Plan de Negocio para la Creación de un Centro de Diversión Nocturno Evangélico

Katherine Aparicio Quinde (1)
María del Carmen Manzo Vera (2)
Darío Suárez Jiménez (3)
Ec. Giovanny Bastidas Riofrío(4)
Facultad de Economía y Negocios (1)(2)(3)(4)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (1)(2)(3)(4)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5, Vía Perimetral (1)(2)(3)(4)
Apartado 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador (1)(2)(3)(4)
kathyaparicio@gmail.com (1),mari_carmen1128@hotmail.com(2),dariuz3@hotmail.com(3),
gbastida@espol.edu.ec(4)

Resumen

En Guayaquil, existe gran variedad de bares, discotecas, cafés, enfocados a todos los sectores sociales de la población. Un sector representativo que constantemente aumenta en nuestro país son los cristianos evangélicos. Considerando a estas personas como un mercado potencial, este proyecto ve la posibilidad de satisfacer una necesidad actualmente no cubierta en el mercado con una temática diferente al resto de discotecas y bares que existen hoy en día en nuestra ciudad.

Los cristianos no encuentran un lugar que se ajuste a sus requerimientos, unos optan por quedarse en sus hogares resignados a una situación poco dinámica, mientras que otros acceden a acudir a bares o restaurantes donde tal vez la música, el humo del cigarrillo o la venta de bebidas alcohólicas, provocan en ellos un estado de incomodidad e insatisfacción.

Se pretende establecer un modelo de negocio en base a la fidelización de los clientes. Donde la ventaja competitiva se basara en establecer poderes de negociación, teniendo como fundamento que somos los primeros en ofrecer un bar con esa temática. Las características que ofrecerá a sus clientes serán música cristiana en vivo, videos musicales, piqueos con nombres apegada a la doctrina cristiana, un ambiente divertido y juvenil.

Palabras Claves: *cristiano, evangélico, bar, nocturno, música en vivo.*

Abstract

Guayaquil has a great variety of clubs and cafes, for all social sectors of the population. An important sector of the population in Guayaquil which is constantly increasing are Christians. Considering these people as a potential market, this project sees the possibility of supply a not yet covered need in the market with a different approach to the rest of places that are currently offering different options of entertainment today in our city.

The Christians do not find a place that meets their requirements, some choose to stay in their homes resigned to a non dynamic situation, while others agree to go to bars or restaurants where maybe the music, the cigarette smoke or alcohol, cause them a state of discomfort and dissatisfaction.

This project is established on a business model based on customer loyalty. Where the competitive advantage is have a certain power in the negotiation, due to the fact that we are the first business offering a place with this theme. The characteristics it will offer to the customers are live Christian music, music videos, snacks with names attached to Christian doctrine in a fun and youthful way, with characters that would make the customer experience more enjoyable.

Key words: *Christian, evangelical, bar, nocturne, unplugged music.*

1. Antecedentes y justificación

En la ciudad de Guayaquil existe gran variedad de bares, cafés, y discotecas, enfocados a todos los sectores sociales de la población, así mismo la sociedad cada día abre pasó a la integración de diferentes tipos de culturas, religión, preferencias sexuales, entre otros casos. Sin embargo, un grupo numeroso de personas que constantemente aumenta en nuestro país son los cristianos evangélicos o también conocidos como cristianos protestantes por lo que consideramos importante abrir una posibilidad de distracción nocturna sana con un ambiente alejado del alcohol, sexo y drogas dedicado a personas de creencia evangélica cristiana. Siendo Guayaquil una de las ciudades más grande de nuestro país, la presencia de este grupo religioso era de esperarse. Actualmente existen más de 150.000 creyentes evangélicos con aproximadamente 1.500 templos, siendo casi el 7% de la población guayaquileña.

