

**“PROYECTO DE DESARROLLO
DE UN PLAN DE
COMERCIALIZACION E
IMPLEMENTACION DE NUEVOS
SERVICIOS PARA LA HOSTERIA
DOLCE FAR NIENTE ENFOCADA
AL MERCADO DE GUAYAQUIL”**



INTRODUCCIÓN

- HISTORIA DE LA HOSTERÍA

La Hostería "*DOLCE FAR NIENTE*", se encuentra ubicada en el Km. 23 ½ Vía Daule, cara al río, a 25 minutos del centro de la ciudad.

Su propietario es el Industrial Carlos Bacigalupo O, la hostería brinda los servicios de alojamiento, restaurant y recreación familiar.



SERVICIOS

- . Restaurante-cafetería “Dolce Mangiare”
- . Alojamiento en confortables suites (14 en total) “Picole albergui”
- . 2 piscinas, una de adultos y otra de niños
- . Cancha de fútbol y volleyball, sauna, bar, zona de pesca, etc.
- . También posee 2 salas de Sesiones (capac. 200 personas)



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- Bajas o casi nulas utilidades mensuales debido a la poca afluencia de clientes.



JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

- Se propone lo siguiente:

Realizar un Plan de Comercialización dirigidos a los ejecutivos de las empresas comerciales y de servicios más importantes de la ciudad.



ANÁLISIS DE MACROENTORNO

- Condiciones económicas actuales
- Ambiente Natural
- Regulaciones Gubernamentales



ANÁLISIS DE MICROENTORNO

- Clientes
- Proveedores
- Competencia: Directa e Indirecta

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

- Los principales competidores debido a sus servicios son:

Tabla 2.4 y 2.5

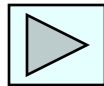


Tabla 2,4

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Tabla 2.4

	DOLCE FAR NIENTE	CLUB CAPEIRA	FINCA LA GLORIA	CLUB GARZA ROJA
Precios				
Altos	*		*	
Medios		*		*
Bajos				
Distancia				
Larga			*	
Mediana				*
Corta	*	*		
Comida Criolla				
Muy Buena	*	*		*
Regular			*	
Mala				
Juegos Infantiles				
Buenos			*	
Regulares	*			*
En Mal Estado		*		
Lago				
Bueno	*			
Regular				*
Mal Estado		*	*	

Elaborado por las Autoras

Tabla 2,5





ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

	DOLCE FAR NIENTE	CLUB CA PEIRA	FINCA LA GLORIA	CLUB GARZA ROJA
Hospedaje				
Bueno	*		*	
Regular				
Malo				
Servicio				
Muy Bueno	*			
Bueno		*	*	
Regular				*
Malo				
Caballos				
Muchos			*	
Pocos				
Ninguno	*	*		*
Canchas				
Grandes		*		
Medianas	*		*	
Pequeñas				*
Área				
Grande			*	*
Mediana	*	*		
Pequeña				

Elaborado por las Autoras

INVESTIGACIÓN DE MERCADO



- Objetivos
- Metodología 
- Segmentación
- Diseño de la encuesta 
- Tabulación (**Anexo 2**) 
- Análisis de Resultados y Demanda estimada. 

CUESTIONARIO

1. ¿Con que frecuencia asiste Ud. a lugares de distracción familiar (ej. Club sociales)?

Casi nunca	
1 vez al mes	
Frecuentemente	

2. ¿Su compañía cuenta con un club privado para sus empleados?

SI ___ NO ___

3. De ser negativa su respuesta, ¿le gustaría que su compañía cuente con un club privado para la recreación del personal y sus familias?

SI ___ NO ___

4. ¿Qué servicios le gustaría que posea dicho Club? Enumere del 1 al 5, siendo 5 la calificación mas alta.

Restaurante	
Hospedaje	
Juegos Infantiles	
Sala de sesiones y eventos	
Piscinas y Canchas	

5. ¿Qué beneficios le gustaría tener, en el caso de ser socio de un club privado? Enumere del 1 al 5, siendo 5 la calificación mas alta.

Entradas gratis a shows y espectáculos que se realicen en el Club	
Uso de todas sus instalaciones	
Uso del local para eventos especiales de la empresa o de los socios	
Pases adicionales para invitados de los socios	
Fiesta anual de celebración de los socios	

6. ¿Conoce UD la Hostería Dolce Far Niente?

