ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN SKATEPARK PRIVADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tesis de Grado

Previa la obtención del Título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

Presentado por:

Valeria Alejandra Henríquez Basurto
Sandy Stephany Pita Cáceres
Evelyn Paulette Salazar Palma

Guayaquil-Ecuador

2010

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a Dios por permitirme tener a los seres que más quiero junto a mí, por ser el que siempre me da la oportunidad y fortaleza de ser alguien mejor y mostrarme cosas grandes y maravillosas en la vida.

A mi madre, MAGDALENA BASURTO por ser mi amiga incondicional, guiando mis pasos día a día en todo momento, por estar siempre conmigo en las buenas y en las malas, enfrentando junto a mi todos los obstáculos que se me presentan en la vida.

A mi padre JACINTO HENRÍQUEZ por ser siempre mi guía, por estar cerca para ayudarme cuando he necesitado, apoyándome a alcanzar mis metas a lo largo de mi vida y formación profesional.

A mis hermanos LORENA HENRÍQUEZ y JOSE ELÍAS HENRÍQUEZ, a mis primas GISELLA MANCILLA y KAREN PARRAGA, a mis tías y a mis abuelos que siempre me han apoyado en todo momento y me han dado la inspiración necesaria para lograr mis propósitos y ser yo un ejemplo y alguien especial en sus vidas.

Valeria Henríquez Basurto

Este proyecto junto a toda mi carrera Universitaria es un logro que me gustaría dedicar por sobre todo a Dios por el camino recorrido, por darme la fortaleza necesaria para lograr mis propósitos, por permitirme conocer a personas maravillosas en toda mi etapa universitaria.

A mis padres GUILLERMO PITA y SANDRA CACERES, por ser mis grandes y eternos amigos, por guiar cada uno de mis pasos y seguir tomando mi mano invitándome a crecer como persona y profesional, por estar junto a mi apoyándome y motivándome a cumplir cada uno de mis sueños.

A mis hermanos STEVEN PITA y JEAN PIERRE PITA por permitirme ser su ejemplo y su orgullo en todo momento, por darme su compañía aun en momentos difíciles.

Finalmente pero no menos importante, dedico mi tesis a EDGAR SALAS que con mucho amor y paciencia ha estado conmigo incondicionalmente compartiendo cada uno de mis logros, aconsejándome y apoyándome, dándome fuerzas para culminar con éxito mi carrera universitaria.

Sandy Pita Cáceres

Dedico esta tesis, en primer lugar a Dios, por darme la oportunidad de existir y darme una familia incomparable. Por enseñarme el camino correcto de la vida, guiándome y acompañándome en cada paso.

A mi madre MARIANA PALMA, que con su paciencia y dedicación ha sido mi fortaleza e inspiración para continuar con todos los objetivos que me he trazado a lo largo de mi vida. Por ser más que mi mamá, por ser mi amiga por escucharme y demostrarme que siempre contare con ella en todo momento.

A mi padre EDUARDO SALAZAR, por brindarme su apoyo incondicional con cada decisión que tome, por ser mi guía y mi más perfecto ejemplo, por darme los más sinceros consejos y demostrarme sobre todo cuanto me ama. Me siento infinitamente bendecida por tener el mejor padre del mundo.

A mi hermana DAYANA SALAZAR, por apoyarme y hacer mi existencia más entretenida.

Y a todos mis amigos, pues sus consejos han sido parte de este gran esfuerzo.

Paulette Salazar Palma

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primordialmente a Dios por ser él quien nos ha dado y nos sigue dando las fuerzas necesarias para alcanzar nuestros objetivos y ser nuestro fiel compañero durante todos los años de vida.

Agradecemos a cada una de nuestras familias por siempre ofrecernos su cariño, y ser el pilar más fuerte para continuar con nuestra formación académica y espiritual. Agradeciendo infinitamente el apoyo incondicional de nuestros padres, en particular, ya que, gracias a ustedes logramos uno de nuestros grandes objetivos.

A nuestro Director de Tesis, el Ing. Oscar Mendoza por la orientación, paciencia y dedicación que nos brindó durante la elaboración de este proyecto.

También a todos los profesores que durante todos estos años de estudio nos han guiado mediante sus enseñanzas y experiencias, enriqueciéndonos como personas.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Econ. Pedro Gando C.

Presidente Tribunal

Ing. Oscar Mendoza

Director de Tesis

DECLARACIÒN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”

Valeria Alejandra Henríquez Basurto

Sandy Stephany Pita Cáceres

Evelyn Paulette Salazar Palma

INDICE GENERAL

CAPITULO I

CAPITULO II

CAPITULO III

INDICE DE CUADROS

INDICE DE FIGURAS

INDICE DE TABLAS

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El Skateboarding, el Roller Blade y el BMX son deportes extremos, considerándolos como unos de los deportes más peligrosos por las diversas maniobras y sobre todo el grado de dificultad que implica practicarlos; realizado por amantes de la independencia que no necesitan de terceras personas y aquellos que les resulta poco importante el lugar donde lo practiquen, cabe recalcar que la verdadera emoción se encuentra al tener un lugar adecuado y propicio para realizarlo. Es por eso que consideramos importante llevar a cabo un estudio que evalúe la factibilidad económica y el comportamiento del mercado ante la entrada de un nuevo Skatepark en la ciudad de Guayaquil, para de esta manera brindar a los clientes de este deporte un área adecuada, segura, económica y sobre todo de entretenimiento.

Para la implementación de este servicio en la ciudad de Guayaquil, se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- Realizar un análisis completo sobre el impacto ante la sociedad ecuatoriana.
- Realizar un estudio de mercado que nos permita conocer las características deseadas por los consumidores.
- Organizar un Plan de Marketing para darnos a conocer como empresa.
- Verificar la inversión y costos que implicaría la elaboración e implementación de nuestro proyecto.
- Estudiar la viabilidad financiera y rentabilidad así como el tiempo de recuperación de nuestra inversión inicial.

Posteriormente se presentará las conclusiones pertinentes para la creación de un Skatepark en la ciudad de Guayaquil.

1.1. Skateboarding, Roller Blade Y BMX

1.1.1. Skateboarding

1.1.1.1. Historia

El skateboarding deriva del surf, los primeros tipos de tablas eran en realidad como scooter (parecidos a los que hoy se conoce como patines del diablo). Estas construcciones, de principios de siglo XX destacaban por llevar ruedas de patines clavadas a una madera, la que normalmente tenía una caja de madera clavada con manijas, poco aerodinámico e inestable, intentando imitar el efecto de la tabla de surf sobre las olas llevado al asfalto, esto fue evolucionando poco a poco.

El primer Skatepark al aire libre fue construido en Florida en 1976. Pronto fue seguido por miles de otros skateparks en todo Norteamérica. Apareció el vertical, el slalom y el Freestyle se volvieron menos populares. También la apariencia de los skates cambió: pasaron de ser de 6 o 7 pulgadas de ancho a ser de más de 8. Esto aseguraba mejor estabilidad en terrenos verticales. Wes Humpston y Jim Muir lanzaron la primera línea exitosa de tablas con dibujos. Pronto, casi todos los productores lo hicieron.

El skateboarding en piletas era enormemente popular como resultado de la mejor tecnología, los skaters eran capaces de realizar saltos e ir más allá del coping. Los seguros de los Skatepark se volvieron un problema por la responsabilidad civil. De hecho, los seguros de los skateparks eran tan caros para la mayoría de los dueños que cerraron sus puertas y comenzaron a aparecer amenazas e intimidaciones.

1.1.1.2. Técnicas

Se dividen en las siguientes categorías:

1.1.1.2.1. Lip o de encaje

Son los realizados en los bordes de las rampas. Piernas flexionadas con decisión y velocidad hacia la rampa, se encaja el skateboard con los pies bien situados, manteniendo el equilibrio.

Figura 1.1. Lip Slide

Fuente: Carld's Bad Skatepark

1.1.1.2.2. *Flip*

Consisten en hacer un salto y girar la tabla en distintas direcciones, de forma que cuando se está en el aire hay un momento que el skateboard no está en contacto con tus pies.

Figura 1.2. Flip

Fuente: Carld's Bad Skatepark

1.1.1.2.3. *Grind*

Consiste básicamente saltar deslizándose sobre una superficie como un barandal o un borde, manteniendo el equilibrio y evitando caerse. Antes de realizar los trucos debe tomarse la precaución de asegurarse que la superficie que será empleada para deslizarse esté debidamente lubricada para un mejor deslizamiento, pero no excesivamente. Se suele utilizar cera o parafina en los bordes y barandas.

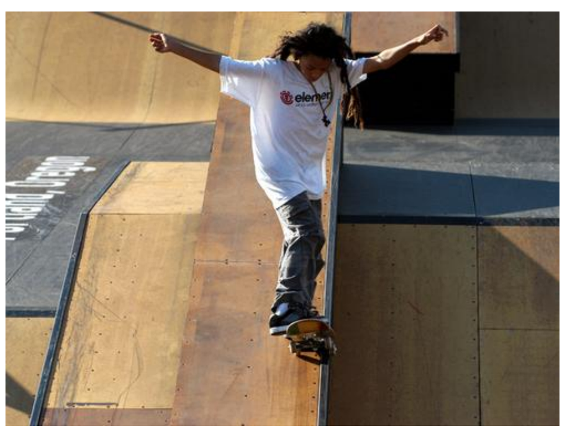
Figura 1.3. Grind

Fuente: Carld's Bad Skatepark

1.1.1.2.4. De Manual

Los trucos de manual consisten en mantener el equilibrio con dos ruedas o incluso una.

Figura 1.4. De Manual



Fuente: Carld's Bad Skatepark

1.1.1.2.5. *Flatland*

Los trucos de *flatland* son aquellos que se hacen sobre una superficie lisa y no necesitan mucho espacio.

Figura 1.5. Flatland

Fuente: Carld's Bad Skatepark

1.1.1.2.6. Ollie

Es el truco básico del skateboard, de él derivan casi todos los demás. Consiste en saltar con la tabla sin agarrarla con la mano. Es más fácil practicarlo en un sitio donde la tabla no se deslice fácilmente. Ej.: una alfombra o una superficie no muy transitable.

Figura 1.6. Flatland

Fuente: Carld's Bad Skatepark

1.1.1.2.7. <u>Wallride</u>

Consiste en andar con la tabla por la pared o por una inclinación considerable.

Figura 1.7. Wallride

Fuente: Carld's Bad Skatepark

1.1.2. ROLLERBLADE

1.1.2.1. Historia

El invento del primer patín de ruedas data del siglo XVIII, pero no fue hasta un siglo más tarde cuando se tienen conocimientos de los primeros diseños de patines en línea.

El primer diseño de un patín cuyas ruedas estuvieran alineadas se lo debemos a un londinense llamado Robert Tyers. Los primeros diseños no dejaban mucho margen de maniobra al usuario ya que básicamente consistían en unos zapatos a los que se les habían añadido 5 ruedas. Fue precisamente por estas restricciones por lo que el patinaje en línea no tuvo mayor aceptación en aquella época.

No se encuentra más acontecimientos sobre el patinaje en línea hasta 1960, cuando surge el primer intento comercial, con también escasos resultados debido a lo elemental del diseño. Este primer intento comercial fracasado jugó un papel determinante en la evolución de este deporte ya que fueron los que inspiraron a los verdaderos impulsores del patinaje en línea; Scott y Brennan Olson.

Según cuentan, en 1979 Scott Olson encontró un juego de estos patines en una tienda de segunda mano. Éste, que era jugador de hockey de Minneapolis, creyó haber encontrado la forma de seguir entrenándose cuando el hielo escaseaba. Olson introdujo importantes mejoras al modelo elemental de 1960 y se lanzó a producir y comercializar el invento mejorado. Es entonces cuando se desarrolla y expande el patín de ruedas alineadas que conocemos hoy.

1.1.2.2. Técnicas

1.1.2.2.1. *Cambios de sentido* (transiciones adelante-atrás o atrás-adelante).

La primera en **pivote o patines en paralelo**, en la que se pivota sobre las ruedas delanteras mientras se levantan las traseras o se pivota sobre las ruedas traseras, levantando las delanteras, se puede combinar el gesto con la acción de brazos. Es decir, se adelanta y se extiende el brazo del lado contrario hacia el que se va a girar y el otro se lo extiende hacia atrás.

Figura 1.8. Cambio de Sentido

Fuente: Cincinato/Rollers

1.1.2.2.2. Cambio en 2 pasos o de vals

En ésta se levanta la pierna del interior del giro, se la coloca en el sentido contrario (casi talón con talón), realizando un cambio de peso, y se cambia el patín que se tenía adelantado.

Figura 1.9. Cambio de vals

Fuente: Cincinato/Rollers

1.1.3. BMX

1.1.3.1. Historia

El BMX se originó en CALIFORNIA al comienzo de los años 70, cuando los jóvenes intentaban imitar a los campeones de motocross con sus bicicletas. En los años 1980 se generalizó la variante conocida como *race*, o carreras en circuitos de tierra, muy similares a los realizados con motos.

Más tarde, a mediados de la década de los 80, con las primeras bicis exclusivas de *freestyle* se comenzarían a hacer trucos en *skateparks* e incluso en la calle, consolidando lo que ahora conocemos como BMX.

Más concretamente, en 1977, la *American Bicycle Association* (ABA) se organizó como una entidad nacional para el crecimiento del deporte que se introdujo en Europa en 1978. En abril de 1981, se fundó la Federación Internacional de BMX, y el primer campeonato del mundo se celebró en 1982. Desde enero de 1993 el BMX ha sido integrado dentro de la *Union Cycliste Internationale*, lo que ahora se conoce como UCI.

Aunque se desconoce en otros países, en España a los corredores de BMX son llamados "Riders" (De la palabra inglesa, "ride") o también "Bikers" (también de la palabra inglesa, "bike").