Tabla 1.- Establecimiento de comunidades evangélicas en Ecuador

PRINCIPALES IGLESIAS EVANGELICALES

	AÑO ESTAB.
Unión Misionera Evangélica	1896
Alianza Cristiana y Misionera	1897
Iglesia Adventista del Séptimo Día	1904
Iglesia de Hermanos Libres	1939
Iglesia del Pacto Evangélico	1947
Convención Bautista del Sur	1950
Misión Interamericana (OMS)	1952
Iglesia Menonita Conferencia General	1953
Misión Bereana	1959
Iglesia del Nazareno	1972
Iglesia Filadelfia en el Ecuador	1976

Fuente: Panorama de la Iglesia Evangelica en Ecuador por Julian Guaman Escritor:"el levantamiento indigena 2001", "proyecto politico y social de la nacionalidades indigenas del Ecuador", entre otros

Dado el hecho de no encontrar un lugar grato para compartir con sus compañeros, unos optan por quedarse en sus hogares resignados a una situación poco dinámica, mientras que otros acceden a acudir a bares o restaurantes, donde tal vez la música, el humo del cigarrillo o la venta de bebidas alcohólicas, provocan en ellos un estado de incomodidad e insatisfacción.

Se ha visto en esta realidad, una necesidad insatisfecha por el mercado de discotecas y que puede ser una idea de negocios muy productiva y lucrativa. Lo que se desea hacer con “PAPIROS UNPLUGGED BAR CRISTIANO” es ofrecer a estas personas una alternativa innovadora de distracción que satisfaga sus necesidades y sus creencias religiosas, donde todo el ambiente, desde la comida hasta la música, esté dedicado a ellos y en el cual se puedan sentir a gusto, cómodos y seguros.

Esta comunidad cuenta hoy en día con varios servicios como librerías, canales de televisión, emisoras de radio, todos estos dedicados exclusivamente para ellos. Sin embargo ellos no cuentan con un lugar con las características que PAPIROS UNPLUGGED BAR CRISTIANO les ofrece. Por lo que consideramos esto una buena oportunidad tanto para el negocio como para la comunidad evangélica. Pero este bar no solo beneficiara a los evangélicos, sino también a otro tipo de personas que deseen pasar un rato ameno y tranquilo, y que se acoplen perfectamente a esta cultura religiosa disfrutando de música religiosa pero vivificada, de los platos y bebidas que dentro del local estarán a su disposición.

2. Modelo de negocio

PAPIROS UNPLUGGED BAR CRISTIANO es una idea heterogénea de bar dentro del marcado de discotecas, bares y restaurantes, en la ciudad de Guayaquil. Puesto que este bar está enfocado a un nicho diferente al resto, siento este el grupo de cristianos evangélicos de esta ciudad. Ofreciéndoles servicios como: música cristiana en vivo, piqueos y bebidas con nombres que se asemejen a la creencia de su doctrina. Se prestara este servicio todos los fines de semana de jueves a domingo en el horario de la noche. Tiene como objetivo principal la total satisfacción de nuestros clientes, incursionando en el mercado con una propuesta diferente e innovadora, permitiéndole así a los profesantes del credo evangélico tener una alternativa de diversión nocturna sana y al agrado de los ojos de Dios.

La ventaja competitiva radica en que siendo el primer bar para personas cristiano evangélico, se podrá obtener poder de negociación en algunas de las partes de la cadena de abastecimiento, como por ejemplo ciertos proveedores con los que se puede hacer convenios ya que son cristianos evangélicos. Esto permitirá obtener bajos costos de adquisición pudiendo ofrecerle a los consumidores servicios con precios q se ajusten a sus bolsillos. Adicional a esto su valor agregado se palpara en las características q el bar ofrecerá, como shows de música cristiana en vivo tocada por interpretes de las diferentes Iglesias de Guayaquil, así también la decoración del local que tendrá en cada uno de sus rincones una inspiración del Cristo vivo que estos miembros profesan, plasmando en papiros, pinturas, en sus mesas, en sus comidas y bebidas, dinámicas, etc. Creando un ambiente divertido donde cada visitante pueda descubrir en el interior de este bar una parte de la cultura cristiana logrando q llegue a la mente y corazón de nuestros clientes de una manera acertada.

Podemos mencionar que las ventajas tecnológicas están a favor de los diversos tipos de mercados, y este negocio podría hacer buen uso de ellas. Utilizando adicionalmente el internet como canal de comunicación e información, expandiendo un poco más las fronteras y atrayendo así más clientes a PAPIROS UNPLUGGED BAR CRISTIANO.

