96**

COSTOS

- Costos Operativos

COTOS OPERATIVOS	
Sueldo de Operarios	$ 17.378,63
Mantenimiento de Máquinas	$ 1.200,00
Limpieza de Accesorios	$ 600,00
Electricidad	$ 5.400,00
Sueldo Profesor	$ 4.320,00
Gasto de medias	$ 300,00
TOTAL COSTOS OPERARATIVOS	**$ 29.198,63**

- Costos No Operativos

COSTOS NO OPERATIVOS	
SUELDOS Y SALARIOS	$ 54.640,97
ELECTRICIDAD	$ 1.080,00
CONSUMO DE AGUA	$ 600,00
LIMPIEZA DE LOCAL	$ 720,00
SUMINISTRO DE OFICINA	$ 600,00
SEGURIDAD	$ 6.000,00
COMUNICACIÓN	$ 1.200,00
PUBLICIDAD	$ 30.000,00
TOTAL C.N.O	**$ 94.840,97**

DEPRECIACIÓN

- Método de depreciación en línea recta

Depreciación por Año de los Equipos	
Año 1	$ 28.784,67
Año 2	$ 28.784,67
Año 3	$ 27.534,67
Año 4	$ 27.008,00
Año 5	$ 27.008,00
Año 6	$ 25.168,00
Año 7	$ 25.168,00
Año 8	$ 25.168,00
Año 9	$ 25.168,00
Año 10	$ 25.168,00

CAPITAL DE TRABAJO

- Método de periodo de desfase
- Considerando los Costos Operativos y no Operativos del primer año podemos decir que el capital de trabajo es de $10.336,63

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

- Capital Propio: 30%
- Capital Prestado (CFN): 70%

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Inversión	$	460.642,30
Capital de Trabajo	$	10.336,63
Total Capital	$	470.978,93
Capital Propio	$	141.293,68
Financiamiento	$	329.685,25
NPER		120
TASA ANUAL		11%
TASA MENSUAL		0,87%
PAGO MENSUAL		$ 4.445,20
COSTO FINANCIERO ANUAL	$	53.342,35

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADO
BOLOCENTRO DE MILAGRO
Al primer año

TOTAL INGRESOS	$	352.780,96
GASTOS OPERATIVOS	$	(29.198,63)
GASTOS NO OPERATIVOS	$	(94.840,97)
GASTOS FINANCIEROS	$	(33.626,70)
DEPRECIACIÓN	$	(28.784,67)
UTILIDAD	$	166.330,00
Participación de trabajadores 15%	$	(24.949,50)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$	141.380,50
Impuestos 25%	$	(35.345,12)
UTILIDAD NETA	$	106.035,37

PAYBACK

AÑO	FNE	PAYBACK
0		$ 460.642,30
1	$ 81.098,64	$ 379.543,66
2	$ 81.111,23	$ 298.432,43
3	$ 85.640,28	$ 212.792,15
4	$ 85.392,59	$ 127.399,55
5	$ 90.287,27	$ 37.112,29
6	$ 89.455,66	$ (52.343,38)
7	$ 94.219,77	$ (146.563,15)
8	$ 93.899,16	$ (240.462,31)
9	$ 98.478,86	$ (338.941,17)
10	$ 110.778,75	$ (449.719,92)

COSTO DE CAPITALY TMAR

Rentabilidad de Mercado

TASA DE DESCUENTO	
RF	1,51%
RM	19,92%
β	0,79%
RIESGO PAIS	38,64%
Ke	**40,30%**

Rentabilidad exigida por el Inversionista

PATRIMONIO	$ 470.978,93
PRÉSTAMO	$ 329.685,25
CAPITAL PROPIO	$ 141.293,68
Kd	11,00%
t	25%
K	**17,86%**

VAN Y TIR

- Con la tasa de descuento calculada, se procede a calcular el VAN, la tasa de retorno ofrecida por el proyecto (TIR) y el Valor Anual Equivalente (VAE), considerando los flujos de efectivo durante los 10 años de vida del proyecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