1.1.3.2. Modalidades

1.1.3.1.1. Park

Consiste en realizar acrobacias utilizando un conjunto de rampas y otros obstáculos de concreto o madera. El acróbata trata de formar "líneas" en el parque y pasar de un truco a otro, de un obstáculo a otro, con fluidez.

Los trucos más comunes suelen ser:

- El *barspin.-* vuelta al manillar.
- *Tailwhip.-* vuelta al cuadro.
- *X-up.-* 180º con el manillar, dejando los brazos en posición de "X".
- *Crankflip*.- vuelta a las bielas.

Trucos más extremos como:

- *Backflip* o *frontflip*
- *Superman.-* con la variante "seatgrab".

Trucos en los bordes de las rampas como:

- Grind o grab.- más comunes en street.
- *Tailtap.-* hacer el manual sobre la superficie horizontal de la rampa y volver a caer.

Figura 1.10. Park

Fuente: Ciclos del deporte.

1.1.3.1.2. Vert

Para esta modalidad del deporte, es necesario contar con una rampa de madera con por lo menos una sección completamente vertical en la parte superior. Esta sección permite al acróbata saltar verticalmente al realizar sus trucos y volver a caer en la misma rampa. Por lo general, las rampas son construidas en una configuración llamada half-pipe (medio tubo). Los trucos, similares a los del "Park", a excepción de que no se cambia de rampa, y los "aéreos" (vuelos al saltar desde la rampa) suelen ser mucho más altos.

1.2. Planteamiento Del Problema

En la actualidad el deporte más destacado en Ecuador es el futbol el cual tiene todos los medios para poder practicarlo tales como los estadios de futbol, federaciones, campeonatos, etc. Así como también existen otros ambientes deportivos en la ciudad de Guayaquil que apoyan varias disciplinas deportivas como el baloncesto, tenis, golf, waterpolo y natación. Cabe recalcar que debido al entorno en que se encuentra Guayaquil también se practica deportes acuáticos y deportes submarinos.

Los deportes extremos sin duda alguna son practicados con el fin de desafiar las alturas y velocidades extremas, a lo cual por su denominación es un deporte arriesgado. Ecuador no es la excepción ya que tiene muchos lugares donde se los puede practicar (ríos, montañas, acantilados, y otros lugares ideales para los turistas que quieran y pueden practicar el jumping, el swing y el tradicional bungee). Pero para deportes extremos como Skateboarding, Roller y BMX*,* no se cuenta con skateparks de buena infraestructura.

La ciudad de Guayaquil cuenta con un Skatepark público hecho por la Municipalidad de Guayaquil debido a que anteriormente no contaba con una buena infraestructura para poder practicar estos tipos de deportes aumentando el riesgo de accidente. Pero este Skatepark implementado por el Municipio de Guayaquil no cuenta con los siguientes factores:

- Servicios de Primeros Auxilios.
- Locales de ropa deportiva al estilo skate, incluyendo tablas de skate, patines, bicicletas y accesorios para este tipo de deporte.
- Bar diseñado con los accesorios deportivos.
- Cursos para principiantes (valor en el que se incluye seguro).

1.3. Justificación

En la actualidad Guayaquil cuenta con un establecimiento dedicado al entretenimiento de quienes practican el skate como deporte, estos Skatepark son áreas públicas, accesible a todas las personas pero con poca seguridad, por otro lado el skate ha empezado a formar parte de los deportes extremos que se realizan a nivel mundial, pero en el Ecuador aun no tiene la acogida y la importancia que en otros países se le da.

En base a estos acontecimientos, se ha decidido crear un Skatepark privado, que pueda brindar a los skaters (deportistas) aparte de un lugar completo adecuado para desarrollar el deporte (rieles, rampas, funbox, despegues, entre otros); cumpla con las nuevas exigencias de los que hacen de este deporte una fascinación (sponsors, campeonatos, demostraciones de expertos, tienda, bares) que pueda hacer de este lugar acogedor , seguro y como ultimo pero no menos importante el entretenimiento que como empresa se desea brindar.

Por otro lado, se estaría implementando fuentes de trabajo, ya que con las constantes estrategias se dará empleo a deportistas, auspiciantes, marcas y cualquier producto que tenga relación con el deporte.

Ayudará a la formación de los futuros deportistas ya que como empresa se tendrá como uno de los objetivos brindar cursos vacacionales porque se desea que el skate tenga la acogida que hasta ahora no se ha dado teniendo en consideración que es un deporte con buenas perspectivas de crecimiento.

Fomentará en los jóvenes, una nueva alternativa de entretenimiento y por supuesto desarrollará el ambiente de competencia y liderazgo ya que se contará con campeonatos tanto a nivel nacional como internacional.

Se decidió enfocarse en un lugar cerrado, económico y que cuente con todo lo que los skate requieran para su entrenamiento diario (seguridad, confort, ropa, patinetas entre otras)

El establecimiento se dará a conocer como país en otro ámbito, ya que se solicitará constantemente auspiciadores del lugar, y con los campeonatos que se ofrecerá, se tendrá pensado contactarse con directivos de otros países para crecer.

1.4. Marco de Referencia

El Skatepark en la ciudad de Guayaquil fue inaugurado el 26 de Noviembre del 2006 por el alcalde Jaime Nebot y fue construido en los bajos del paso a desnivel de las avenidas Francisco de Orellana y Juan Tanca Marengo, diagonal al Mall del Sol.

Cuenta con 2 hectáreas de construcción y con rampas hechas a diferentes grados de inclinación, muros, funbox, pasamanos y verts, puede ser utilizado por Skaters, Rollers y Bikers.
Buscando definiciones sobre el skate y el parque donde se puede realizar dicha actividad encontramos:

"…El skateboarding o mono patinaje es un deporte que se practica con un skateboard en cualquier parte de una calle donde se pueda rodar. Aunque también se puede patinar sobre cualquier sitio, ya que es un deporte libre. Por ejemplo, piscinas, escaleras, calles, etc."

"…El BMX es un deporte de aire libre que se realiza con una bicicleta, practicándose en circuitos de tierra especialmente diseñados al efecto. Se trata de pistas que tienen entre 300m y 400m de longitud, con distintas rectas y curvas y con una salida y meta diferentes."

"… Los skateparks pueden ser privados o públicos. Los privados generalmente cobran por la admisión, mientras que en los públicos generalmente no existe cobro. De los skateparks privados muchos son bajo techo (indoors) especialmente en las áreas del mundo con inviernos desfavorables para el desarrollo de la actividad. Los skateparks públicos son generalmente al aire libre (outdoors)"

"… El primer skatepark al aire libre fue construido en Florida en 1976. Pronto fue seguido por miles de otros skateparks en todo Norteamérica. Apareció el vertical, el slalom y el freestyle se volvieron menos populares. También la apariencia de los skates cambió: pasaron de ser de 6 o 7 pulgadas de ancho a ser de más de 8"

Con el proyecto se permitirá desarrollar e incentivar el Skateboarding, BMX y Roller en la ciudad de Guayaquil, llenando las expectativas de las personas que han practicado este deporte y generando interés del mercado involucrándose en este deporte, en donde, sea reconocido por parte de las federaciones provinciales y lleguen a competencias internacionales.

1.5. Objetivo General

Diseñar un Skatepark bajo los estándares internacionales y a su vez incentivar el deporte extremo evaluando las actitudes y aptitudes del mercado objetivo.

1.6. Objetivos Específicos

- Establecer una estrategia adecuada de promoción y publicidad a través de un Plan de Marketing.
- Determinar el conocimiento y las características deseadas del Skatepark por parte del cliente objetivo, mediante la realización del estudio de mercado.
- Determinar el monto de la inversión necesaria, así como los costos de producción, distribución y comercialización de los servicios ofrecidos en el Skatepark
- Obtener la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para su posterior comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR)
- Analizar la factibilidad financiera de llevar a cabo el proyecto

1.7. Metodología

La metodología constituye el eje central de un proyecto. Es conveniente evaluarla en función de los objetivos y de los beneficiarios del proyecto.

Para el proceso metodológico es conveniente tener en cuenta:

- Las actividades a desarrollar en el proyecto. Se especifican las acciones a realizar así como la planificación de actividades variadas para alcanzar los objetivos del proyecto.

- Especificar las técnicas e instrumentos que se van a usar para la obtención posterior de los datos. Para ello es necesario saber previamente qué datos necesitamos y qué herramientas vamos a utilizar para obtener los datos (observación simple, participante, sistemática; encuestas, entrevistas, cuestionarios, escalas de observación, etc.).
- Definir el grupo con el que vamos a trabajar. Es decir, a qué personas se dirige el proyecto y qué características tienen. Conviene elaborar una descripción de la población objeto de estudio (edad, sexo, formación, clase social, etc.).
- Identificar la muestra con la que se va a realizar el proyecto. Normalmente no podemos trabajar con toda la población por lo que nos vemos obligados a seleccionar a un grupo de sujetos que reúnan determinadas condiciones. A estos sujetos extraídos de la población con los que se llevará a cabo el proyecto le llamamos en lenguaje técnico muestra.
- Lo importante de la muestra es su validez, lo que no depende de su tamaño o amplitud, sino de su representatividad, esto es, que represente a la población que se desea estudiar. Refleje fielmente los rasgos y características que aparecen en el grupo, en la población, en la proporción lo más aproximada posible.
- Esto se consigue con el muestreo. El tamaño de la muestra hace referencia a la generalización de los resultados.

Para el desarrollo de la evaluación financiera:

- Estimaciones mediante presupuestos de los costos del desarrollo y comercialización del programa y punto de equilibrio
- Realizar la evaluación de factibilidad económica y financiera del proyecto, a través de la elaboración de flujos de caja proyectados.

1.8. Características del producto y/o servicio

Luego de revisar varios videos internacionales e información sobre la infraestructura de un Skatepark acoplándose a los gustos y preferencias de los usuarios que practican este deporte, se ha decidido para su construcción contar con un terreno de 800 m^2 ubicado al Norte de Guayaquil, dicha infraestructura tendrá todas las implementaciones que requiera un Skatepark privado.

1.9. Naturaleza del servicio

Dado que este proyecto es un servicio de apoyo a la comunidad juvenil en el que se cuenta con el área para que las personas practiquen estos deportes con toda la comodidad que ofrece la infraestructura, se ha catalogado a este proyecto como un servicio, **DE CONVENIENCIA.**

CAPÍTULO II

2.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El Skatepark es un centro de entretenimiento que busca ofrecer la mejor área para practicar estos deportes 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 de la organización, teniendo como único fin optimizar tiempo, reducir errores, y realizar de manera eficaz y eficiente la labor requerida. (Ver organigrama)

2.1.1. Misión, Visión

Misión

Satisfacer las expectativas de clientes, subordinados, accionistas y proveedores a través de un servicio de excelente calidad que cumpla con la ética y seguridad respectiva, fortaleciendo nuestra presencia y penetración en el mercado.

Visión

Ser líder en la ciudad de Guayaquil, con propósito a largo plazo de expansión en América latina, siendo reconocida a nivel mundial en el ámbito de entretenimiento y deportes.

2.1.2. Factores Organizacionales

Originalmente el grupo de trabajo estará formado por 13 personas, contando desde la gerencia hasta los auxiliares, como se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro 2.1. Grupo de Trabajo

Número de personas	Cargo
1	Gerente General
1	Gerente de Marketing y Ventas
1	Jefe de Logística
1	Contador
2	Cajero
2	Personal de limpieza
3	Guardia
1	Empleados Varios (Bar)
1	Instructor

Elaborado por autoras

2.1.3. Descripción del Equipo de Trabajo

Gerente General

Se encargará de revisar, supervisar y mejorar el proceso que día a día otorgamos a nuestros clientes; estará a la cabeza de la organización, y será el representante de esta por lo que debe asegurarse de la calidad de servicio, para lo cual creará un manual de los esquemas que se aplicarán en el proceso, Impartir confianza y dirigir las acciones y objetivos de sus subordinados.

Perfil:

- ❖ Ing. en Administración de empresas, Economista, Ing. Comercial o carreras afines.
- ❖ 25 años de edad
- ❖ Trabajo orientado al cumplimiento de metas de manera dinámica.
- ❖ Experiencia mínima de 1 a 3 años en cargos similares.
- ❖ Conocimientos y destrezas: dominio del internet, herramientas de computación, inglés escrito y hablado, capacidad de trabajo bajo presión, trabajo en equipo.

Gerente de Marketing y Ventas

Por tratarse de un servicio poco común en el medio, este deberá, desarrollar campañas de marketing que nos ayuden a ganar mercado, elaborar un plan de ventas y lograr su cumplimiento, mantener estrechas relaciones con los clientes.

Perfil:

- ❖ Ing. en Marketing, Ing. Comercial
- ❖ Experiencia de 3 años en trabajo afines.
- ❖ Trabajo orientado al cumplimiento de metas.
- ❖ Conocimientos y destrezas: dominio del internet, herramientas de computación, inglés escrito y hablado, capacidad de trabajo bajo presión, trabajo en equipo.
- ❖ De 25 años en adelante

Jefe de Logística

Sus funciones serán la constante evaluación de las instalaciones y la infraestructura del establecimiento, crear sistemas que prevengan el mantenimiento de las áreas respectivas. Evaluar y supervisar el trabajo de sus subordinados (empleados de mantenimiento, bar, guardias entre otros).

Perfil:

- Diploma técnico.
- Experiencia mínima de 3 años.
- Conocimientos y destrezas: dominio del internet, herramientas de computación, capacidad de trabajo bajo presión, trabajo en equipo.
- De 22 años en adelante.

Contador

Responsable de elaborar balances y estados financieros, conciliaciones bancarias e ingresos de datos al sistema.