Acogiendo las anteriores condiciones, este plan de negocio se apega a un Modelo de Fidelización. Donde se espera que la asistencia de cada cliente sea el principio de nuevas visitas al establecimiento. El objetivo de este es captar, convencer y conservar, manteniendo en nuestros clientes un estado de satisfacción y fidelidad. Se lograra esto atendiendo con la mayor cordialidad y respeto a cada uno de los visitantes. Implementando en el local una decoración acorde al nombre del bar pero no alejada de los gustos y preferencias juveniles, con platos deliciosos que deleiten el paladar de cualquiera. Logrando satisfacer así las necesidades de los visitantes.

3. Estudio de mercado

Se realizaron entrevistas a pastores de Iglesias Evangélicas locales, los mismos que ayudaron a confirmar que la propuesta de un bar dedicado a personas cristianas, tendría muchas acogida y apoyo por parte de líderes y miembros de este nicho. Indicando que muchas veces los jóvenes en busca de diversión frecuentan lugares que no son los adecuados de acuerdo a sus creencias, los entrevistados dejaron claro que al tratarse de un bar, la administración debe ser muy cuidadosa al momento de definir todo lo que se va a brindar en el local, desde música hasta bebidas de igual manera se realizo el respectivo análisis cuantitativo con encuestas, llegando a las siguientes conclusiones:

Nuestros potenciales clientes serán en su mayoría personas entre 20 y 24 años de edad, con un ingreso mensual de 200 a 500 Dólares.

El precio de mayor aceptación está entre 5 y 10 dólares, seguido del de menos de 5 dólares, por lo que se podría establecer un valor de 5 dólares para el consumo mínimo.

El sector ideal para establecer el negocio, sería el norte de la ciudad por la cercanía a las iglesias más representativas de Guayaquil y porque gran parte de los miembros de estas, viven en este sector.

Los participantes del grupo focal, sugirieron la venta de cockteles sin alcohol y piqueos, con nombre bíblicos.

La música en vivo es muy atractiva para los encuestados, así mismo el karaoke por lo que se podrían dedicar días específicos en la semana, para ofrecer los mismos.

Dadas estos resultados se tomo en cuenta estas características para el diseño del servicio, atendiendo así las necesidades de los potenciales clientes.

4. Plan de marketing

Características Demográficas Básicas: Jóvenes entre 20 – 24 años de edad principalmente; Además jóvenes entre 15-18 y 25-29 años en menor cantidad. Habitantes de la zona urbana de Guayaquil, específicamente el norte de la ciudad. Miembros de las Iglesias evangélicas ubicadas al norte de la ciudad.

Nuestro mercado meta son las personas con las características demográficas especificadas, que principalmente sean cristianas evangélicas y que estén dispuestos a cancelar entre 5 y 10 dólares de pago inicial.

Dado que la competitividad tiene relación directa con la participación del mercado, y por tratarse de una empresa nueva, se espera tener menos del 10% de participación del mercado potencial. Es decir se estima captar el 1% de la población cristiano evangélico comprendido entre las edades de 20 a 29 años.

El nombre escogido para este centro de diversión nocturno es PAPIROS UNPLUGGED BAR CRISTIANO, siendo este muy diferente al de los demás bares, representa esta ventaja como estrategia para poder desarrollar negocios y crear alianzas con los diferentes proveedores, para así obtener bajos costos y ofrecerles a nuestros clientes un servicio más ajustado a su bolsillo, siendo esta la mayor ventaja competitiva frente a la mercado.

Adicional a esto el bar ofrecerá el servicio de lounge, con un menú variado para todos los gustos, estos platos estarán diferenciados con nombres sacados de la biblia que se apeguen a la doctrina que ellos practican pero que no atentan de ningún modo a sus creencias.

Tabla 2.- Menú de comidas con nombres de historias bíblicas.