SI ___ NO ___

7. Califique los servicios e instalaciones de Dolce Far Niente.

SERVICIOS		INSTALACIONES	
Malo		Malo	
Regular		Regular	
Bueno		Bueno	

8. Le gustaría que Dolce Far Niente fuese el Club privado de su empresa?

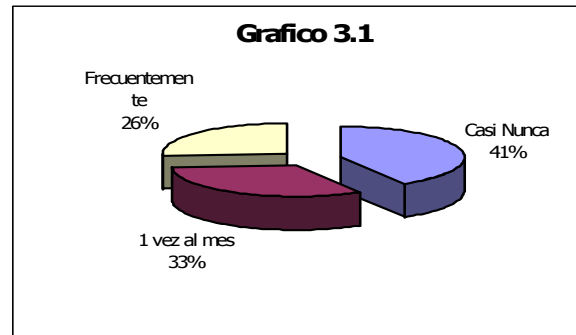
SI ___ NO ___



RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

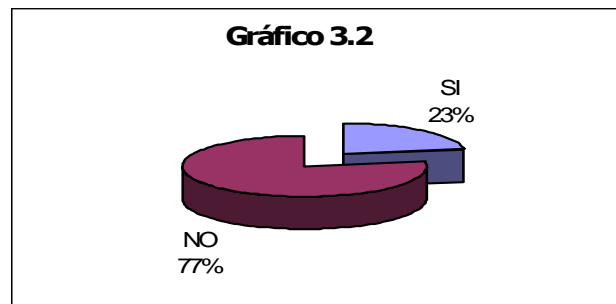
1. ¿Con que frecuencia asiste Ud. a lugares de distracción familiar (ej. Club sociales)?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Casi Nunca	106	41,50%
1 vez al mes	84	32,75%
Frecuentemente	66	25,75%
TOTAL	256	100,00%



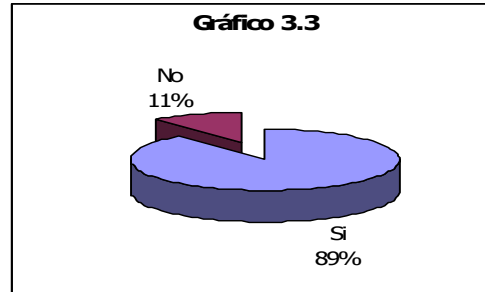
2. ¿Su compañía cuenta con un club privado para sus empleados?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	58	22,50%
NO	198	77,50%
TOTAL	256	100,00%



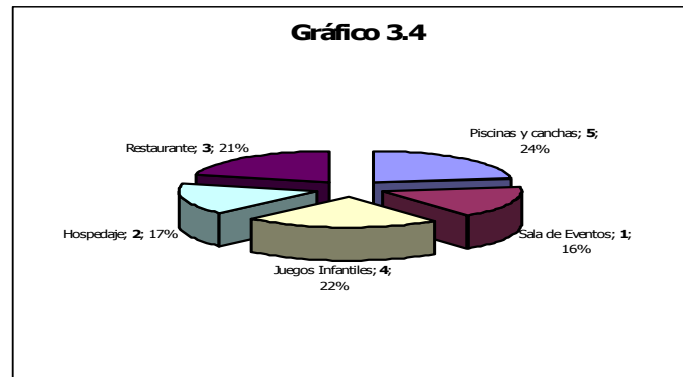
3. De ser negativa su respuesta, ¿le gustaría que su compañía cuente con un club privado para la recreación del personal y sus familias?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	176	89,00%
No	22	11,00%
TOTAL	198	100,00%



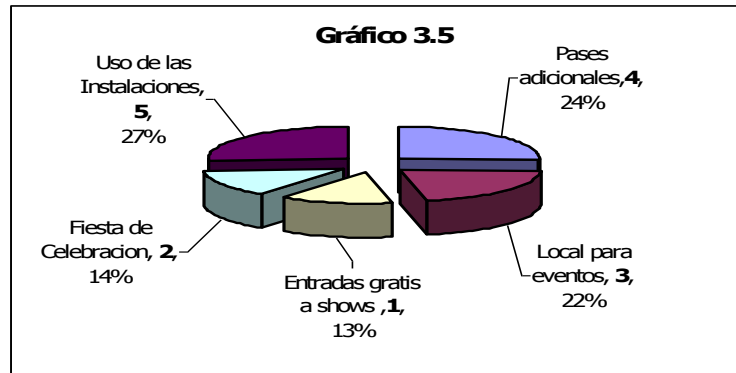
4. ¿Qué servicios le gustaría que posea dicho Club? Enumere del 1 al 5, siendo 5 la calificación mas alta.

Opciones	5	4	3	2	1
Restaurante	24	40	79	24	9
Hospedaje	8	32	32	58	46
Juegos Infantiles	39	57	24	23	34
Sala de sesiones y eventos	25	8	31	40	72
Piscinas y Canchas	80	40	10	31	15



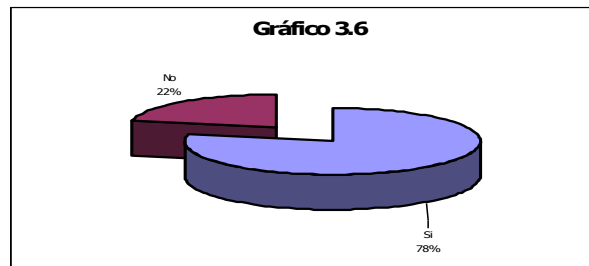
5. ¿Qué beneficios le gustaría tener, en el caso de ser socio de un club privado? Enumere del 1 al 5, siendo 5 la calificación mas alta.

Opciones	5	4	3	2	1
Entradas gratis	10	18	17	36	95
uso de las instalaciones	93	29	27	19	8
Uso del local para eventos	37	25	47	39	29
Pases adicionales	11	76	39	34	17
fiesta de celebración	26	28	46	49	27



6. ¿Conoce Ud la Hostería Dolce Far Niente?