Perfil:

- Título terminado en Contabilidad y/o Auditoría, carnet CPA.
- Experiencia en empresas de servicio, mínimo 3 años.
- Conocimientos y destrezas: dominio del internet, herramientas de computación.
- De 23 años en adelante.

Cajero

Tiene bajo su responsabilidad el cobro de las entradas.

Perfil:

- Bachilleres.
- Sin experiencia.
- De 18 en adelante.

Personal de limpieza

- Bachiller.
- Sin experiencia.
- De 18 en adelante.

Guardia

- Bachiller.
- Mínimo 23 de años de edad.
- Fornido.

Empleados Varios (Bar)

- Bachiller.
- Sin experiencia.
- De 18 en adelante.

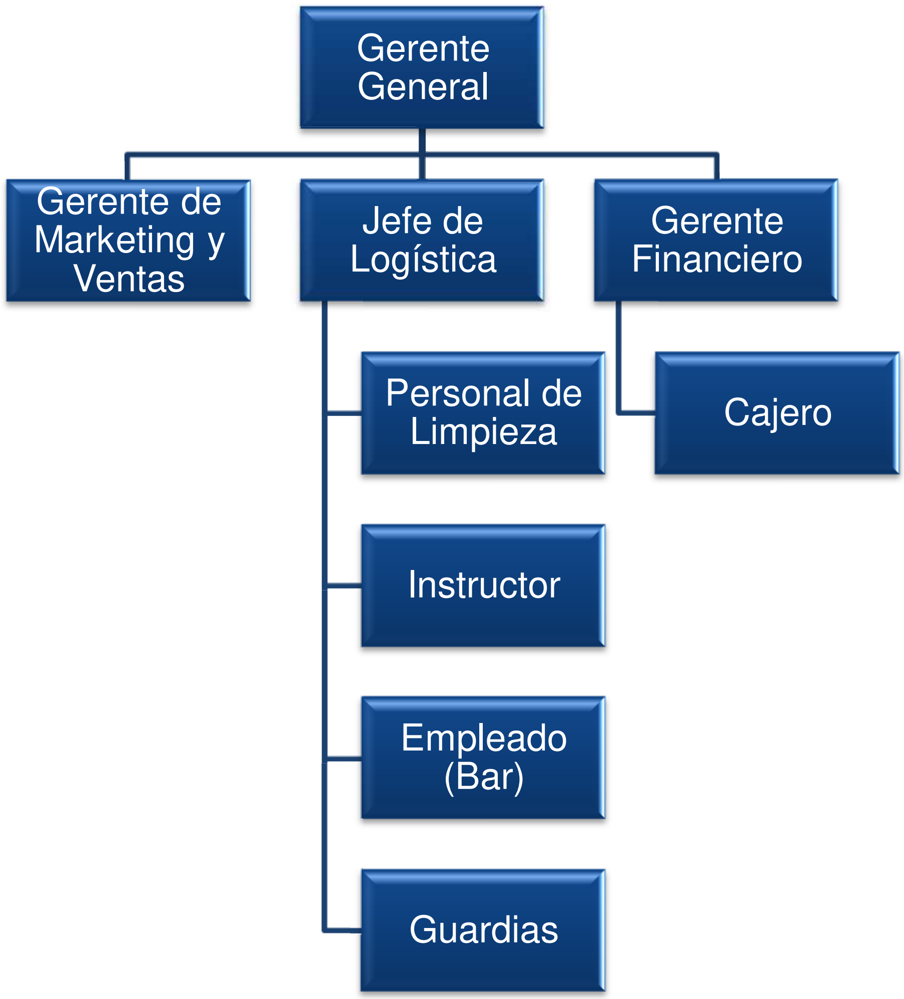
Instructor

Se encargara de capacitar a los estudiantes de cursos vacacionales

Perfil:

- Bachiller.
- Experiencia de 3 años en adelante.
- De 25 en adelante.

2.1.4. Organigrama



2.1.5. Análisis FODA

Fortalezas

- Skatepark privado bajo techo (indoor / coliseo).
- Estructura diseñada para instalaciones deportivas de primer nivel.
- Locales de equipo e indumentaria.
- Bar diseñado con los accesorios deportivos.
- Cursos para principiantes.

Oportunidades

- Se cuenta con auspiciantes de todo tipo por ser el único lugar en Guayaquil de tal magnitud.
- Desarrollo de buenos deportistas para competencias internacionales que representen al país.
- Al haber pocas opciones de diversión para estos deportes nos permite la facilidad en el ingreso al mercado.

Debilidades

- El precio de admisión en relación a otras áreas práctica donde es gratis.
- No se cuenta con el capital para financiar el proyecto, a lo que se lleva a realizar un préstamo bancario.
- Falta de técnicos especializados en la instalación y dirección de la maquinaria para la infraestructura del Skatepark.
- Poca acogida de las personas por el riesgo del deporte.

Amenazas

- Competencia directa por parte del Skatepark del municipio.
- Los costos operativos se verían afectados por las regulaciones del gobierno.

2.2. ESTUDIO DE MERCADO Y SU ANÁLISIS

2.2.1. Objetivos del estudio de mercado

Los objetivos del estudio de mercado son:

- Conocer el perfil de los consumidores que requieren este servicio a través de la investigación de mercado.
- Determinar la cantidad de asistencias que se obtendrían.
- Conocer nuestra competencia a futuro.

2.2.2. Análisis De La Oferta

La infraestructura del Skatepark privado que se ofrece no es muy común para la sociedad guayaquileña, así que nuestro objetivo será ofrecer responsabilidad, garantía, eficiencia y eficacia a nuestros clientes, contando con cursos para personas principiantes que deseen aprender estos deportes.

Por otro lado resulta muy conveniente obtener locales de ropa, implementos y/o accesorios, aparte de un servicio de primeros auxilios y un bar dentro del Skate Park que es hecho para la comodidad de los deportistas.

Aparte, contar con un buen personal que ofrezca un buen servicio, tenga capacidad para comunicarse, amplia destreza para desenvolverse, es decir que tenga actitudes y aptitudes.

2.2.2.1. Clientes Potenciales

El mercado potencial se enfoca a las personas de estrato social medio – medio alto, que desean practicar estos deportes que requieran del Skatepark.

Los clientes potenciales están dado por:

- ❖ Personas que no se han decidido a practicar y desempeñar este deporte debido a que no cuentan con personas que puedan enseñarles y con una infraestructura amplia de calidad.
- ❖ Personas que quieren sentirse parte de este ambiente deportivo, aún cuando no lo practiquen pero puedan contar con implementos o accesorios relacionados a estos deportes como: ropa, zapatos deportivos, etc.

2.2.2.2. Competencia

Al momento existe el Skatepark público creado por la Municipalidad de Guayaquil, La Finta en Samborondon, parque en los Ceibos y un parque situado en el sur de Guayaquil, pero habría que analizar su administración con respecto a los eventos que realicen, ya sean torneos o conciertos y si es que se da un debido mantenimiento al lugar, sin mencionar los locales de indumentos y el servicio de primeros auxilios, puntos importantes que el Skatepark privado ofrecerá.

Si se logra que el mercado objetivo confíe en que la calidad del Skatepark privado que se ofrece acompañado de los servicios que se ofrecerán, es mucho más eficiente que el Skatepark público, únicamente la demanda se elevará.

2.2.3. Análisis de la demanda

En la actualidad existen lugares de entretenimiento de skateboard en la ciudad de Guayaquil que si bien es cierto son de gran diversión para nuestros ciudadanos pero también nos otorga cierta inseguridad y temor por la delincuencia que en ellos se hace partícipe; es esta la causa principal para que no asistan todos los practicantes de este deporte y no se haga la publicidad necesaria para hacer de este un mundo de negocios.

En este capítulo se analizara cada uno de estos aspectos para tener una visión más clara de la demanda que se puede satisfacer con el servicio que se desea brindar.

2.2.3.1. Base de compra de los clientes

A continuación se presenta las razones que harán que los clientes nos prefieran como empresa:

- Seguridad y confort a un bajo precio.
- Variedad en infraestructura y diseño que permitirán mayor riesgo en acrobacias y destreza.
- Calidad en atención al cliente y satisfacción de necesidades.
- Cursos de aprendizaje.
- Torneos nacionales e internacionales.

2.2.3.2. Clasificación de la demanda

En la actualidad, la ciudad de Guayaquil cuenta ya con un Skatepark pero este no tiene las adecuaciones e implementaciones necesarias para realizar este deporte de manera segura y sobre todo entretenida por lo que la demanda estaría parcialmente insatisfecha. Al instaurar esta empresa nuestra demanda va a ser continua ya que es un servicio diferente, innovador y único.

2.2.3.3. Poder adquisitivo de los consumidores

Nuestra empresa estaría dirigida para consumidores de nivel socio-económico medio, medio-alto, alto ya que brindaremos lo que actualmente nuestra competencia directa no ofrece y esto implica incurrir en costos más altos que

estarían reflejados en la admisión que los consumidores deberán de pagar para ingresar a nuestras instalaciones.
Son estos clientes los que estarían dispuestos a pagar por un servicio de alta calidad que ofrece no solo la infraestructura sino la atención y seguridad requerida.

2.2.3.4. Estimación de la demanda

La demanda que el Skatepark estima tener, está directamente relacionada con la población al cual está enfocado, es decir las personas que desean practicar el deporte. Según datos estadísticos otorgados por la Municipalidad de Guayaquil en el año 2009 se estimó una población de 2.426.074 habitantes, por otro lado Guayaquil tiene una población flotante de 3.411.747 de personas, residen temporalmente durante la jornada laboral en la ciudad, pero habitan en cantones colindantes, entre los más grandes Durán, Daule y Samborondón.

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%.

Tabla 2.1: PEA

Población Económicamente Activa de la Ciudad de Guayaquil **por sectores económicos**[4]							
Localidad	'*Total*	%	**Sector Primario**	**Sector Secundario**	**Sector Terciario**	**No especificado**	**Trabajador nuevo**
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

Por otro lado, se realizó un sondeo por parte de una persona que practica Skateboarding, una que practica Roller y otra que practica BMX y así determinar la demanda potencial esperada.

Tabla2.2.: DPE (Demanda Potencial Esperada)

Deporte	Skateboarding	Roller	BMX
# de deportistas	**450**	**330**	**260**
Demanda Potencial			**1040**

Elaborado por autoras.

Esta demanda potencial representaría el 0,56% en la ciudad de Guayaquil dentro de los habitantes de clase media – alta.

2.2.4. Análisis de precios

El precio está en función de los costos totales promedios de prestar un servicio, el cual incluirá un margen de utilidad que dependerá también de factores externos como la inflación, aumento de precios de los implementos tecnológicos que se necesitaría para brindar el área de entretenimiento del Skatepark indoor (privado).

Al analizar los precios de este mercado se reflejan dos tendencias claramente distintas.

- Por un lado quienes estarían dispuestos a pagar el precio de admisión porque desean estar en un área con mejor infraestructura.
- Por otro lado, quienes desean economizar acudiendo a los parques públicos o al Skatepark público, porque se siente a gusto o les es indiferente la infraestructura con la cuentan.

Por tanto al analizar éstas tendencias, no solo basta considerar que los precios estarán en función de los costos sino que se tomará también una estrategia de precios basados en lo que el cliente está dispuesto a pagar por satisfacer esta necesidad.

Debido a que es el primer Skatepark privado en la ciudad de Guayaquil se debe de considerar un precio de manera que pueda captar el grupo objetivo y ampliarlo.

Los precios dependerá de varios factores como:

- Costo que se incurrirá por contratación del personal
- Costo de infraestructura
- Mantenimiento del área

Por lo tanto se estima como precio general para todo público de **1 dólar 50 centavos** por persona.

2.2.5. Análisis del sector

El proyecto se desarrollará en el Sector de Centros de Entretenimiento y Desarrollo del deporte para los skaters, rollers y bikers, brindando una diversión sana, integrando a personas de diferentes edades (8 a 26 años) y dando una nueva alternativa de distracción para los mismos en la ciudad de Guayaquil.

2.2.5.1. Barreras de Entrada y Salida

Como barrera de entrada se obtiene:

- ❖ Fuerte inversión que se necesita para realizar el proyecto, debido a que para la construcción del mismo se requiere maquinaria y mantenimiento periódico de la pista, y por otro lado los diferentes equipos y suministros para el correcto acondicionamiento del lugar.

Como barrera de salida se obtiene:

- ❖ Los precios que se estipulen podrían verse afectados, considerando que los gastos pueden ser muy elevados debido a los materiales y equipos que se utilizaran para la elaboración del Skatepark.

2.2.6. Comercialización del producto/servicio

El proyecto va a estar relacionado directamente con el deportista, ya que simplemente se requerirá de un solo canal de distribución tal como lo es el de productor- consumidor.

Por tanto la distribución del mismo se lograra por medio de la promoción que constituye parte del marketing para alcanzar los objetivos finales.

2.2.6.1. Comunicación / Publicidad del Producto y/o Servicio

El medio de comunicación que se tendrá en cuenta son:

- ❖ Las radios emisoras de mayor sintonía. (ANEXO 5.1.)
  (Metro Stereo 95.7, Onda Cero 96.1)

Y de esta manera poder llegar a todos los jóvenes que practican estos deportes (target objetivo).

2.2.6.2. Formas posibles de estimular el interés

Los beneficios ofrecidos del proyecto a realizar son:

Mayor seguridad

Se contará con un sistema de seguridad para evitar pérdidas de pertenencia y que exista consumos de alcohol o sustancias ilegales (esto suele suceder en las áreas donde practican los deportistas), brindando de esta manera mayor seguridad y confianza al momento de visitar el Skatepark.