	MENU	
1	El Buen Samaritano + lanzas de oro	Cordon Blue + Papas fritas
2	Estrellas de Oriente +lanzas de oro	Camarones apanados+salsa+papas fritas
3	Brazalestes de los Reyes Egipcios + lanzas de oro	Medalloes de Calamar apanado+salsa+papas fritas
4	Jonas y el Gran Pez +lanzas de oro	Deditos de pescado+salsa+papas fritas
5	Magestuosa Arca de Noe	Mariscos Mixtos camaron, pescado, calamar+salsa
6	Melchor + lanzas de oro	Brochetas Carne+Salsa+Papas fritas
7	Gaspar + lanzas de oro	Brochetas Pollo+Salsa+Papas fritas
8	Baltazar+lanzas de oro	Brochetas Cerdo+Salsa+Papas fritas
9	Los Tres Reyes Magos + lanzas de oro	Brochetas Especiales+Salsa+Papas fritas
10	Alas de Angel Caido + lanzas de oro	Alitas en BBQ + papas fritas
11	Eva de Adan + lanzas de oro	Costillas de Cerdo en BBQ + papas fritas
12	Salomon + lanzas de oro	Sanduche de Salmon + Papas Fritas
13	Dalila + lanzas de oro	Sanduche Pollo + Papas Fritas
14	Goliat + lanzas de oro	Sanduche de Pavo + Papas Fritas
15	Sanson + lanzas de oro	Sanduche de Chancho + Papas Fritas
16	Copa de Mar Rojo	Vino Tinto

Elaborado por los Autores. *Asesoria del Cheff Internacional: Julio Olvera*

La decoración del local también es muy importante puesto que se desea llegar a la mente y corazones de cada uno de los visitantes con un mensaje de alegría y gozo espiritual, para que de una u otra forma cada invitado pueda conocer un poco más de la cultura de los jóvenes evangélicos de lo que ellos hacen y de lo que ellos piensan y creen. Esto estará plasmado en paredes, lienzos, mesas, personal de servicio y demás como galletas que se servirán al momento de entregar el menú a los clientes, las cuales se asemejan a las galletas de la fortuna, pero al partirlas en el papel en forma de un papiro habrá un mensaje positivo o dato curioso referente a la historia de la creencia cristiana evangélica, los cuales no serán muy repetitivos.

4.1. Marketing mix

Plaza: Las necesidades que se desean cubrir son: visibilidad del local, índice de seguridad, capacidad de estacionamiento gratuito en ese mismo orden de importancia. No solo basta con definir las alternativas, sino también con pesarlas entre sectores potenciales de ubicación. Los sectores son Alborada, Urdesa y Garzota. Básicamente, la diferencia entre los sectores es relativamente mínima.

Servicio: Se planificará constantemente con el fin de brindar variedad de actividades. Por último, se encontró que la música en vivo es muy importante, ya que los entrevistados en grupos focales mostraron mucho interés. La atención a los clientes será a cargo de personajes mimos quienes se encargaran de ofrecer el menú el mismo que cambiara de nombre en diferentes temporadas extraído todos de la historia bíblica.

Promoción: Los dos principales instrumentos de la promoción de servicios de distracción nocturna son la publicidad y las relaciones públicas.

Hojas volantes: Las mismas que serían entregadas en las afueras de las iglesias.

Avisos publicitarios: Que se pactarían en emisoras evangélicas como HCJB2.

Relaciones públicas: Para crear una imagen óptima del negocio en su lanzamiento, la persona contratada para este puesto será la encargada de manejar y pactar las promociones, así mismo será la voz e imagen del negocio en eventos e iglesias que se visiten para promocionar el local.

Precio: La investigación de mercado es la fuente para este reporte, donde se obtuvo un resultado de aproximadamente 50% que eligió el rango de precios de \$5 a \$10. Además se establecerá la modalidad de pago por consumo mínimo, estableciendo un monto que deberá ser cancelado por todas las personas que visiten el local. Este monto se ha establecido para el primer año en 7 dólares.