VAN	$ 254.392,87
TIR	59%
VAE	$ 56.332,29

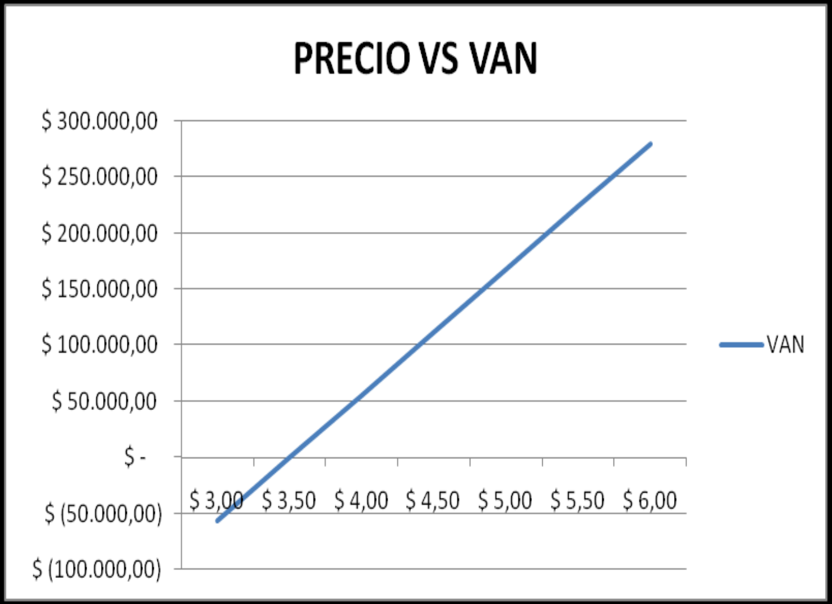
ANALISIS DE SENSIBLIDIDAD

Para determinar el riesgo de nuestro proyecto hemos considerado 2 variables para el análisis:

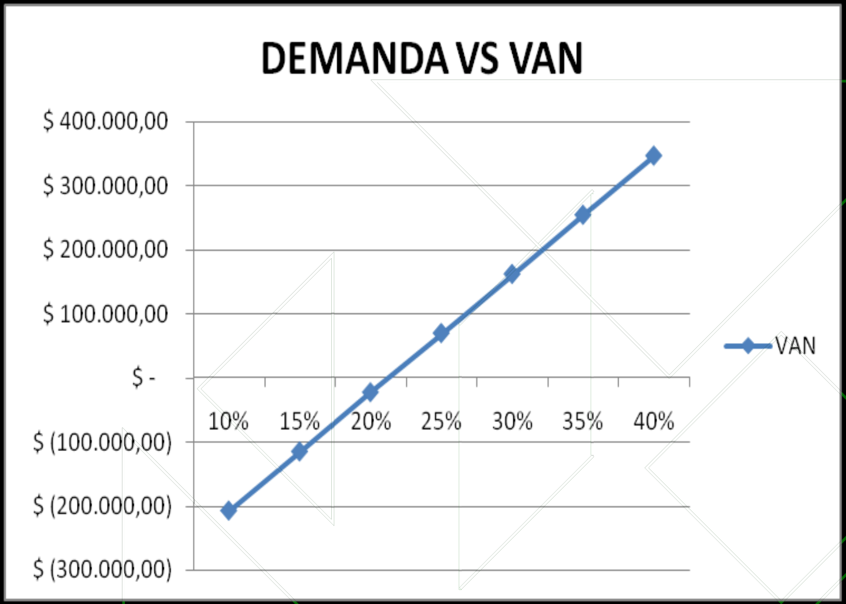
- **Precio por Línea de Bolos**
- **Demanda**

ANALISIS DE SENSIBLIDIDAD

- **Precio por Línea de Bolos**



- **Demanda**



ANALISIS DE SENSIBLIDIDAD

- Escenario Optimista:
- Demanda aumenta un 30%

AÑO	FNE	PAYBACK
0		$ 460.642,30
1	$ 121.768,69	$ 338.873,61
2	$ 122.472,66	$ 216.400,95
3	$ 127.704,87	$ 88.696,08
4	$ 128.172,27	$ (39.476,19)
5	$ 133.794,20	$ (173.270,39)
6	$ 133.702,21	$ (306.972,61)
7	$ 139.218,51	$ (446.191,12)
8	$ 139.662,89	$ (585.854,00)
9	$ 145.020,56	$ (730.874,57)
10	$ 158.111,66	$ (888.986,23)