Por otro lado, se contara con botiquín médico para que en caso de accidentes se pueda actuar de manera rápida y eficiente

Eventos y Campeonatos

Con una buena administración se ofrecerá diferentes tipos de eventos como conciertos o invitaciones a deportistas profesionales provenientes del extranjero para sus demostraciones en el campo. Organización de campeonatos y de esta manera estimular el interés con respecto al desarrollo del deporte.

2.2.7. Determinación del tamaño de la muestra

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

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

Donde los valores de ***p*** y ***q*** se establecen como **0,5**, porque son variables desconocidas.

n: Tamaño de la muestra

z: 1,96

Entonces, se obtiene:

$$n = \frac{(1{,}96)^2 * 0{,}5(0{,}5)}{(0{,}05)^2}$$

Como resultado ***n=385*** personas. Para el estudio final se realizará 400 encuestas, para que el proceso de investigación sea factible y de esta manera obtener resultados más precisos.

2.2.7.1. Método para la obtención de datos

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 estos deportes y así poder realizar el análisis que se requiere. Los sectores establecidos son los siguientes:

- Skatepark del Municipio de Guayaquil
- Skatepark de Samborondon “La Finta”
- Parque situado al sur de la ciudad
- Parque en los Ceibos.

2.2.7.2. Modelo de la Encuesta

Edad: ____
Género:

Masculino ☐ Femenino ☐

1. **Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?**

   Si ☐ No ☐

   Si la respuesta es negativa continúe a la pregunta 10

2. **Que deporte práctica usted?**

   Skateboarding ☐ Roller Blade ☐ BMX ☐

3. **Qué días de la semana asiste usted a un Skatepark?** *(puede elegir más de una opción)*

   Lunes ☐ Martes ☐ Miércoles ☐ Jueves ☐ Viernes ☐
   Sábado ☐ Domingo ☐

4. **Qué horarios usted suele visitar un Skatepark?**

Mañana	Tarde	Noche
8am – 11am ☐	12pm – 5pm ☐	6pm – 10pm ☐

5. **Qué zona de la ciudad de Guayaquil usted preferiría que esté ubicado un Skatepark indoor?**

   Alborada, Sauces, Samanes, Garzota ☐
   Urdesa, Ceibos, Kennedy ☐
   Centro ☐
   Las Acacias, Las Saibas, Los Esteros, Centenario ☐
   Otra:_____________

6. **Qué tan importante usted considera los factores (considerando 1: muy importante, 2: importante, 3: indiferente, 4: poco importante y 5: nada importante)**

	1	2	3	4	5
6.1. Limpieza	☐	☐	☐	☐	☐
6.2. Seguridad	☐	☐	☐	☐	☐
6.3. Infraestructura adecuada	☐	☐	☐	☐	☐
6.4. Variación de sets	☐	☐	☐	☐	☐
6.5. Equipamiento medico	☐	☐	☐	☐	☐
6.6. Bar	☐	☐	☐	☐	☐
6.7. Locales de equipos e indumentaria	☐	☐	☐	☐	☐
6.8. Facilidad de acceso para llegar	☐	☐	☐	☐	☐
6.9. Precio de admisión	☐	☐	☐	☐	☐

7. **Qué sets le gustaría a usted que se implemente en el área de práctica?** *(puede elegir más de una opción)*

Rieles ☐ Rampas ☐ Mini U ☐
Picnic ☐ Funbox ☐ Verticales U ☐
Pasamanos ☐ Cajones Olla ☐
Gaps ☐

Otros: _____________

8. **Qué bebidas usted suele tomar antes, durante y después de realizar el deporte que practica?** (elija una opción)

Agua ☐ Red Bull ☐
Gatorade ☐ Tesalia Sport ☐
V220 ☐ Pony Malta ☐
Otros: _____________

9. **Le gustaría un Skatepark que ofrezca un servicio técnico por ejemplo arreglar su tabla de skate, patines, y/o bicicleta?**

Si ☐ No ☐

Terminó la encuesta…

10. **Cuáles son los motivos por el cual usted visita el Skatepark?** (elija una opción)

Diversión ☐
Aficionado al deporte extremo ☐
Pasatiempo/hobbie ☐
Aprendizaje ☐
Otro: _____________

11. **Usted estaría dispuesto a pagar por un curso del deporte?**

Si ☐ No ☐

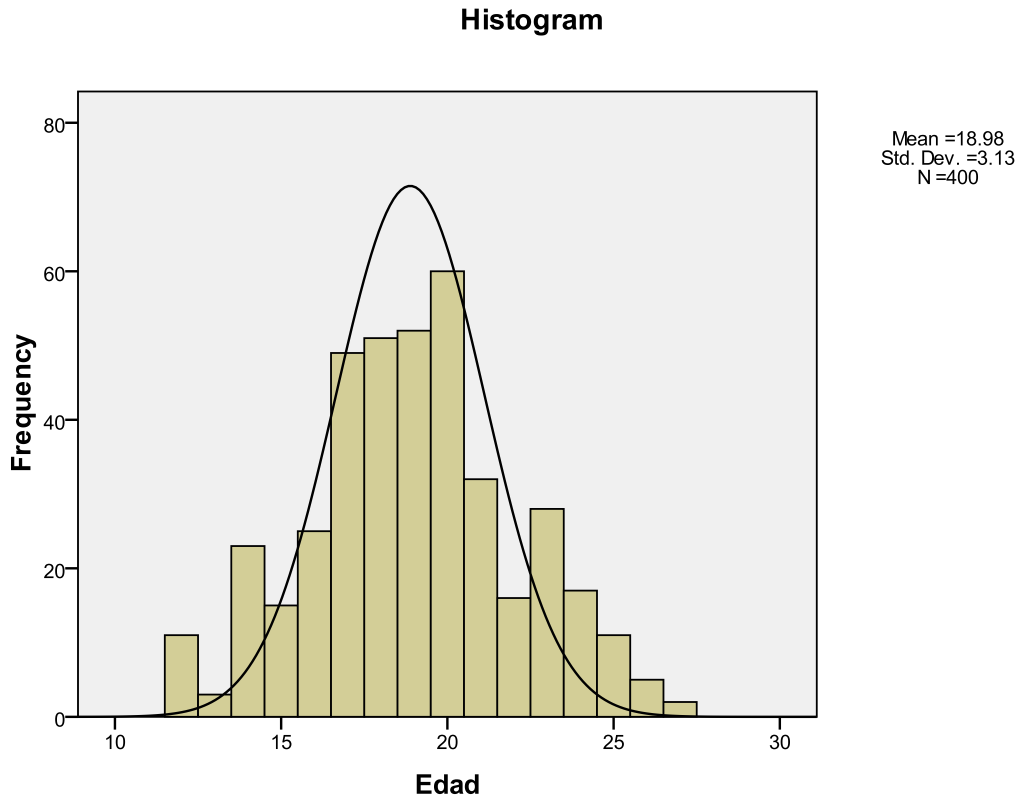
2.2.7.3. Análisis de los Resultados

Para el estudio se ha basado en las 400 personas que son una muestra significativa. El análisis se basa en los resultados que se obtuvo en cada variable de la encuesta, luego de la recolección de datos y tabulación respectiva.

Edad

Edad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	11	2.8	2.8	2.8
	13	3	.8	.8	3.5
	14	23	5.8	5.8	9.3
	15	15	3.8	3.8	13.0
	16	25	6.3	6.3	19.3
	17	49	12.3	12.3	31.5
	18	51	12.8	12.8	44.3
	19	52	13.0	13.0	57.3
	20	60	15.0	15.0	72.3
	21	32	8.0	8.0	80.3
	22	16	4.0	4.0	84.3
	23	28	7.0	7.0	91.3
	24	17	4.3	4.3	95.5
	25	11	2.8	2.8	98.3
	26	5	1.3	1.3	99.5
	27	2	.5	.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

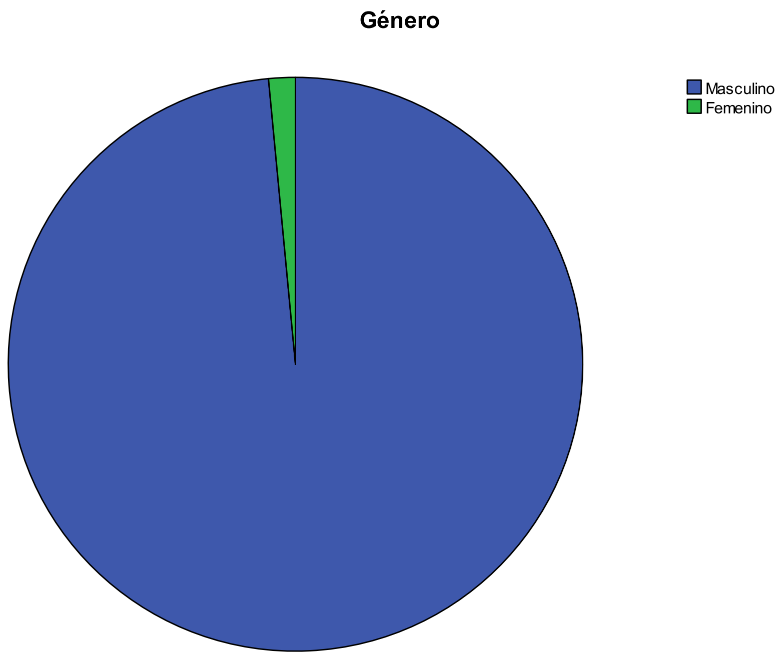


Se tiene que hay un rango entre 17 a 20 años los que practican mas estos deportes, donde el 15% son jóvenes de 20 años de edad, el 13% que representan a jóvenes de 19 años de edad, el 12.8% representan a jóvenes de 17 años de edad y el 12% son jóvenes de 17 años de edad. Estos resultados se relacionan con el crecimiento poblacional del 2.5% que hay en la ciudad de Guayaquil, debido a que de esta manera se puede determinar la demanda de jóvenes a través del tiempo.

Género

Género

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	394	98.5	98.5	98.5
	Femenino	6	1.5	1.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

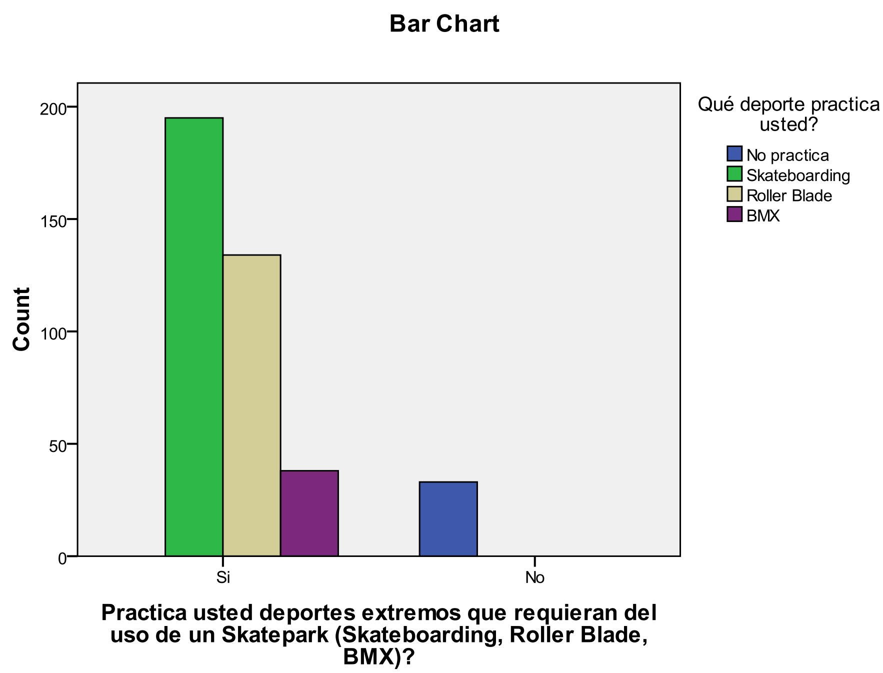


Como se puede observar el 98.5% de los encuestados pertenecen al género masculino, por lo que se puede decir con seguridad que de entre la mayoría de jóvenes que visitan estos establecimientos son hombres, porque sólo el 1.5% pertenecen al género femenino.

Relación entre las personas que practican estos deportes y cuáles específicamente:

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué deporte practica usted? Crosstabulation

		Qué deporte practica usted?				
		No practica	Skateboarding	Roller Blade	BMX	Total
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	195	134	38	367
	No	33	0	0	0	33
Total		33	195	134	38	400



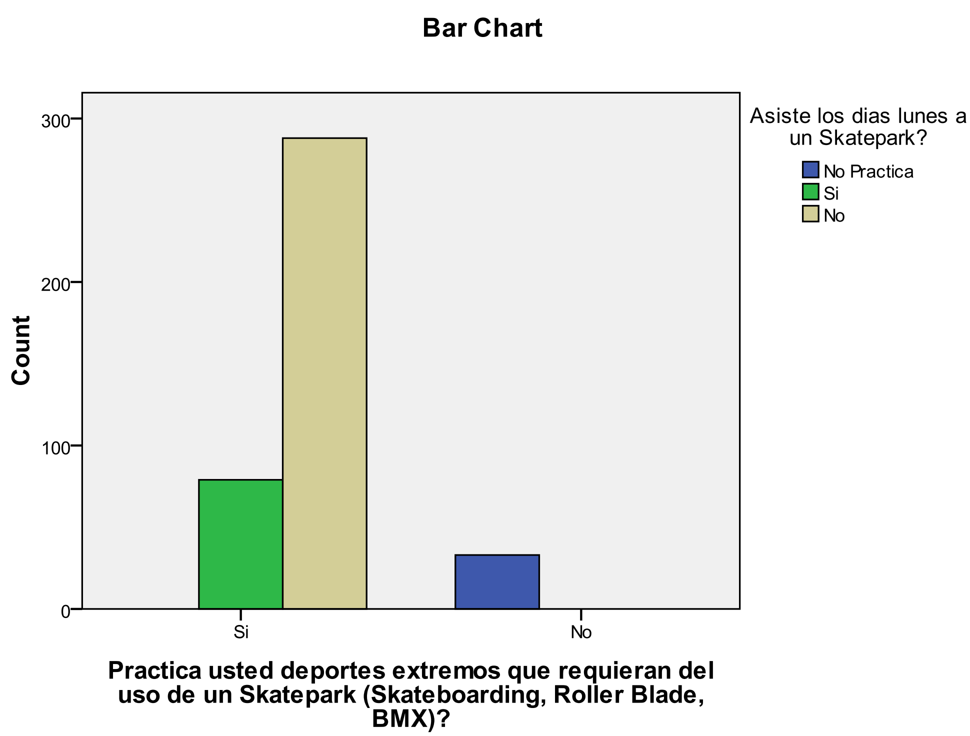
El 91.75% de los encuestados, sí practican estos deportes de los cuáles el 53.13% practican Skateboarding, el 36.51% practican Roller y el 10.35% practican BMX. El resto de los encuestados que representan el 8.99% no practica ni uno de ellos.