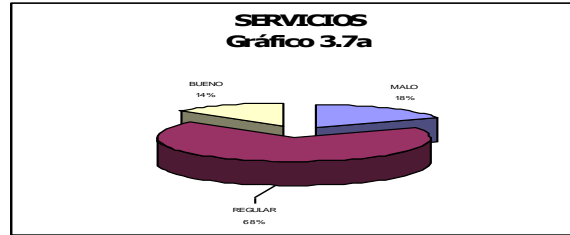
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	200	78,25%
No	56	21,75%
TOTAL	256	100,00%



7. Califique los servicios e instalaciones de Dolce Far Niente.

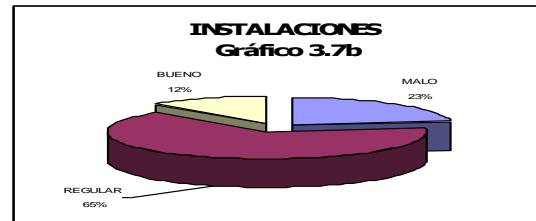
SERVICIOS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Malo	36	17,89%
Regular	137	68,37%
Bueno	28	13,74%
TOTAL	200	100%



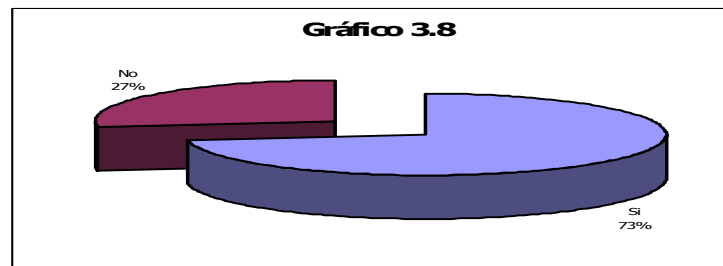
INSTALACIONES

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Malo	46	23,00%
Regular	130	64,86%
Bueno	24	12,14%
TOTAL	200	100%



8. Le gustaría que Dolce Far Niente fuese el Club privado de su empresa?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	146	72,84%
No	54	27,16%
TOTAL	200	100,00%



DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA:

$$n = \frac{z^2 p * q * N}{e^2 (N-1) + z^2 * p * q}$$

En donde:

N = Número de empresas legalmente constituidas en la ciudad (708)

n = muestra

p = porcentaje de ocurrencia (en este caso, 0.5)

q = 1-p

z² ≈ 4

e = nivel de error mínimo aceptado

N= 256

Datos estadísticos (Infoplan 2004):

- PEA ocupada de Guayaquil = 1.169.907 personas
- 3,50% del PEA trabaja en áreas administrativas, ocupa un cargo gerencial y posee una familia, ganando mas de USD 1.000 mensuales= 40.947 personas.

DETERMINACION DE LA DEMANDA ESTIMADA PARA EL 1er. AÑO:

146 empresas están interesadas en que la Hostería se convierte en un club Social Privado = 20.62%

8.443 ejecutivos están interesados en formar parte del club social

Participación de Mercado de la Hostería = **2%**

169 membresías





PLAN ESTRATÉGICO





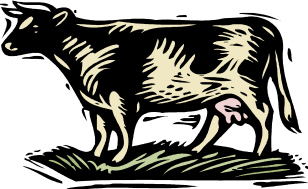

- Misión
- Visión
- Análisis Cuña
- Matriz BCG (grafico 4.1) 
- Matriz GE (gráfico 4.2) 

Gráfico 4,1
MATRIZ BCG
PARTICIPACION DE MERCADO

		ALTA	BAJA
CRECIMIENTO DE MERCADO	ALTA		 Hosteria Dolce Far Niente
	BAJA		

Fuente: Kotler Philip. Dirección de Marketing .



Gráfico 4,2

MATRIZ GENERAL ELECTRIC

FUERZA DEL NEGOCIO

**A
T
R
A
C
T
I
V
O

D
E

M
E
R
C
A
D
O**

		FUERTE	MEDIANO	DEBIL
ALTO	Proteger Posición	Invertir para construir	Hostería Dolce Far Niente Construir Selectivamente	
MEDIANO	Construir Selectivamente	Selectividad/ Dirigir con la Mira en las Ganancias	Expansión Limitada o Cosecha	
BAJO	Proteger y Reorientar	Dirigir con la Mira en las Ganancias	Desinvertir.	

Fuente: Kotler Philip. Dirección de Marketing .

ESTRATÉGIAS DE MERCADOTECNIA

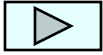

- Estructura Básica según Porter
(tabla 4.1) 
- Estrategia de Fijación de Precios
(tabla 4.3) 

Tabla 4.1

ESTRUCTURA BASICA SEGUN PORTER

				VENTAJA COMPETITIVA
			Caracter unico del producto percibido por los compradores	Costos Bajos
OBJETIVO	ESTRATEGIA	Todo el Sector Industrial	Diferenciación	Dominio por los costes
		Segmento Concreto	DOLCE FAR NIENTE	
			Concentración o enfoque	
<i>Fuente: Jean-Jacques Lambin. Marketing Estrategico</i>				



		PRECIO			
		ALTO	MEDIO	BAJO	
CALIDAD	PRODUCTO	ALTO	Estrategia Superior	DOLCE FAR NIENTE Estrategia de Valor Alto	Estrategia de Valor Superior
		MEDIO	Estrategia de Cobro en Exceso	Estrategia de Valor Medio	Estrategia de Valor Bueno
		BAJO	Estrategia de Ganancia Violenta	Estrategia de Economía Falsa	Estrategia de Economía
<i>Fuente: Jean-Jacques Lambin. Marketing Estratégico</i>					