5. Organización y operaciones

Siendo Ecuador un país legalmente constituido, es la ley la que da las limitaciones y libertades a cada individuo o acción dentro de este territorio. Por tal razón para poner en marcha un negocio debe estar de igual manera, legalmente constituido y con los permisos necesarios para su funcionamiento, siendo los de principal importancia los siguientes:
a) Constitución legal del negocio. b) Condiciones tributarias: Registro Único de Contribuyente, Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, Permiso Municipal de funcionamiento.c) Afiliación a la Cámara de Turismo

5.1. Política interna

Política Interna: El negocio llevara por nombre "PARIROS UNPLUGGED Bar Cristiano", su horario de atención será desde las 19:00 hasta las 02:00 los Viernes y Sábados, los Jueves y Domingo desde las 17:00 hasta 22:00. Este local brindara el servicio de entretenimiento nocturno y de bar. Donde los viernes y domingos se presentaran videos musicales en pantalla gigante y karaoke, mientras que lo días sábados se presentara como mínimo una grupo musical que tocara música cristiana en vivo.

En cuanto a la vestimenta del personal el Gerente General, el Administrador de Eventos y el Administrador Interno deberán usar vestimenta semiformal. Mientras que los meseros utilizaran un pantalón negro, camiseta y un chaleco de color papiro proporcionado por la empresa y que contendrá el nombre y logotipo de la misma. En cuanto al personal de cocina utilizaran pantalón negro y una camiseta estilo polo color beige con el nombre y logotipo del bar. El usuario pagara por este servicio a la entrada, y a cambio se le entregara una cartilla de consumo mínimo, donde constara la fecha, el valor pagado y todo el menú disponible entre bebidas y piqueos, para su libre elección siempre y cuando cubran el monto establecido en la cartilla. Si bien desea el cliente, podrá aumentar su consumo y cancelar el adicional en caja. Los sueldos serán cancelados mensualmente a todo el personal. Los proveedores, músicos y personal de seguridad obtendrán su pago según los acuerdos que se establezcan en el momento de la negociación o contrato.

5.2. Infraestructura y ubicación

Se espera alquilar un local de un área aproximada de 10x16m2, que debe contar con agua interrumpidamente, electricidad de 110 y 220 voltios, mínimo 2 baños, sistemas de evacuación de olores, bodega, puerta trasera o lateral para la entrada del personal o artículos varios. Las adecuaciones se las realizara en base a las necesidades que se presenten en cuanto al diseño establecido en la decoración de interiores.

Por la información obtenida en el estudio de mercado el sector estratégico de ubicación es en el norte de la ciudad, ya que aquí se encuentra El Centro Cristiano de Guayaquil, que es uno de los templos más grande de esta ciudad y que reúne semanalmente a más de 800 jóvenes mayores de 18 años. Por lo que el lugar escogido es La Alborada. Por tener este bar una temática diferente, se cree necesario la ubicación de Papiros Unplogged, un poco alejado de los bares y discotecas comunes por lo que las calles que se acogen a este requerimiento son a lo largo d la Av. Guillermo

Pareja Rolando . En este sector el alquiler está entre 800 y 900 dólares mensuales. Al momento del contrato se debe cancelar dos meses por adelantado y uno de garantía. El precio y condiciones varían de un lugar a otro.

Figura 1.- Organigrama funcional

6. Aspectos Financieros

Con la finalidad de conocer el impacto financiero de la propuesta planteada en la creación de un bar cristiano, a continuación se detallan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir el negocio, lo cual permitirá determinar si es o no factible la realización de este proyecto.

Tabla 3.- Inversión inicial y capital de trabajo

INVERSION INICIAL

Adecuacion del Local	$
Aparatos Sanitarios	630,00
Adecuacion de la Obra	2.500,00
Iluminacion e Instalacines Electricas	980,00
Pintura	354,00
Total	4.464,00

Equipos y Enseres	
Equipos de Audio y Video	8.815,51
Enseres y Utencilios de cocina	5.682,66
Equipos de Computacion	1.750,00
Muebles y Decoracion	5.520,00
Caja Registradora	265,00
Extintor	64,00
Telefono y Linea	134,40
Total	22.231,57

Activos Diferidos	
Gastos de Servicios Prestados	5.020,00
Cuenta de Integracion de Capitales	200,00
Gastos de Constitucion	350,00
Aspectos Tributarios	104,00
Alquiler Pre Pagado	1.600,00
Total Activos Diferidos	7.274,00