Relación entre las personas que si practican estos deportes y qué días de la semana asisten más a los establecimientos:

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Asiste los dias lunes a un Skatepark? Crosstabulation

LUNES

		Asiste los dias lunes a un Skatepark?			
		No Practica	Si	No	Total
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	79	288	367
	No	33	0	0	33
Total		33	79	288	400

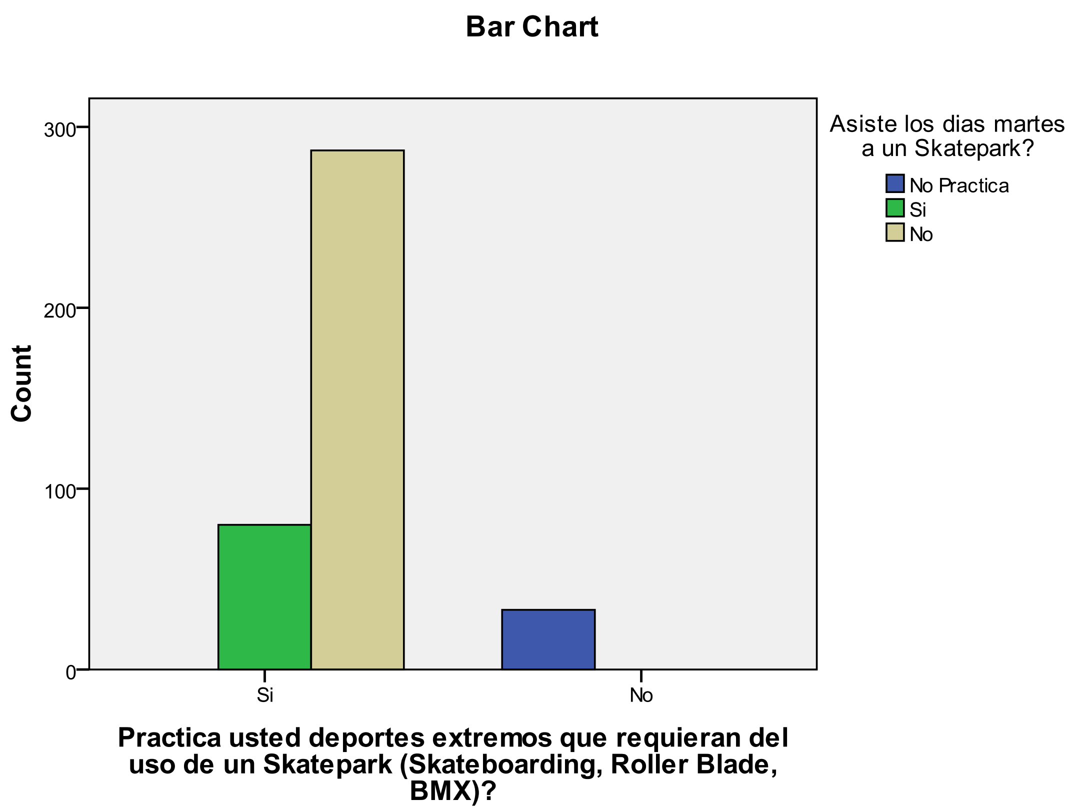


El 21.53% de los jóvenes que si practican estos deportes asisten los días lunes.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Asiste los dias martes a un Skatepark? Crosstabulation

MARTES

		Asiste los dias martes a un Skatepark?			Total
		No Practica	Si	No	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	80	287	367
	No	33	0	0	33
Total		33	80	287	400

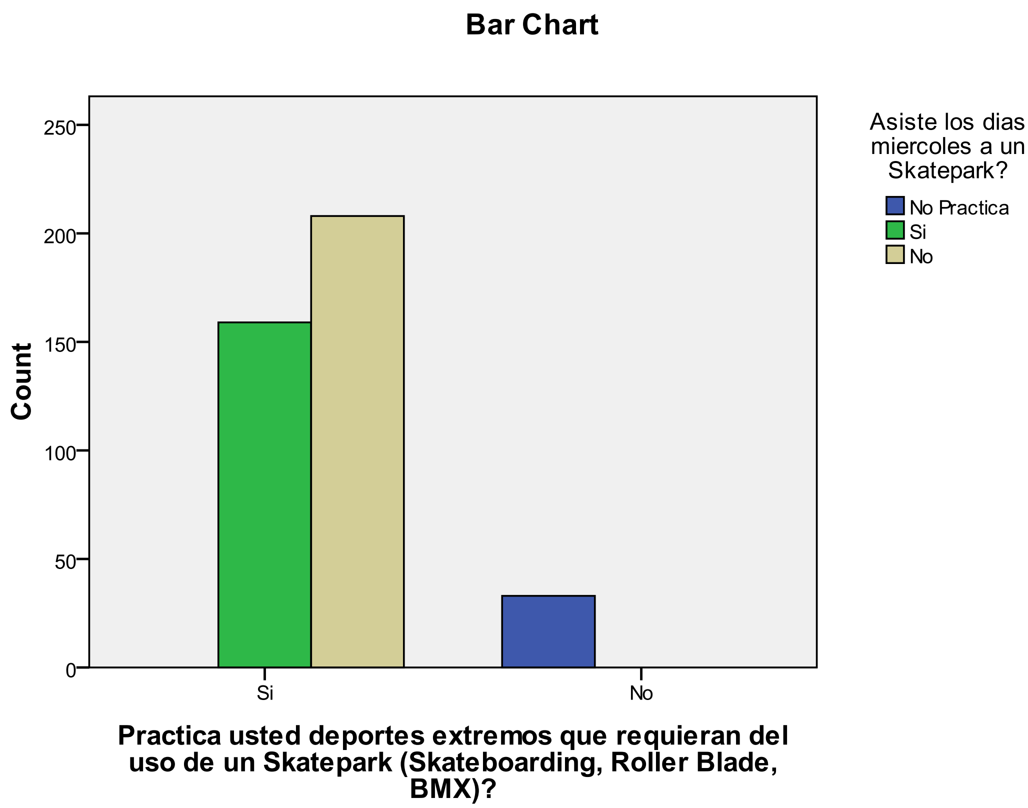


El 21.80% de los jóvenes que realizan estos deportes asisten los días martes.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Asiste los dias miercoles a un Skatepark? Crosstabulation

MIERCOLES

		Asiste los dias miercoles a un Skatepark?			Total
		No Practica	Si	No	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	159	208	367
	No	33	0	0	33
Total		33	159	208	400

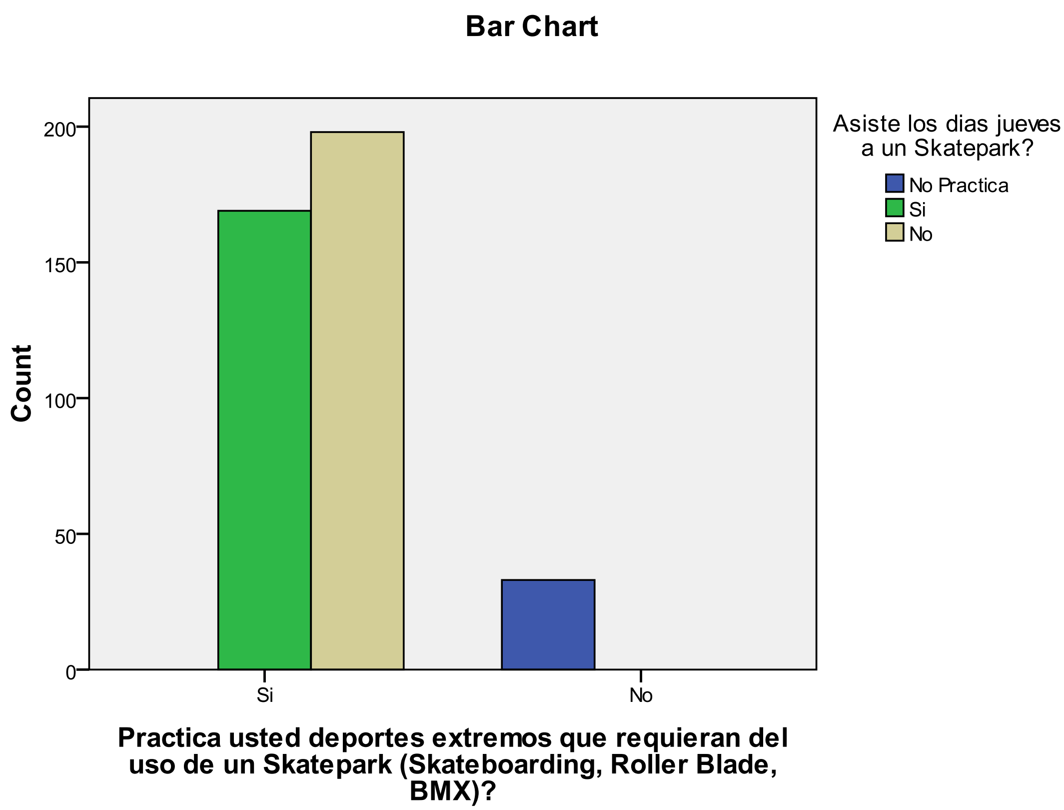


El 43.32% de los jóvenes que practican estos deportes asisten los días miércoles.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Asiste los dias jueves a un Skatepark? Crosstabulation

JUEVES

		Asiste los dias jueves a un Skatepark?			Total
		No Practica	Si	No	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	169	198	367
	No	33	0	0	33
Total		33	169	198	400

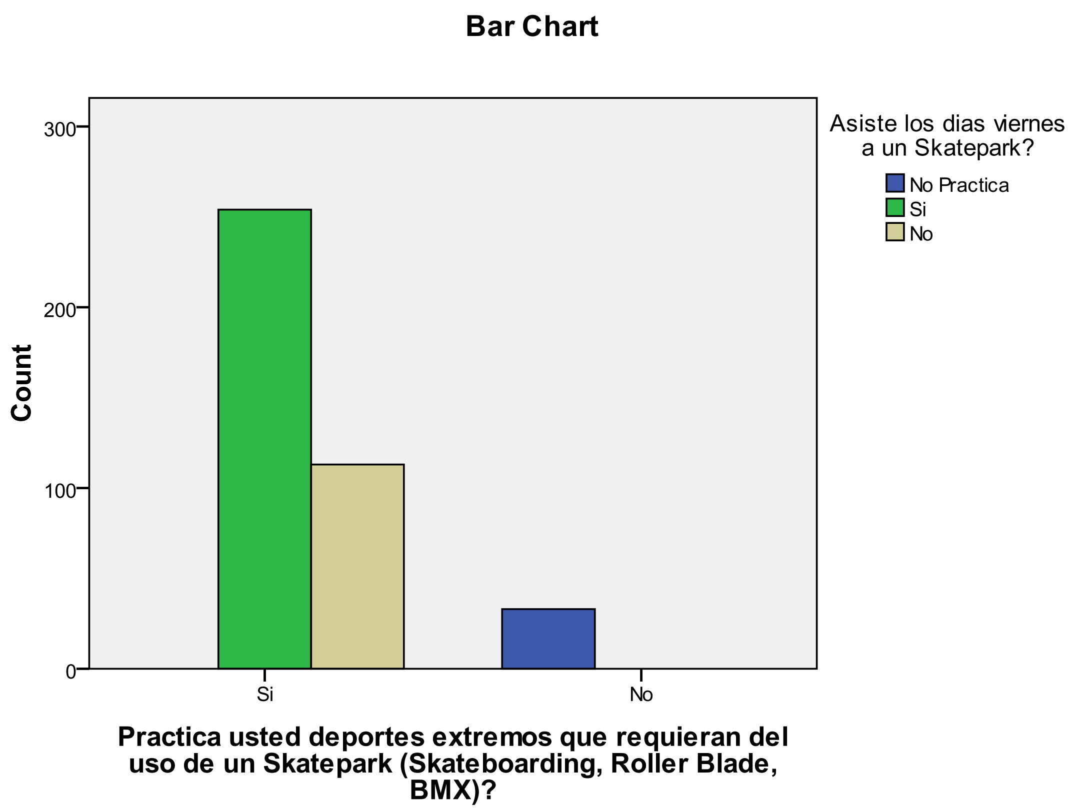


El 46.05% de los jóvenes que practican estos deportes asisten los días jueves.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Asiste los dias viernes a un Skatepark? Crosstabulation

VIERNES

		Asiste los dias viernes a un Skatepark?			Total
		No Practica	Si	No	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	254	113	367
	No	33	0	0	33
Total		33	254	113	400