PLAN DE MERCADEO

- Objetivos
- Producto
- Precio
- Plaza-Canales de Distribución
- Promoción

ESTUDIO ECONÓMICO Y ANÁLISIS FINANCIERO

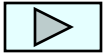
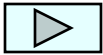
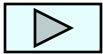

- Presupuesto de Mercado
- Determinación de costos
 - Depreciación (Tabla 6.1) 
 - Costo de Producción anual (Anexo 3) 
 - Tabla General de costos de producción (Tabla 6.2) 
 - Publicidad (Tabla 6.3) 



Tabla 6.1			
Depreciación			
Detalle	Vida útil	Valor	Depreciación anual
Depreciación Acumulada (dato histórico)			\$6.164,74
Instalacion y Adecuacion Infraestructura	20	\$70.686,23	\$3.534,31
Remodelación del Gimnasio	10	\$10.000,00	\$1.000,00
TOTAL			\$10.699,05

Tabla 6.2					
COSTOS DE PRODUCCION					
DESCRIPCIÓN	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales Directos	23.160,00	24.318,00	25.533,90	27.065,93	28.960,55
Materiales Indirectos	11.040,00	11.592,00	12.171,60	12.901,90	13.805,03
Mano de Obra Directa	15.600,00	16.380,00	17.199,00	18.230,94	19.507,11
Mano de Obra Indirecta	22.008,00	23.108,40	24.263,82	25.719,65	27.520,02
TOTAL US\$	71.808,00	75.398,40	79.168,32	83.918,42	89.792,71

Tabla 6.3		
Publicidad Año 1		
Detalle	Costo al mes	TOTAL
Radio (3 cuñas, 3 menciones x programa noticiero)	\$336,00	\$3.024,00
Revistas Empresariales (1paq)	\$672,00	\$1.344,00
Revistas Hogar - Vistazo (1/4 paq)	\$246,40	\$2.217,60
Revistas Empresariales Gquil (1paq)	\$168,00	\$504,00
La Revista (El Universo) (1/4paq)	\$364,16	\$3.277,41
Total		\$10.367,01



Tabla 3.1
MATERIALES DIRECTOS

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	AÑO 1
Vegetales	150	1.800,00
Granos	150	1.800,00
Carnes	250	3.000,00
Mariscos	100	1.200,00
Viveres	90	1.080,00
Frutas	80	960,00
Bebidas	800,00	9.600,00
TOTAL	1620	19.440,00

Elaborado por las autoras

Tabla 3.2
MATERIALES INDIRECTOS

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1
Restaurante y Salas de Eventos	Servilletas, palillos, etc	100,00	1.200,00
Hospedaje	Jabón, sábanas, toallas, etc	355,00	4.260,00
Juegos Inf. y de mesa	Mantenimiento	80,00	960,00
Piscina	Mantenimiento	120,00	1.440,00
TOTAL		\$655,00	\$ 7.860,00

Elaborado por las autoras

Tabla 3.3

SUELDOS DE MANO DE OBRA

MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL POR PERSONA	SUELDO MENSUAL TOTAL	ANUAL
Cocinero Principal	1	200,00	200,00	2.400,00
Cocinero Auxiliar	2	150,00	300,00	3.600,00
Meseros	4	150,00	600,00	7.200,00
TOTAL			1.100,00	\$ 13.200,00
MANO DE OBRA INDIRECTA				
Administrador	1	500,00	500,00	6.000,00
Contador	1	334,00	334,00	4.008,00
Atención al Cliente	1	300,00	300,00	3.600,00
Jardinero	1	150,00	150,00	1.800,00
Mantenimiento	3	150,00	450,00	5.400,00
TOTAL			1.734,00	\$ 20.808,00



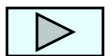
ESTUDIO ECONÓMICO Y ANÁLISIS FINANCIERO

- Inversiones del Proyecto

- Inversión Fija (tabla 6.4) (Anexo5)



- Publicidad Introducción (tabla 6.5)



- Inversión Inicial (tabla 6.6 Anexo 6)



Detalle de adecuaciones	Costo
Construcción de muro de hormigon para contención	\$29.686,23
Construcción de una cancha de tennis	\$12.000,00
Creación de un área de descanso	\$3.000,00
Remodelación del Gimnasio	\$10.000,00
Ampliación del parqueo en la parte exterior	\$26.000,00
Imprevistos (10%)	\$8.068,62
TOTAL	\$88.754,85

Detalle	Costo al mes	TOTAL
Radio (3 cuñas, 3 menciones x programa noticiero) Mayor Rating	\$672,00	\$2.016,00
Folleto tripticos, full color (5000u)		\$350,00
Revistas Hogar - Vistazo (1/2 paq)	\$896,00	\$2.688,00
Revistas Empresariales (1paq)	\$672,00	\$2.016,00
La Revista (El Universo) (1/2paq)	\$727,71	\$8.732,51
1 Promotor	\$1.200,00	\$1.200,00
2 Asistentes de promotor	\$800,00	\$800,00
Total		\$17.802,51