Capital de Trabajo	637,20

Tabla 4.- Gastos de sueldo del personal

GASTOS DE SUELDO				
Servicio Tercializado	Sueldo Individual	Personas	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
GERENTE GENERAL y Cajero	500,00	1	500,00	6.000,00
ADMINISTRADOR INTERNO	400,00	1	400,00	4.800,00
RELACIONISTA PUBLICO	400,00	1	400,00	4.800,00
JEFE DE COCINA	280,00	1	280,00	3.360,00
D.J.	280,00	1	280,00	3.360,00
ASISTENTES DE COCINA	250,00	2	500,00	6.000,00
MESEROS	250,00	3	750,00	9.000,00
Servicio Tercializado	Sueldo Individual	Personas	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
SERVICIO DE GUARDIANIA	400,00	1	400,00	4.800,00
TOTAL	2.760,00	11	3.510,00	42.120,00

Elaborado por los autores

Tabla 5.- Gastos administrativos proyectados

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
PERIODOS ANUALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Alquiler	$ 10.800,00	$ 11.876,76	$ 13.060,87	$ 14.363,04	$ 15.795,04	$ 17.369,80
Suministros de Oficina	$ 804,00	$ 884,16	$ 972,31	$ 1.069,25	$ 1.175,85	$ 1.293,09
Energía Eléctrica	$ 1.800,00	$ 1.979,46	$ 2.176,81	$ 2.393,84	$ 2.632,51	$ 2.894,97
Teléfono	$ 600,00	$ 659,82	$ 725,60	$ 797,95	$ 877,50	$ 964,99
Agua Potable	$ 1.200,00	$ 1.319,64	$ 1.451,21	$ 1.595,89	$ 1.755,00	$ 1.929,98
Musica	$ 9.600,00	$ 10.557,12	$ 11.609,66	$ 12.767,15	$ 14.040,03	$ 15.439,82
Provisiones de Bar	$ 9.591,60	$ 10.547,88	$ 11.599,51	$ 12.755,98	$ 12.755,98	$ 14.027,75
SUMAN	$ 34.395,60	$ 37.824,84	$ 41.595,98	$ 45.743,10	$ 49.031,91	$ 53.920,39
Imprevistos 3%	$ 1.031,87	$ 1.134,75	$ 1.247,88	$ 1.372,29	$ 1.470,96	$ 1.617,61

Tabla 6.- Gastos de publicidad proyectados

GASTOS DE PROMOCIóN Y SERVICIOS						
PERIODOS ANUALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Publicidad	1.410,00	1.550,58	1.705,17	1.875,17	2.062,13	2.267,72
SUMAN	$ 1.410,00	$ 1.550,58	$ 1.705,17	$ 1.875,17	$ 2.062,13	$ 8.603,05
Imprevistos 3%	$ 42,30	$ 46,52	$ 51,16	$ 56,26	$ 61,86	$ 258,09

Tabla 7.- Depreciación de activos, en línea recta

DEPRECIACION ANUAL					
Descripción	Valor de Compra	Valor de desecho 10%	Valor Depreciable	Vida Contable	Depreciación Anual
Cocina (1)	653,75	65,38	588,38	10	$ 58,84
Refrigerador (1)	660,00	66,00	594,00	10	$ 59,40
Congelador Horizontal (1)	710,35	71,04	639,32	10	$ 63,93
Acondicionador de aire split (2)	1.915,14	191,51	1.723,63	10	$ 172,36
Licuadora (2)	55,10	5,51	49,59	3	$ 0,00
Campana stractora de olores (1)	162,83	16,28	146,55	10	$ 14,65
Microondas (1)	168,03	16,80	151,23	10	$ 15,12
Plancha asadero (1)	138,75	13,88	124,88	10	$ 12,49
Aspiradora (1)	106,00	10,60	95,40	10	$ 9,54
Telavisor LCD (1)	3.763,20	376,32	3.386,88	3	$ 0,00
Proyector visual (1)	1.628,32	162,83	1.465,49	3	$ 488,50
Parlantes para D.J. (4)	2.400,00	240,00	2.160,00	3	$ 720,00
Amplificador	900,00	90,00	810,00	3	$ 270,00
DVD (1)	59,99	6,00	53,99	3	$ 0,00
Microfono (2)	64,00	6,40	57,60	3	$ 0,00
Equipos de Computacion	1.750,00	175,00	1.575,00	3	$ 525,00
Muebles y Decoracion	5.520,00	552,00	4.968,00	10	$ 496,80
Caja Registradora	265,00	26,50	238,50	10	$ 23,85
Suman	20.920,46	2.092,05	18.828,41		2.930,48