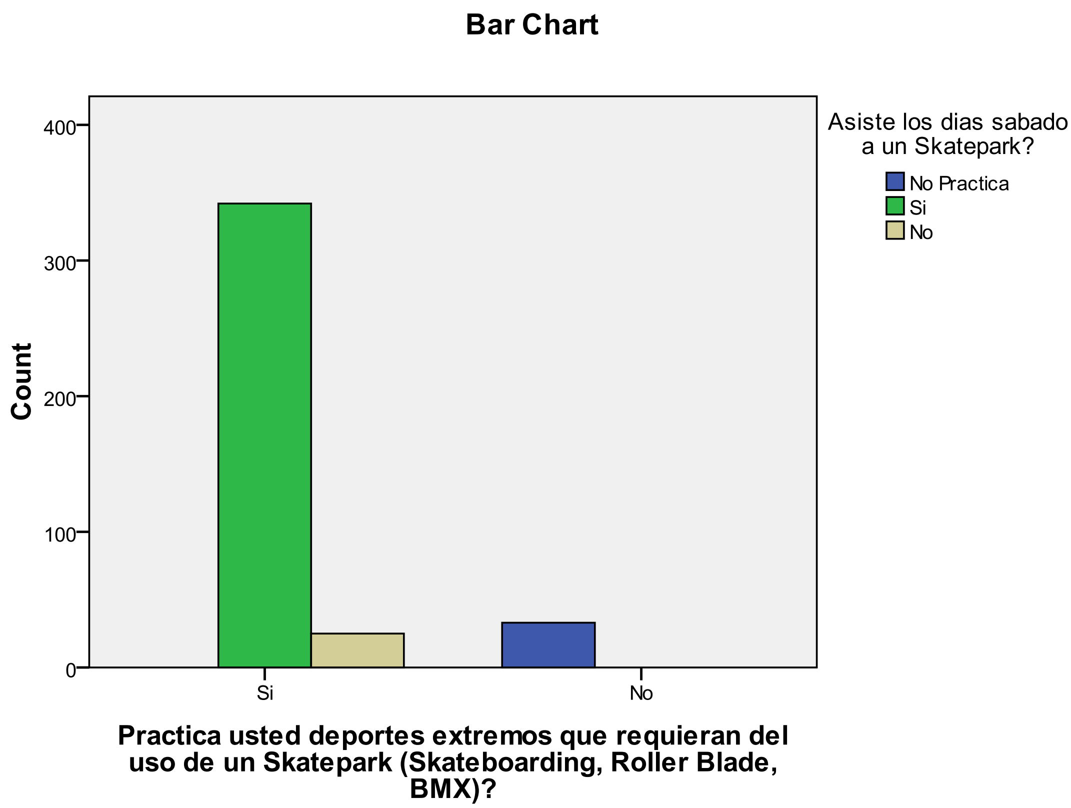


El 69.21% de los jóvenes que practican estos deportes asisten los días viernes.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Asiste los dias sabado a un Skatepark? Crosstabulation

SABADO

		Asiste los dias sabado a un Skatepark?			Total
		No Practica	Si	No	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	342	25	367
	No	33	0	0	33
Total		33	342	25	400

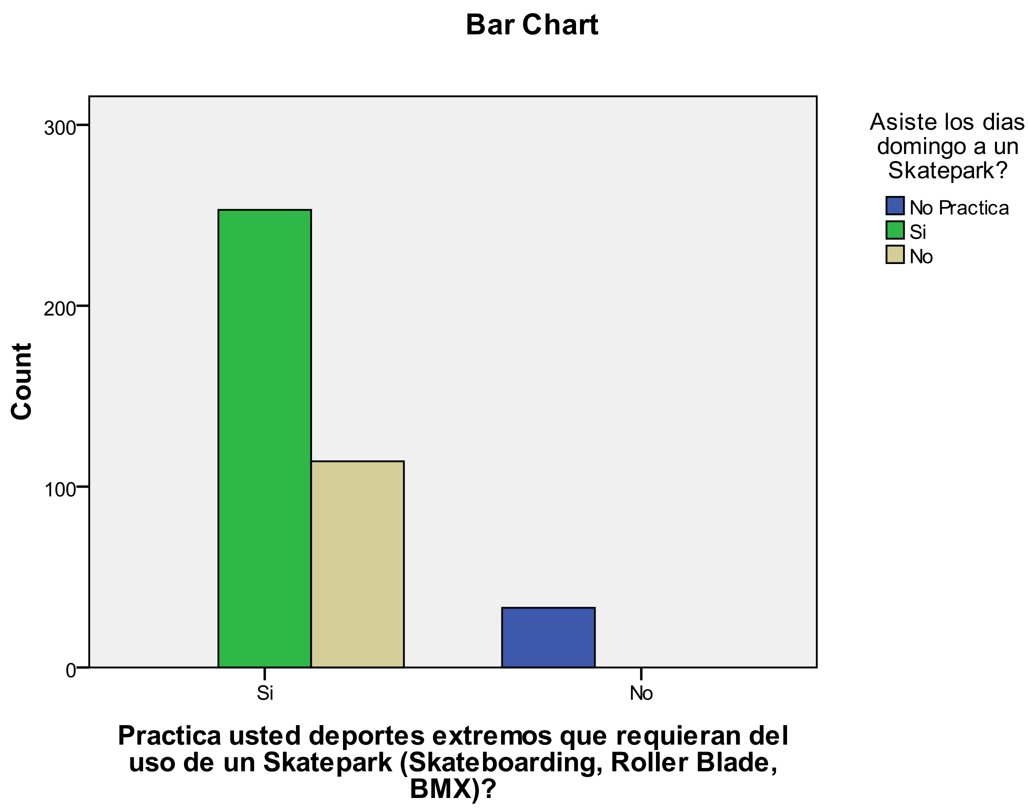


El 93.19% de los jóvenes que practican estos deportes asisten los días sábados.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Asiste los dias domingo a un Skatepark? Crosstabulation

DOMINGO

		Asiste los dias domingo a un Skatepark?			Total
		No Practica	Si	No	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	253	114	367
	No	33	0	0	33
Total		33	253	114	400



El 68.94% de los jóvenes que practican estos deportes asisten los días domingos.

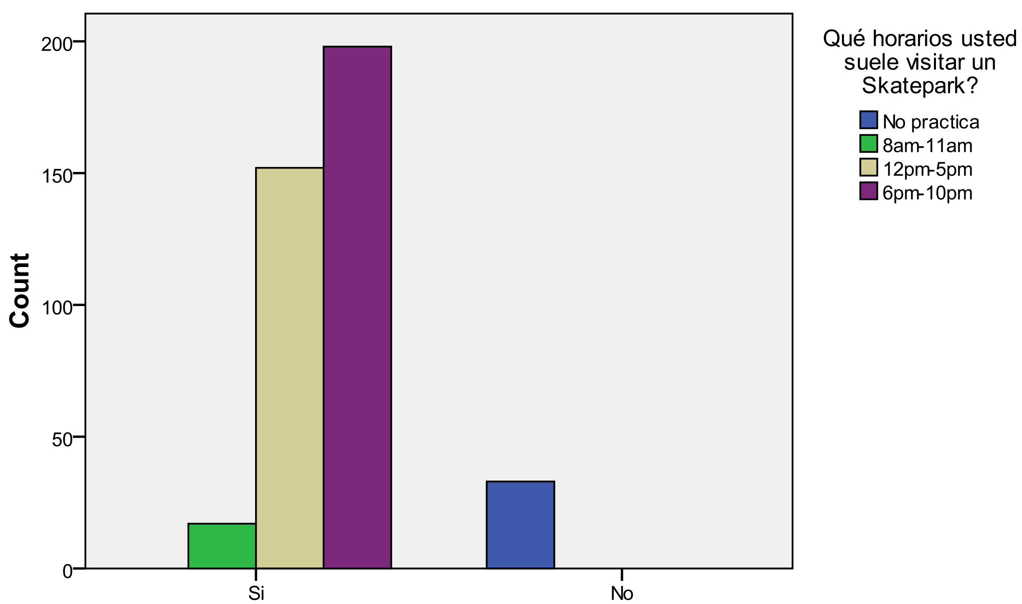
Relación entre los que practican estos deportes y lo hora en que suelen asistir.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué horarios usted suele visitar un Skatepark? Crosstabulation

Count

		Qué horarios usted suele visitar un Skatepark?				Total
		No practica	8am-11am	12pm-5pm	6pm-10pm	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	17	152	198	367
	No	33	0	0	0	33
Total		33	17	152	198	400

Bar Chart



Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?

Como se puede ver en la tabla y en la gráfica el 53.95% de estos deportistas asisten a partir de las 6 de la tarde pero también hay una gran acogida a partir del medio día ya que representan el 41.42% que asisten en ese lapso de tiempo.

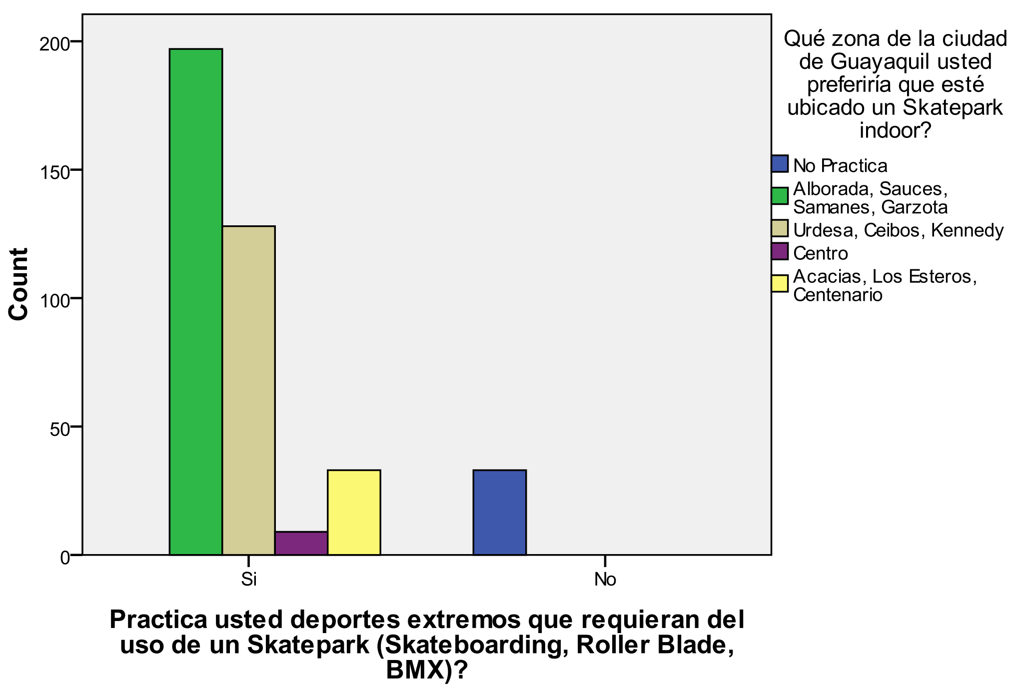
Zona de práctica que prefieren los deportistas.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué zona de la ciudad de Guayaquil usted preferiría que esté ubicado un Skatepark indoor? Crosstabulation

Count

		Qué zona de la ciudad de Guayaquil usted preferiría que esté ubicado un Skatepark indoor?					
		No Practica	Alborada, Sauces, Samanes, Garzota	Urdesa, Ceibos, Kennedy	Centro	Acacias, Los Esteros, Centenario	Total
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	197	128	9	33	367
	No	33	0	0	0	0	33
Total		33	197	128	9	33	400

Bar Chart



El 53.68% de los deportistas prefieren desarrollar su deporte al norte de la ciudad (Sectores: Alborada, Samanes, Sauces y/o Garzota).

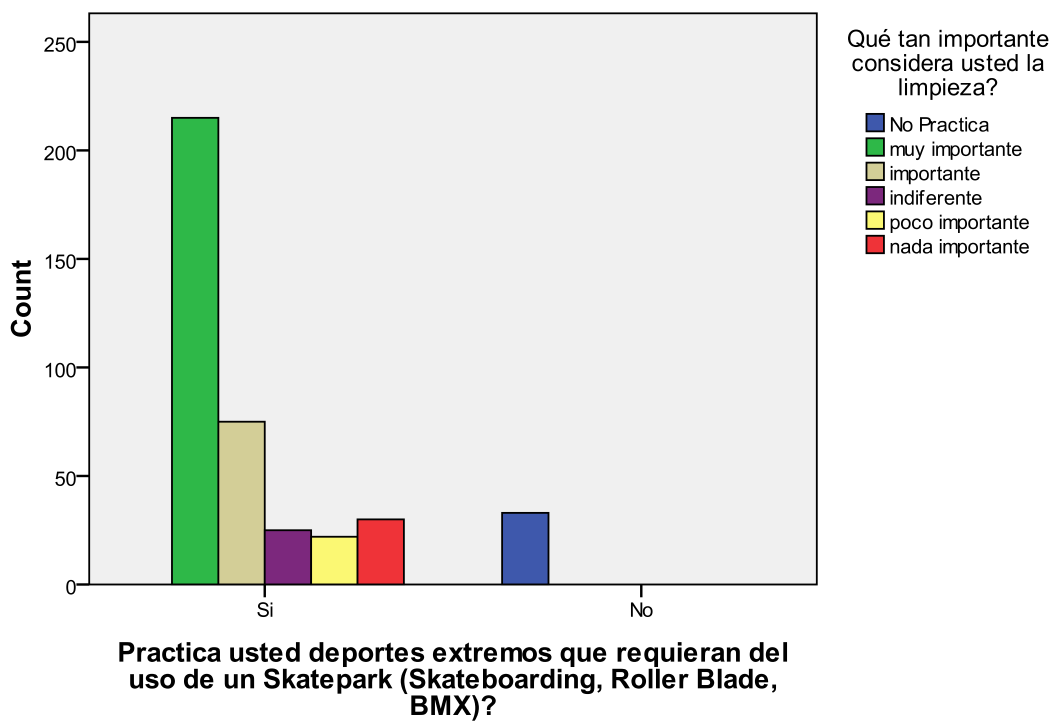
Importancia de los factores según los deportistas.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué tan importante considera usted la limpieza? Crosstabulation