DESCRIPCION	US \$	PORCENTAJE
Gastos de Administración	2.075,00	25,75%
Mano de Obra Indirecta	1.834,00	22,76%
Mano de Obra Directa	1.300,00	16,13%
Materiales Indirectos	920,00	11,42%
Materiales Directos.	1.930,00	23,95%
	8.059,00	100,00%


DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	AÑO1
Agua	1.200,00	14.400,00
Luz	650,00	7.800,00
Teléfono	150,00	1.800,00
Suministros de oficina	75,00	900,00
TOTAL	\$ 2.075,00	\$ 24.900,00

Inversion Fija	
Construcción de muro de hormigon para construccion	\$29.686,18
Construcción de una cancha de tenis	\$12.000,00
Creación de un area de descanso	\$3.000,00
Remodelación del Gimnasio	\$10.000,00
Ampliación del parqueo en la parte exterior	\$26.000,00
Imprevistos (10%)	\$8.068,62
Total Inversion Fija	\$88.754,80
Gastos de Operación y de Financiación	
Publicidad y Promoción	\$17.802,51
Total Gastos de Operación y de Financiación	\$17.802,51
Capital de Trabajo (para puesta en marcha 3 meses)	\$24.177,00
Gastos Preoperativos	\$0,00
TOTAL INVERSION	\$130.734,31

Fuente: Estados Financieros



ESTUDIO ECONÓMICO Y ANÁLISIS FINANCIERO

- Ingresos por ventas de productos y servicios (tabla 6.7 Anexo 7) 
- Valor de desecho económico

$$VD_e = \frac{FC_{n-D}}{i} = \$99.235,00$$

Tabla 6.7
Estimación TOTAL de Ingresos Anuales

Año	Ingresos anuales por cuotas	Ingresos anuales por membresías	Ingresos anuales por consumo socios	TOTAL INGRESOS
1	\$ 25.350,00	\$ 84.500,00	\$ 24.336,00	\$ 134.186,00
2	\$ 54.033,53	\$ 88.725,00	\$ 76.913,93	\$ 219.672,45
3	\$ 86.961,37	\$ 93.161,25	\$ 163.153,22	\$ 343.275,84
4	\$ 124.633,79	\$ 97.819,31	\$ 289.206,18	\$ 511.659,28
5	\$ 167.605,57	\$ 102.710,28	\$ 462.055,22	\$ 732.371,07

Tabla 7.1
Estimación de Ingresos Anuales por concepto de membresías

Año	Membresías # (cantidades)	Valor Membresía (1 vez c/5años)	Ingresos anuales por membresías
1	169	\$500	\$84.500
2	177	\$500	\$88.725
3	186	\$500	\$93.161
4	196	\$500	\$97.819
5	205	\$500	\$102.710

Tabla 7.2
Estimación de Ingresos Anuales por concepto de mensualidades

Año	Membresías # (cantidades)	Cuota Mensualidades	Ingresos mensuales por cuotas	Ingresos anuales por cuotas
1	169	\$12,50	\$2.112,50	\$25.350,00
2	343	\$13,13	\$4.502,79	\$54.033,53
3	526	\$13,78	\$7.246,78	\$86.961,37
4	718	\$14,47	\$10.386,15	\$124.633,79
5	919	\$15,19	\$13.967,13	\$167.605,57

Tabla 7.3
Estimación de Ingresos Anuales por concepto de consumo de productos

Año	Membresías # (cantidades)	Personas (x mes) # de per. que consumen	Consumo prom.x persona	Ingr x consumo mensual	Ingr x consumo anual
1	169	676	\$ 3,00	\$ 2.028,00	\$ 24.336,00
2	509	2035	\$ 3,15	\$ 6.409,49	\$ 76.913,93
3	1028	4111	\$ 3,31	\$ 13.596,10	\$ 163.153,22
4	1735	6940	\$ 3,47	\$ 24.100,51	\$ 289.206,18
5	2640	10559	\$ 3,65	\$ 38.504,60	\$ 462.055,22



ESTUDIO ECONÓMICO Y ANÁLISIS FINANCIERO

- Financiamiento de la deuda:
 - 60% socios, es decir, \$78441,00
 - 40% préstamo bancario, es decir, \$52294,00

(Anexo 9, tabla de amortización)



Tasa de descuento para la Hostería:

TMAR: $i+f+if$

16.29%







ANEXO 9

Capital \$52.293,72
Plazo años 5
Interés 13,40%
Pagos Anuales

Tabla 9.1

PERIODO	PAGO	INTERESES	ABONO	SALDO
0				\$52.293,72
1	\$15.013,24	\$7.007,36	\$8.005,88	\$44.287,84
2	\$15.013,24	\$5.934,57	\$9.078,67	\$35.209,17
3	\$15.013,24	\$4.718,03	\$10.295,21	\$24.913,96
4	\$15.013,24	\$3.338,47	\$11.674,77	\$13.239,19
5	\$15.013,24	\$1.774,05	\$13.239,19	-\$0,00

ESTUDIO ECONÓMICO Y ANÁLISIS FINANCIERO

- Situación Financiera Actual de la Empresa (Anexos 11 y 12) 
- Situación con Proyecto de la Empresa (Anexo 13) 
- Análisis Incremental (Anexo 14) 
- Análisis de Sensibilidad (Cristall Ball) 
(Modelo de sensibilización de Hertz) 
- Escenarios 