Tabla 8.- Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
Total Ingresos					
Periodos Anuales:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	$ 79.240,00	$ 115.200,00	$ 132.480,00	$ 152.352,00	$ 175.204,80
SUMAN	$ 79.240,00	$ 115.200,00	$ 132.480,00	$ 152.352,00	$ 175.204,80
TOTAL DE EGRESOS					
Periodos Anuales:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Personal	$ 42.120,00	$ 46.319,36	$ 61.920,00	$ 68.093,42	$ 74.882,34
Gastos Administrativos	$ 34.395,60	$ 37.824,84	$ 41.595,98	$ 45.743,10	$ 50.303,68
Gastos de Publicidad	$ 1.410,00	$ 1.550,58	$ 1.705,17	$ 1.875,17	$ 2.062,13
SUMAN	$ 77.925,60	$ 85.694,78	$ 105.221,15	$ 115.711,70	$ 127.248,15
FLUJO DE CAJA					
Periodos Anuales:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA	$ 1.314,40	$ 29.505,22	$ 27.258,85	$ 36.640,30	$ 47.956,65

Luego de calcular la rentabilidad exigida para el proyecto, y luego de obtener la TMAR, por lo que el resultado final es de 11,23%, porcentaje que continúa siendo menor al TIR calculado, mientras que el VAN nos da un resultado de $12.201,71, cifra mayor a cero. Debido a estos dos datos financieros, podemos determinar que el proyecto es económicamente rentable. Y existe por parte de los encuestados un nivel de aceptación alto

Tabla 9.- Estado de resultados proyectado

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

Periodos Anuales	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES			87164			
Ventas Netas		$ 79.240,00	$ 115.200,00	$ 132.480,00	$ 152.352,00	$ 175.204,80
TOTAL INGRESOS		$ 79.240,00	$ 115.200,00	$ 132.480,00	$ 152.352,00	$ 175.204,80
EGRESOS OPERATIVOS						
Adecuacion del local	4.464,00					
Equipos de Audio y Video	8.815,51					
Enseres y Utensilios de cocina	5.682,66					
Equipos de Computacion	1.750,00					
Muebles y Decoracion	5.520,00					
Caja Registradora	265,00					
Extintor	64,00					
Telefono y Linea	134,40					
Gastos de Servicios prestados	5.020,00					
Gastos de Personal		$ 42.120,00	$ 46.319,36	61.920,00	68.093,42	74.882,34
Gastos Administrativos		$ 34.395,60	$ 37.824,84	$ 41.595,98	$ 45.743,10	$ 50.303,68
Gastos de Publicidad		$ 1.410,00	$ 1.550,58	$ 1.705,17	$ 1.875,17	$ 2.062,13
Gastos de Constitución	350,00					
Capital de Trabajo	1.402,30					
Gastos de Alquiler	1.600,00					
Imprevistos		$ 2.106,04	$ 2.316,01	$ 2.546,91	$ 2.800,84	$ 3.003,78
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	35.067,87	80.031,64	88.010,79	107.768,06	118.512,54	130.251,93
EGRESOS NO OPERATIVOS						
Aspectos Tributarios	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00
Cuenta de Integración de Capitales	200,00					
(-) Depreciación		2.930,48	2.930,48	2.930,48	2.930,48	2.930,48
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	$ 304,00	$ 3.034,48	$ 3.034,48	$ 3.034,48	$ 3.034,48	$ 3.034,48
TOTAL DE EGRESOS	35.371,87	83.066,12	91.045,27	110.802,54	121.547,02	133.286,41
UTILIDAD BRUTA Antes de Participacion De trabajadores	(35.371,87)	(3.826,12)	24.154,73	21.677,46	30.804,98	41.918,39
Repartición de Utilidades 15%			$ 3.623,21	$ 3.251,62	$ 4.620,75	$ 6.287,76
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(35.371,87)	(3.826,12)	20.531,52	18.425,84	26.184,23	35.630,63
Impuesto a la Renta 25%	0		$ 5.132,88	$ 4.606,46	$ 6.546,06	$ 8.907,66
UTILIDAD NETA DEL PERIODO	(35.371,87)	(3.826,12)	15.398,64	13.819,38	19.638,18	26.722,97