LIMPIEZA

		Qué tan importante considera usted la limpieza?						
		No Practica	muy importante	importante	indiferente	poco importante	nada importante	Total
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	215	75	25	22	30	367
	No	33	0	0	0	0	0	33
Total		33	215	75	25	22	30	400

Bar Chart

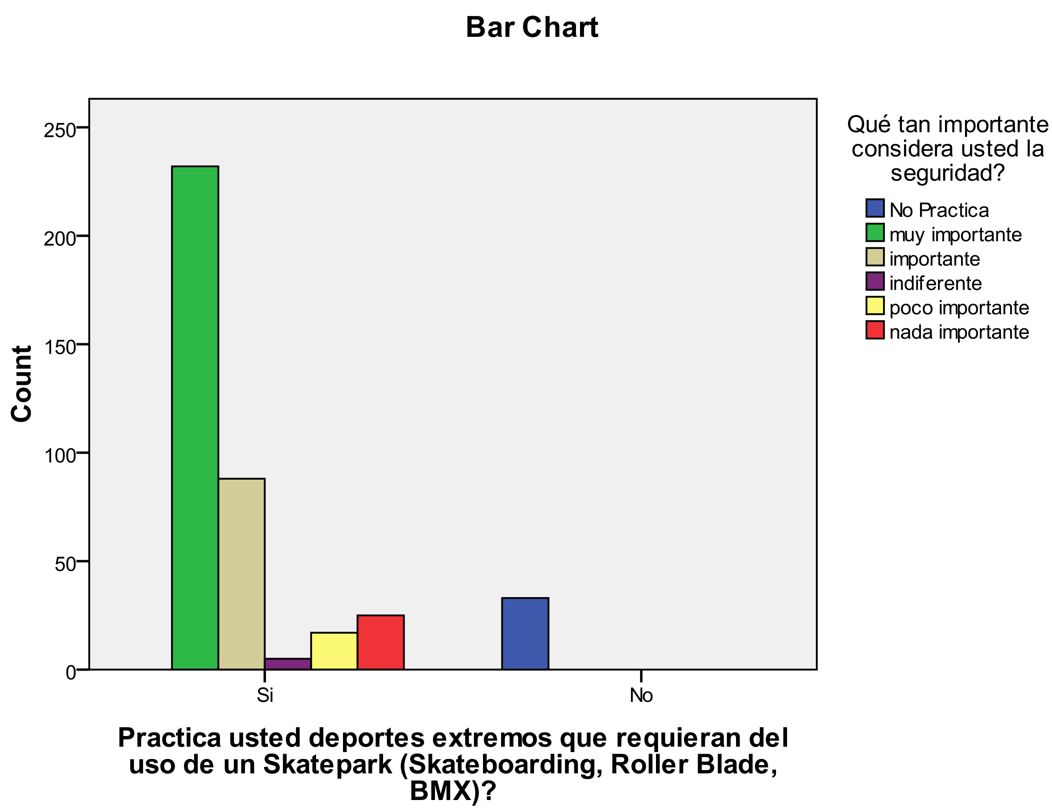


El 58.58% de los deportistas opinan que la limpieza es muy importante en el área de práctica.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué tan importante considera usted la seguridad? Crosstabulation

SEGURIDAD

		Qué tan importante considera usted la seguridad?						Total
		No Practica	muy importante	importante	indiferente	poco importante	nada importante	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	232	88	5	17	25	367
	No	33	0	0	0	0	0	33
Total		33	232	88	5	17	25	400



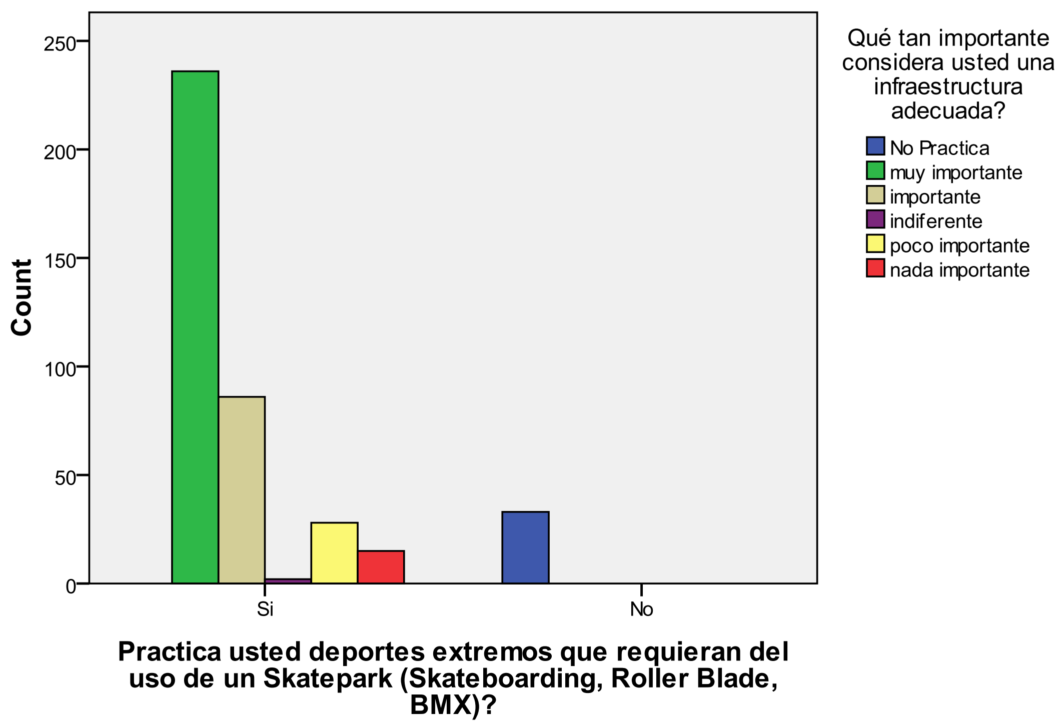
El 63.22% de los deportista consideran que la seguridad es muy importante y de esta manera se evitaría actividades o consumo ilícitos.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué tan importante considera usted una infraestructura adecuada? Crosstabulation

INFRAESTRUCTURA

		Qué tan importante considera usted una infraestructura adecuada?						
		No Practica	muy importante	importante	indiferente	poco importante	nada importante	Total
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	236	86	2	28	15	367
	No	33	0	0	0	0	0	33
Total		33	236	86	2	28	15	400

Bar Chart

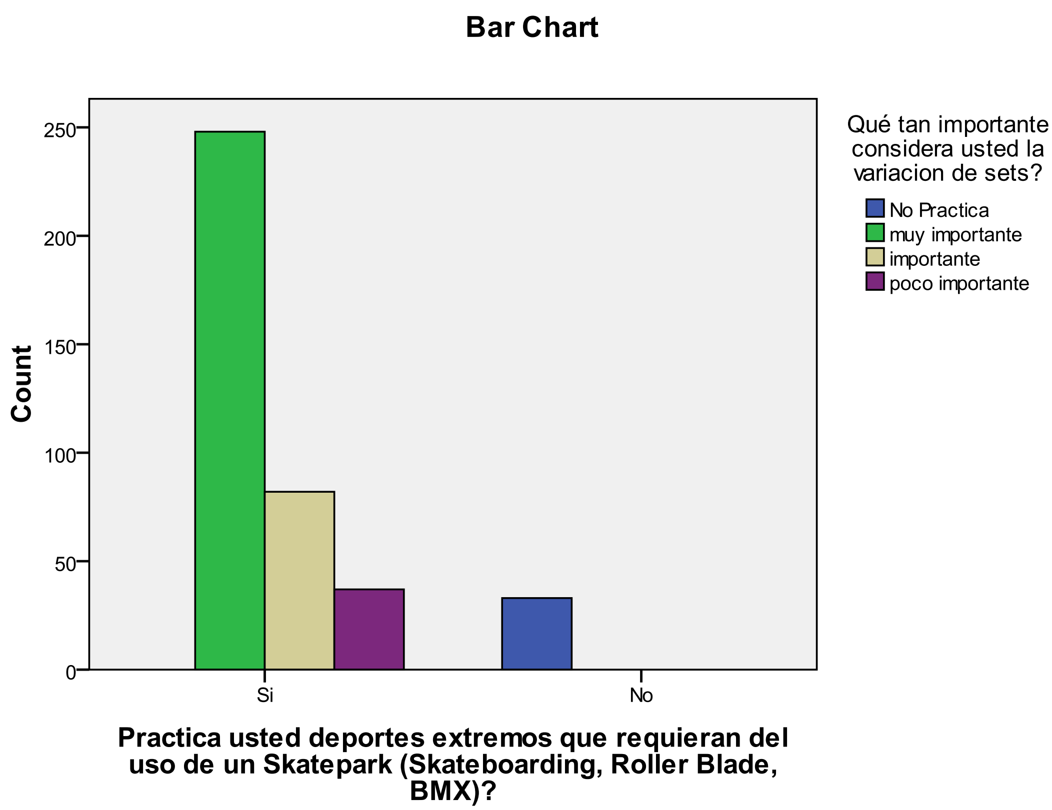


El 64.31% de los deportistas consideran que es muy importante que haya una buena infraestructura.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué tan importante considera usted la variacion de sets? Crosstabulation

VARIACIÓN DE SETS

		Qué tan importante considera usted la variacion de sets?				Total
		No Practica	muy importante	Importante	poco importante	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	248	82	37	367
	No	33	0	0	0	33
Total		33	248	82	37	400



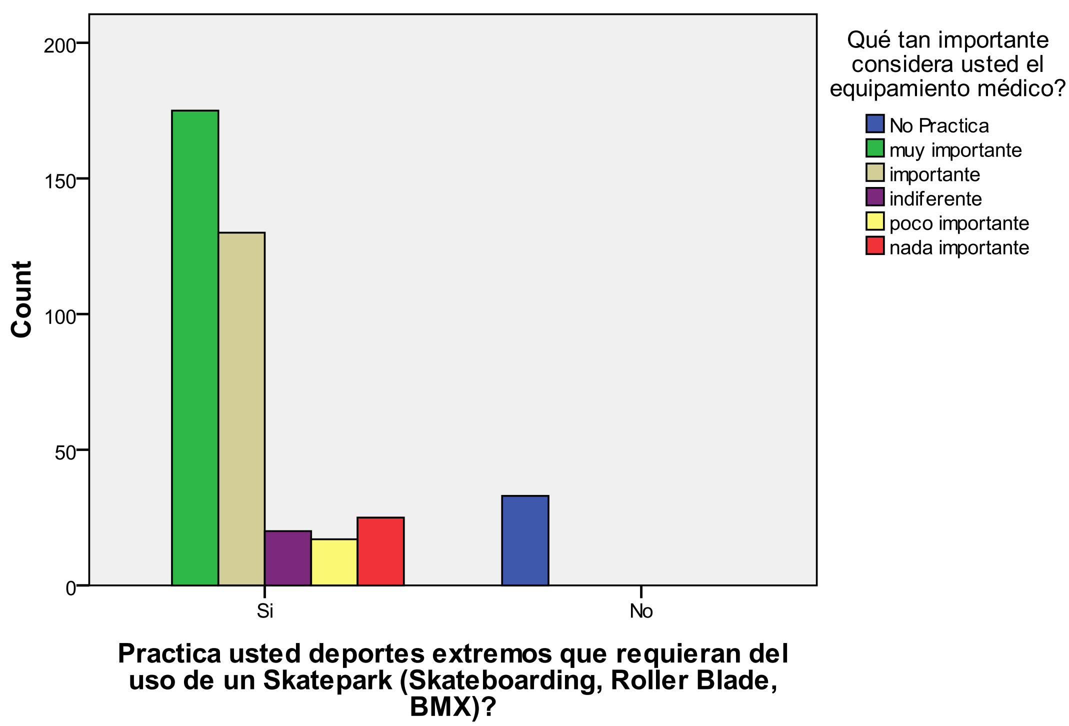
El 67.57% de los deportistas consideran que la variación de sets es muy importante que exista en el Skatepark privado.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué tan importante considera usted el equipamiento médico? Crosstabulation

EQUIPAMIENTO MÉDICO

		Qué tan importante considera usted el equipamiento médico?						
		No Practica	muy importante	importante	indiferente	poco importante	nada importante	Total
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	175	130	20	17	25	367
	No	33	0	0	0	0	0	33
Total		33	175	130	20	17	25	400