ANEXO 11

ESTADO DE RESULTADOS				
Hosteria Dolce Far Niente - Guayaquil				
	2002	2003	2004	2005
INGRESOS SOBRE VENTAS				
VENTAS	\$87.861,01	\$123.845,88	\$119.289,38	\$100.491,24
Servicio de Hospedaje IVA 12%	\$7.282,42	\$31.682,38	\$10.704,60	\$7.658,83
Servicio de Hospedaje IVA 0%			\$2.685,60	
Servicio Varios IVA 12%			\$4.367,04	\$4.528,80
Servicio Varios IVA 0%	\$115,60	\$6.014,40	\$2.465,31	\$108,00
Ventas Producto IVA 12%	\$80.462,99	\$86.149,10	\$97.272,33	\$88.188,46
Ventas Producto IVA 0%			\$1.794,50	\$7,15
COSTO DE VENTAS				
COSTO DE VENTAS INTERCOMPANY	\$54.565,51	\$84.921,63	\$121.900,88	\$109.582,20
Productos	\$33.409,34	\$58.432,21	\$92.810,48	\$57.576,74
Servicios	\$21.156,17	\$26.489,42	\$29.090,40	\$52.005,46
UTILIDAD BRUTA	\$33.295,50	\$38.924,25	-\$2.611,50	-\$9.090,96
OTROS EGRESOS NO OPERACIONALES	\$32.672,30	\$39.690,94	\$38.567,13	\$33.002,98
Gastos Administrativos y Generales	\$20.233,71	\$36.757,83	\$36.123,07	\$31.534,75
Gastos Financieros	\$400,65	\$1.520,51	\$547,01	\$562,90
Otros Egresos	\$12.037,94	\$1.412,60	\$1.897,05	\$905,33
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$623,20	-\$766,69	-\$41.178,63	-\$42.093,94
Participacion a los trabajadores	\$93,48	\$0,00	\$0,00	\$0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	\$529,72	-\$766,69	-\$41.178,63	-\$42.093,94
Impuesto a la renta	\$132,43	\$0,00	\$0,00	\$0,00
UTILIDAD NETA	\$397,29	-\$766,69	-\$41.178,63	-\$42.093,94

ANEXO 12

FLUJO DE CAJA SITUACION BASE	2005	2006	2007	2008	2009
INVERSION INICIAL					
Inversion Fija					
Gastos Preoperativos					
Capital de Trabajo					
Intangibles					
Prestamo					
INGRESOS	\$108.150,07	\$119.041,67	\$136.897,92	\$157.432,60	\$188.919,12
Ventas Netas gravadas con IVA	\$100.491,24	\$110.540,36	\$127.121,42	\$146.189,63	\$175.427,56
Ventas Netas gravadas sin IVA	\$7.658,83	\$8.501,30	\$9.776,50	\$11.242,97	\$13.491,57
Ingresos por concepto de membresias					
Ingresos por concepto de mensualidades					
Ingresos adicionales por consumo (socios)					
EGRESOS	\$144.232,45	\$148.323,15	\$155.431,07	\$162.734,43	\$172.138,21
Costo de Ventas	\$52.004,26	\$54.084,43	\$56.788,65	\$59.628,08	\$63.205,77
Gastos Directos	\$54.272,88	\$56.443,80	\$59.265,98	\$62.229,28	\$65.963,04
Gastos de Administracion*	\$30.413,64	\$31.630,19	\$33.211,69	\$34.872,28	\$36.964,62
Gastos por Publicidad Adicional propuesta					
Depreciacion Acumulada	\$6.164,74	\$6.164,74	\$6.164,74	\$6.004,78	\$6.004,78
Depreciacion Activos Nuevos					
Gastos Financieros	\$562,90				
Intereses Deuda Actual	\$562,90				
Intereses Deuda Nueva					
Otros egresos	\$814,03				
Utilidad Bruta	-\$36.082,38	-\$29.281,49	-\$18.533,16	-\$5.301,83	\$16.780,92
15% beneficio a trabajadores	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$2.517,14
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	-\$36.082,38	-\$29.281,49	-\$18.533,16	-\$5.301,83	\$14.263,78
25% impuesto a la renta	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$3.565,94
Utilidad Neta	-\$36.082,38	-\$29.281,49	-\$18.533,16	-\$5.301,83	\$10.697,83
Pago a capital					
Depreciacion Total	\$6.164,74	\$6.164,74	\$6.164,74	\$6.004,78	\$6.004,78
Valor de Salvamento					
Recuperacion Capital de Trabajo					
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$29.917,64	-\$23.116,75	-\$12.368,42	\$702,95	\$16.702,61

* Dentro de los gastos administrativos, se incluyen los gastos de promocion que realiza la empresa actualmente año a año