VAN	$ 448.443,02
TIR	88%
VAE	$ 99.302,40

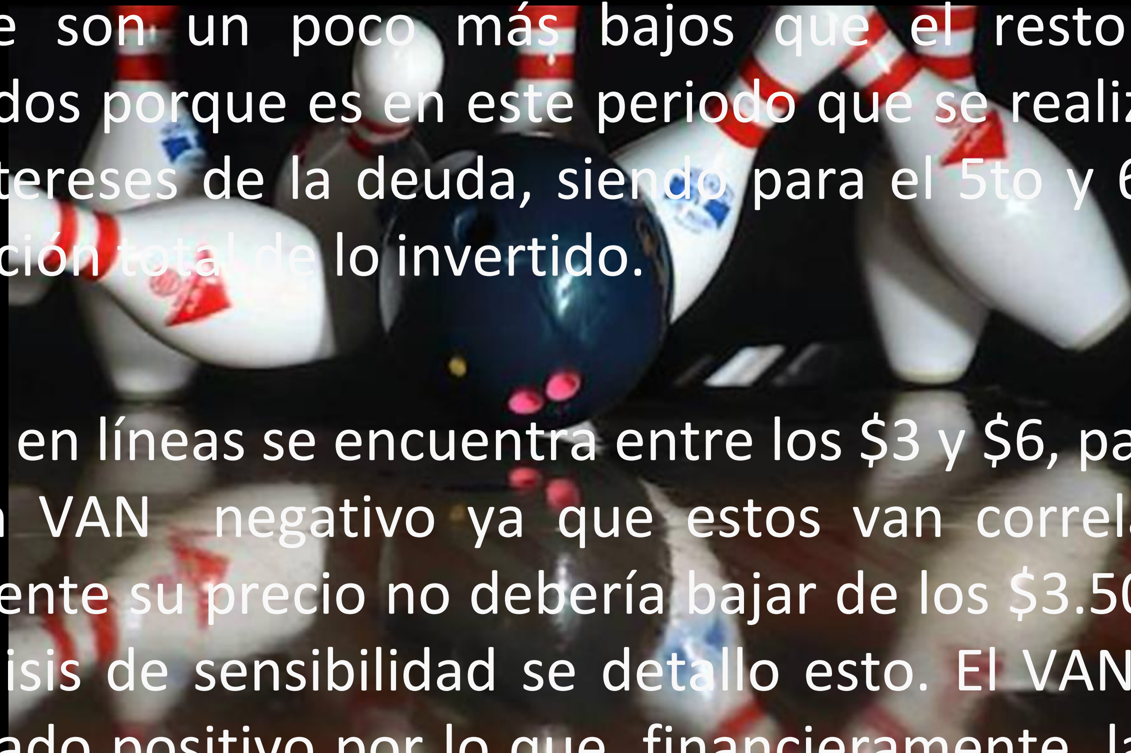
ANALISIS DE SENSIBLIDIDAD

- Escenario Pesimista:
- Demanda disminuye un 20%
- Precio cae a $ 4 por ausencia de clientes

VAN	$ (123.859,87)
TIR	-11%
VAE	($ 27.427,30)

AÑO	FNE	PAYBACK
0		$ 460.642,30
1	$ 1.822,45	$ 458.819,85
2	$ 487,34	$ 458.332,51
3	$ 3.645,79	$ 454.686,72
4	$ 2.004,19	$ 452.682,53
5	$ 5.481,27	$ 447.201,27
6	$ 3.207,96	$ 443.993,31
7	$ 6.505,85	$ 437.487,45
8	$ 4.694,11	$ 432.793,34
9	$ 7.757,32	$ 425.036,02
10	$ 18.514,94	$ 406.521,08

CONCLUSIONES



- Los análisis financieros reflejan la rentabilidad de este proyecto, consiguiente con las ganancias de los 2 primeros años que son un poco más bajos que el resto de años proyectados porque es en este periodo que se realiza el pago de los intereses de la deuda, siendo para el 5to y 6to año la recuperación total de lo invertido.

- Su precio en líneas se encuentra entre los $3 y $6, para que no exista un VAN negativo ya que estos van correlacionados directamente su precio no debería bajar de los $3.50, en base a su análisis de sensibilidad se detallo esto. El VAN presenta un resultado positivo por lo que, financieramente, la creación de la empresa Bolocentro es viable. La Tasa de descuento se fijo en un 17,86% a lo que, una vez realizados los cálculos financieros la TIR optimista la superó dando un total de 59%.

RECOMENDACIONES

- Para que el proyecto funcione de la manera en que está planteado, lo más conveniente es mantener la demanda en niveles medios y así cubrir con las expectativas del mismo.

- Consideramos que la mejor manera para poder mantener estos escenarios es una inversión de manera progresiva y constante en publicidad y promociones, para de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes continuos y llamar la atención a posibles nuevos clientes, debido a que nosotros somos totalmente dependientes de nuestros posibles y potenciales clientes

GRACIAS