Tabla 9.- Resultados obtenidos VAN y TIR

VAN	$ 12.201,71
TIR	20,31%

7. Conclusiones y recomendaciones

Una vez evaluado el Proyecto de Creación de un Centro de Diversión Nocturno Evangélico para la ciudad de Guayaquil, se puede concluir que constituye una alternativa viable, ya que en los estudios realizados, se obtuvieron resultados favorables. Y existe por parte de los encuestados un nivel de aceptación alto.

Desde el punto de vista financiero podemos decir que el proyecto es viables, ya que se estiman un VAN de $12.201.71 y una TIR de 20.31% con un periodo de recuperación de aproximadamente 3 años para la inversión inicial del proyecto. Con lo cual se puede sostener q en caso de variabilidad de factores pertinentes como precios, cantidad de personas atendidas y tasa de descuento, el proyecto sigue siendo rentable.

Por lo tanto se puede concluir que el negocio presenta buenas perspectivas de crecimiento, no solo en el lugar seleccionado por las preferencias del público objetivo, sino en otros lugares de la urbe, lo cual haría más atractivo invertir en un proyecto con estas características de expansión.

Se recomienda la puesta en marcha del proyecto de la creación de un bar nocturno para personas cristiano evangélico.

Se debería observar a los turistas extranjeros como un mercado potencial, dado que es común ver en países como Costa Rica, Australia, lugares nocturnos donde los evangélicos se reúnen para disfrutar un momento ameno.

Que para llegar a satisfacer la demanda no satisfecha en otras ciudades importantes del país, lo recomendado seria patentar y franquiciar el nombre del negocio otorgando licencias, con conocimiento técnico y capacitación a los franquisiados, a cambio de reglas comprensibles, con el fin de extender la idea, no solo a otros sectores de la ciudad de Guayaquil, sino a otras ciudades como Quito, Cuenca, Manta.

Que quienes estén interesados en realizar este proyecto, deberían realizar una observación directa en diversos puntos de la ciudad, midiendo el comportamiento del consumidor ya que con esta, se podrá elegir una ubicación idónea para extender el negocio, luego de realizar una exhaustiva investigación de mercado adecuada que le permita evaluar la factibilidad del proyecto.

8. Agradecimientos

Al Ec. Giovanny Bastidas Riofrío profesor y Sub-decano de la Facultad de Economía y Negocios de la Escuela Superior Politécnica del Litoral por su valiosa colaboración para el desarrollo de este proyecto innovador. De igual manera al Pastor Gunther Cedeño y Pastora Teresa Murillo lideres encargados de los jóvenes de la Iglesia Evangélica Restauración por su gran aporte. A todas las personas que colaboraron activamente para la realización de esta investigación, nuestros más merecidos agradecimientos.

9. Referencias

[1] Dirección de Marketing, Phillip Kotler (Edic Milenio 2001), 10ma edición.

[2] Investigación de Mercados, Narres K. Malh (PEARSON Prentice Hall), 4ta edición.

[3] Administración de Operaciones, Roger Scrhoe (Editorial McGraw-Hill).

[4] Investigación de Mercados, Kinnear-Ta (Editorial McGraw-Hill), 5ta Edición.

[5] "Mercadotecnia de Servicios", Christopher Lovelock (Pearson Prentice Hall), 3era edición

[6] Evaluación de Proyectos, Gabriel Baca (Edito McGraw-Hill), 2da edición

[7] Preparación y Evaluación de Proyectos, Sapag-Sa (Editorial McGraw-Hill), 4ta edición.