ANEXO 13

FLUJO DE CAJA CON PROYECTO	2005	2006	2007	2008	2009
INVERSION INICIAL					
(-) Inversion Fija	\$88.754,80				
(-) Gastos Intangibles	\$0,00				
(-) Capital de Trabajo	\$24.177,00				
(-) Gastos de Operación	\$17.802,51				
Prestamo	\$52.293,72				
INGRESOS	\$108.150,07	\$226.113,56	\$284.021,74	\$378.667,95	\$525.816,12
Ventas Netas gravadas con IVA	\$100.491,24	\$85.417,55	\$59.792,29	\$32.885,76	\$13.154,30
Ventas Netas gravadas sin IVA	\$7.658,83	\$6.510,01	\$4.557,00	\$2.506,35	\$1.002,54
Ingresos por concepto de membresias		\$84.500,00	\$88.725,00	\$93.161,25	\$97.819,31
Ingresos por concepto de mensualidades		\$25.350,00	\$54.033,53	\$86.961,37	\$124.633,79
Ingresos adicionales por consumo (socios)		\$24.336,00	\$76.913,93	\$163.153,22	\$289.206,18
EGRESOS	\$141.895,47	\$264.602,85	\$275.991,74	\$287.699,99	\$302.807,22
Costo de Ventas	\$52.004,26	\$88.284,43	\$92.698,65	\$97.333,58	\$103.173,60
Gastos Directos	\$54.272,88	\$94.051,80	\$98.754,38	\$103.692,10	\$109.913,63
Gastos de Administracion	\$30.413,64	\$56.530,19	\$59.356,69	\$62.324,53	\$66.064,00
Gastos por Publicidad Adicional		\$10.367,01	\$10.885,36	\$11.429,63	\$12.115,41
Depreciacion Acumulada	\$3.827,76	\$3.827,76	\$3.827,76	\$3.667,80	\$3.667,80
Depreciacion Activos Nuevos		\$4.534,31	\$4.534,31	\$4.534,31	\$4.534,31
Gastos Financieros	\$562,90	\$7.007,36	\$5.934,57	\$4.718,03	\$3.338,47
Intereses Deuda Actual	\$562,90				
Intereses Deuda Nueva		\$7.007,36	\$5.934,57	\$4.718,03	\$3.338,47
Otros egresos	\$814,03	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Utilidad Bruta	-\$33.745,40	-\$38.489,29	\$8.030,01	\$90.967,96	\$223.008,90
(-) 15% beneficio a trabajadores	\$0,00	\$0,00	\$1.204,50	\$13.645,19	\$33.451,34
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	-\$33.745,40	-\$38.489,29	\$6.825,51	\$77.322,77	\$189.557,57
(-) 25% impuesto a la renta	\$0,00	\$0,00	\$1.706,38	\$19.330,69	\$47.389,39
Utilidad Neta	-\$33.745,40	-\$38.489,29	\$5.119,13	\$57.992,08	\$142.168,17
(-) Pago a capital		\$15.013,24	\$15.013,24	\$15.013,24	\$15.013,24
Depreciacion	\$3.827,76	\$8.362,07	\$8.362,07	\$8.202,11	\$8.202,11
Valor de Salvamento					
Recuperacion Capital de Trabajo					
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$108.358,22	-\$45.140,46	-\$1.532,04	\$51.180,95	\$135.357,04

ANEXO 14

FLUJO DE CAJA INCREMENTAL	2005	2006	2007	2008	2009
INVERSION INICIAL					
(-) Inversion Fija	\$88.754,80				
(-) Gastos Intangibles					
(-) Capital de Trabajo,	\$24.177,00				
(-) Gastos de Operación	\$17.802,51				
Prestamo	\$52.293,72				
INGRESOS	\$0,00	\$107.071,89	\$147.123,83	\$221.235,35	\$336.897,00
Ventas Netas gravadas con IVA		-\$25.122,81	-\$67.329,13	-\$113.303,87	-\$162.273,25
Ventas Netas gravadas sin IVA		-\$1.991,30	-\$5.219,49	-\$8.736,62	-\$12.489,02
Ingresos por concepto de membresias		\$84.500,00	\$88.725,00	\$93.161,25	\$97.819,31
Ingresos por concepto de mensualidades		\$25.350,00	\$54.033,53	\$86.961,37	\$124.633,79
Ingresos adicionales por consumo (socios)		\$24.336,00	\$76.913,93	\$163.153,22	\$289.206,18
EGRESOS	-\$2.336,98	\$116.279,70	\$120.560,66	\$124.965,56	\$130.669,01
Costo de Ventas	\$0,00	\$34.200,00	\$35.910,00	\$37.705,50	\$39.967,83
Gastos Directos	\$0,00	\$37.608,00	\$39.488,40	\$41.462,82	\$43.950,59
Gastos de Administracion	\$0,00	\$24.900,00	\$26.145,00	\$27.452,25	\$29.099,39
Gastos por publicidad adicional		\$10.367,01	\$10.885,36	\$11.429,63	\$12.115,41
Depreciacion Acumulada	-\$2.336,98	-\$2.336,98	-\$2.336,98	-\$2.336,98	-\$2.336,98
Depreciacion Activos Nuevos	\$0,00	\$4.534,31	\$4.534,31	\$4.534,31	\$4.534,31
Gastos Financieros	\$0,00	\$7.007,36	\$5.934,57	\$4.718,03	\$3.338,47
Intereses Deuda Actual	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Intereses Deuda Nueva	\$0,00	\$7.007,36	\$5.934,57	\$4.718,03	\$3.338,47
Otros egresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Utilidad Bruta	\$2.336,98	-\$9.207,81	\$26.563,17	\$96.269,79	\$206.227,98
(-) 15% beneficio a trabajadores	\$0,00	\$0,00	\$1.204,50	\$13.645,19	\$30.934,20
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	\$2.336,98	-\$9.207,81	\$25.358,66	\$82.624,59	\$175.293,79
(-) 25% impuesto a la renta	\$0,00	\$0,00	\$1.706,38	\$19.330,69	\$43.823,45
Utilidad Neta	\$2.336,98	-\$9.207,81	\$23.652,29	\$63.293,90	\$131.470,34
(-) Pago a capital	\$0,00	\$15.013,24	\$15.013,24	\$15.013,24	\$15.013,24
Depreciacion	-\$2.336,98	\$2.197,33	\$2.197,33	\$2.197,33	\$2.197,33
Valor de Salvamento					
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$78.440,58	-\$22.023,72	\$10.836,38	\$50.477,99	\$118.654,43
TMAR Inversionistas	15,14%				
VAN	\$167.899,26				
TIR	46,65%				

ANEXO 17

Análisis de sensibilidad multidimensional; reducción de las membresías en un 20% anual y aumento de los egresos en un 10% anual

	2005	2006	2007	2008	2009
INVERSION INICIAL					
(-) Inversión Fija	\$88.754,80				
(-) Gastos Intangibles					
(-) Capital de Trabajo	\$24.177,00				
(-) Gastos de Operación	\$17.802,51				
Prestamo	\$52.293,72				
Cantidad		169	177	186	196
INGRESOS	\$0,00	\$107.071,89	\$147.123,83	\$221.235,35	\$336.897,00
Ventas Netas gravadas con IVA		-\$25.122,81	-\$67.329,13	-\$113.303,87	-\$162.273,25
Ventas Netas gravadas sin IVA		-\$1.991,30	-\$5.219,49	-\$8.736,62	-\$12.489,02
Ingresos por concepto de membresías		\$84.500,00	\$88.725,00	\$93.161,25	\$97.819,31
Ingresos por concepto de mensualidades		\$25.350,00	\$54.033,53	\$86.961,37	\$124.633,79
Ingresos adicionales por consumo (socios)		\$24.336,00	\$76.913,93	\$163.153,22	\$289.206,18
EGRESOS	-\$2.336,98	\$125.950,50	\$130.715,00	\$135.627,62	\$141.970,79
Costo de Ventas	\$0,00	\$37.620,00	\$39.501,00	\$41.476,05	\$43.964,61
Gastos Directos	\$0,00	\$41.368,80	\$43.437,24	\$45.609,10	\$48.345,65
Gastos de Administración	\$0,00	\$27.390,00	\$28.759,50	\$30.197,48	\$32.009,32
Gastos por publicidad adicional		\$10.367,01	\$10.885,36	\$11.429,63	\$12.115,41
Depreciación Acumulada	-\$2.336,98	-\$2.336,98	-\$2.336,98	-\$2.336,98	-\$2.336,98
Depreciación Activos Nuevos	\$0,00	\$4.534,31	\$4.534,31	\$4.534,31	\$4.534,31
Gastos Financieros	\$0,00	\$7.007,36	\$5.934,57	\$4.718,03	\$3.338,47
Intereses Deuda Actual	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Intereses Deuda Nueva	\$0,00	\$7.007,36	\$5.934,57	\$4.718,03	\$3.338,47
Otros egresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Utilidad Bruta	-\$2.336,98	-\$18.878,61	\$16.408,83	\$85.607,73	\$194.926,20
(-) 15% beneficio a trabajadores	\$0,00	\$0,00	\$1.204,50	\$13.645,19	\$30.934,20
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	-\$2.336,98	-\$18.878,61	\$15.204,32	\$71.962,54	\$163.992,01
(-) 25% impuesto a la renta	\$0,00	\$0,00	\$1.706,38	\$19.330,69	\$43.823,45
Utilidad Neta	-\$2.336,98	-\$18.878,61	\$13.497,95	\$52.631,85	\$120.168,56
(-) Pago a capital	\$0,00	\$15.013,24	\$15.013,24	\$15.013,24	\$15.013,24
Depreciación	-\$2.336,98	\$2.197,33	\$2.197,33	\$2.197,33	\$2.197,33
Valor de Salvamento					
Recuperación Capital de Trabajo					
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$78.440,58	-\$31.694,52	\$682,04	\$39.815,94	\$107.352,65
TMAR Inversionistas	15%				
VAN	\$132.449				
TIR	39,48%				

ANEXO 18

RESULTADO DEL ANALISIS MULTIDIMENSIONAL O DE HERTZ

	169	171	177	186	196
\$132.449					
\$125.951	\$132.449	\$132.449	\$132.449	\$132.449	\$132.449
\$138.546	\$121.510	\$121.510	\$121.510	\$121.510	\$121.510
\$152.400	\$96.242	\$96.242	\$96.242	\$96.242	\$96.242
\$167.640	\$48.049	\$48.049	\$48.049	\$48.049	\$48.049
\$184.404	-\$41.889	-\$41.889	-\$41.889	-\$41.889	-\$41.889
\$202.845	-\$215.107	-\$215.107	-\$215.107	-\$215.107	-\$215.107