Bar Chart

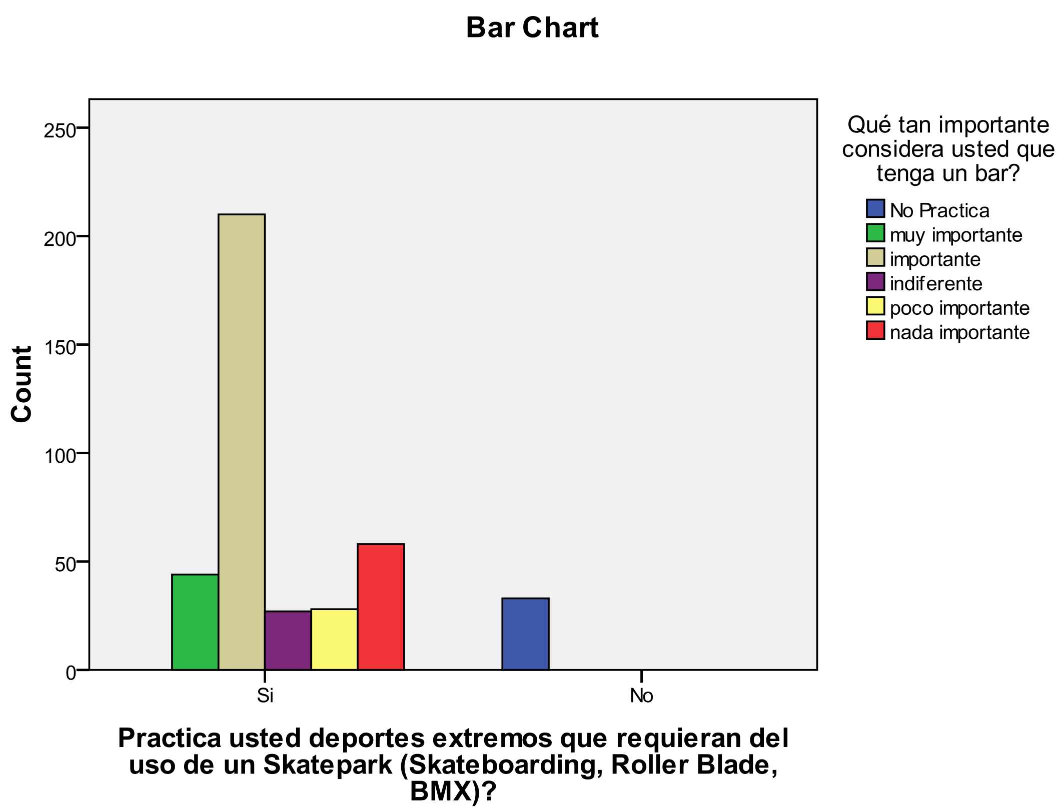


El 47.68% y el 35.42% de los deportista consideran muy importante e importante que exista un equipamiento médico para cualquier lesión que sufra cualquiera de las personas que practican.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué tan importante considera usted que tenga un bar? Crosstabulation

BAR

		Qué tan importante considera usted que tenga un bar?						Total
		No Practica	muy importante	importante	indiferente	poco importante	nada importante	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	44	210	27	28	58	367
	No	33	0	0	0	0	0	33
Total		33	44	210	27	28	58	400

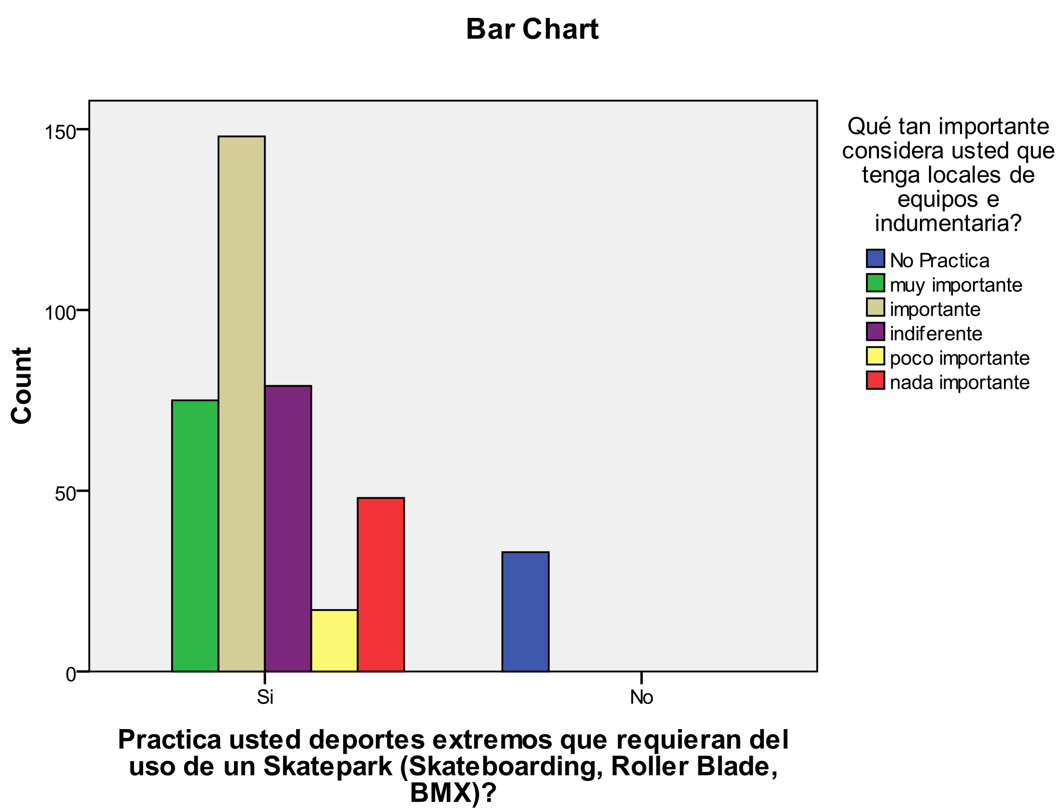


El 57.22% de los deportistas consideran importante que exista un bar.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué tan importante considera usted que tenga locales de equipos e indumentaria? Crosstabulation

LOCALES

		Qué tan importante considera usted que tenga locales de equipos e indumentaria?						Total
		No Practica	muy importante	Importante	indiferente	poco importante	nada importante	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	75	148	79	17	48	367
	No	33	0	0	0	0	0	33
Total		33	75	148	79	17	48	400



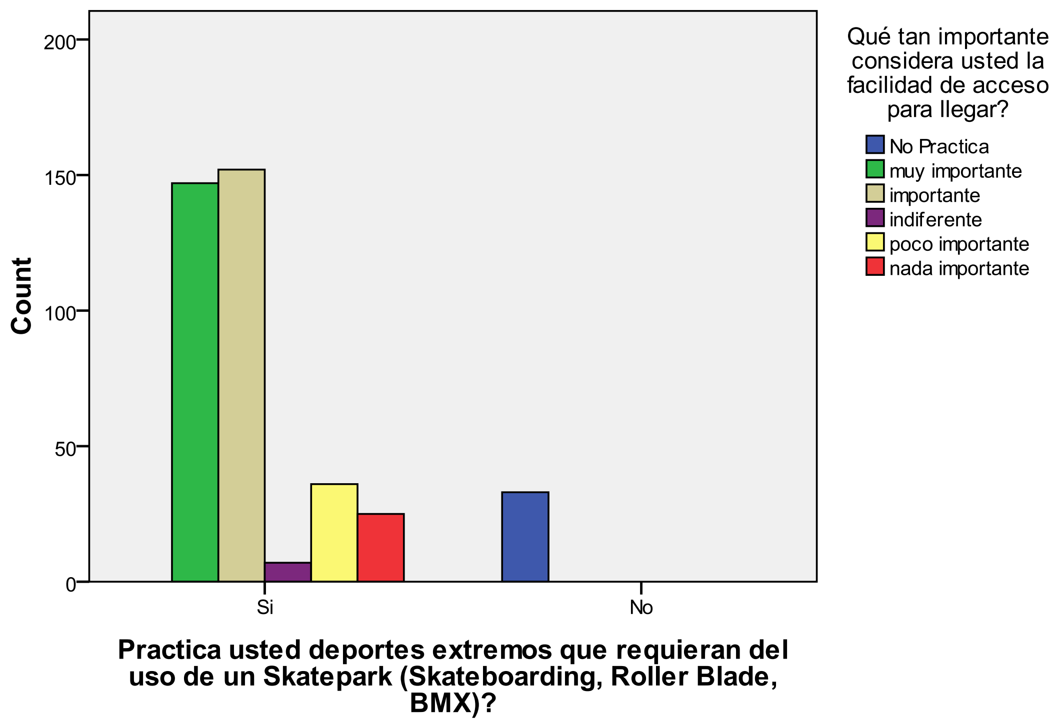
El 40.33% de los deportistas consideran importante que existan locales de equipos e indumentaria mientras que el 21.53% le es indiferente y al 20.44% le es muy importante, para la práctica de su deporte.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué tan importante considera usted la facilidad de acceso para llegar? Crosstabulation

FACILIDAD DE ACCESO

		Qué tan importante considera usted la facilidad de acceso para llegar?						Total
		No Practica	muy importante	importante	indiferente	poco importante	nada importante	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	147	152	7	36	25	367
	No	33	0	0	0	0	0	33
Total		33	147	152	7	36	25	400

Bar Chart



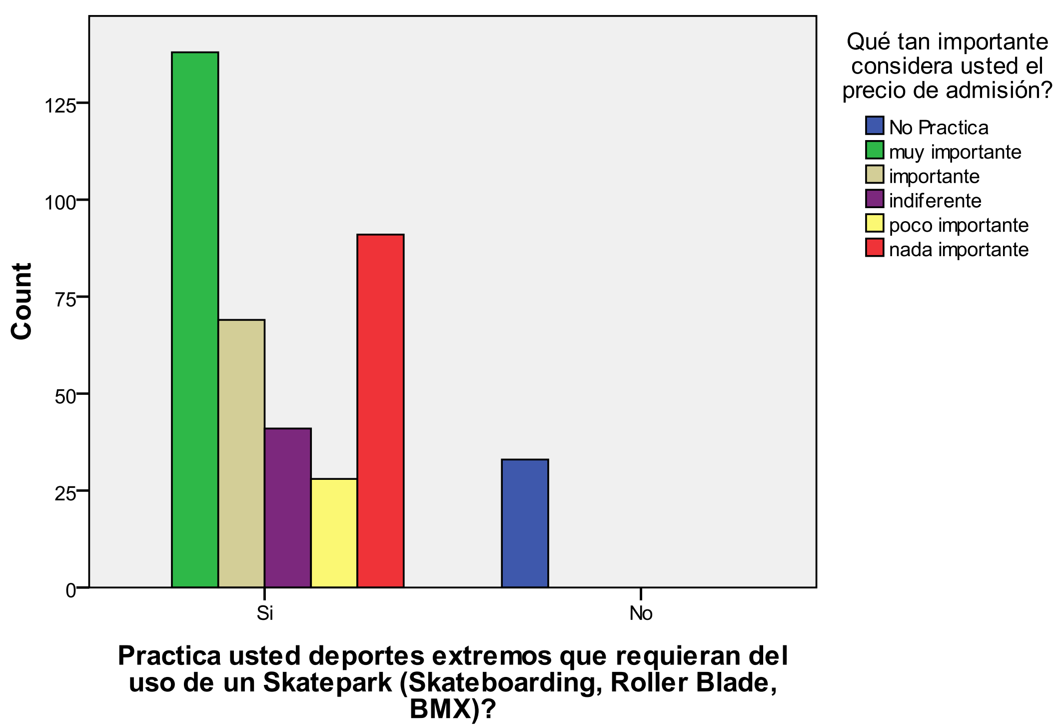
El 40.05% de los deportistas consideran importante la facilidad de acceso para llegar y el 41.42% lo consideran muy importante.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué tan importante considera usted el precio de admisión? Crosstabulation

PRECIO

		Qué tan importante considera usted el precio de admisión?						Total
		No Practica	muy importante	importante	indiferente	poco importante	nada importante	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	138	69	41	28	91	367
	No	33	0	0	0	0	0	33
Total		33	138	69	41	28	91	400

Bar Chart



El 37.60% de los deportistas consideran muy importante el precio de admisión, mientras que el 24.80% consideran nada importante el precio de admisión, pero el 18.80% lo consideran importante.

Sets que se implementaría en el Skatepark privado de acuerdo a la preferencia de las personas según el deporte que practican.

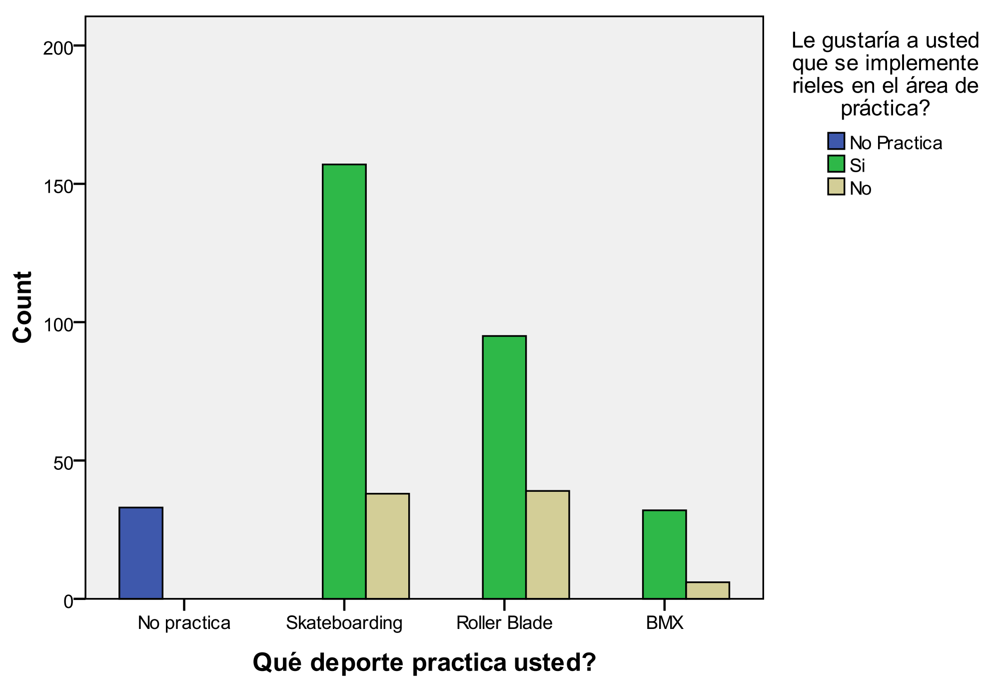
Rieles

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente rieles en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente rieles en el área de práctica?			Total
		No Practica	Si	No	
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	157	38	195
	Roller Blade	0	95	39	134
	BMX	0	32	6	38
Total		33	284	83	400

Bar Chart

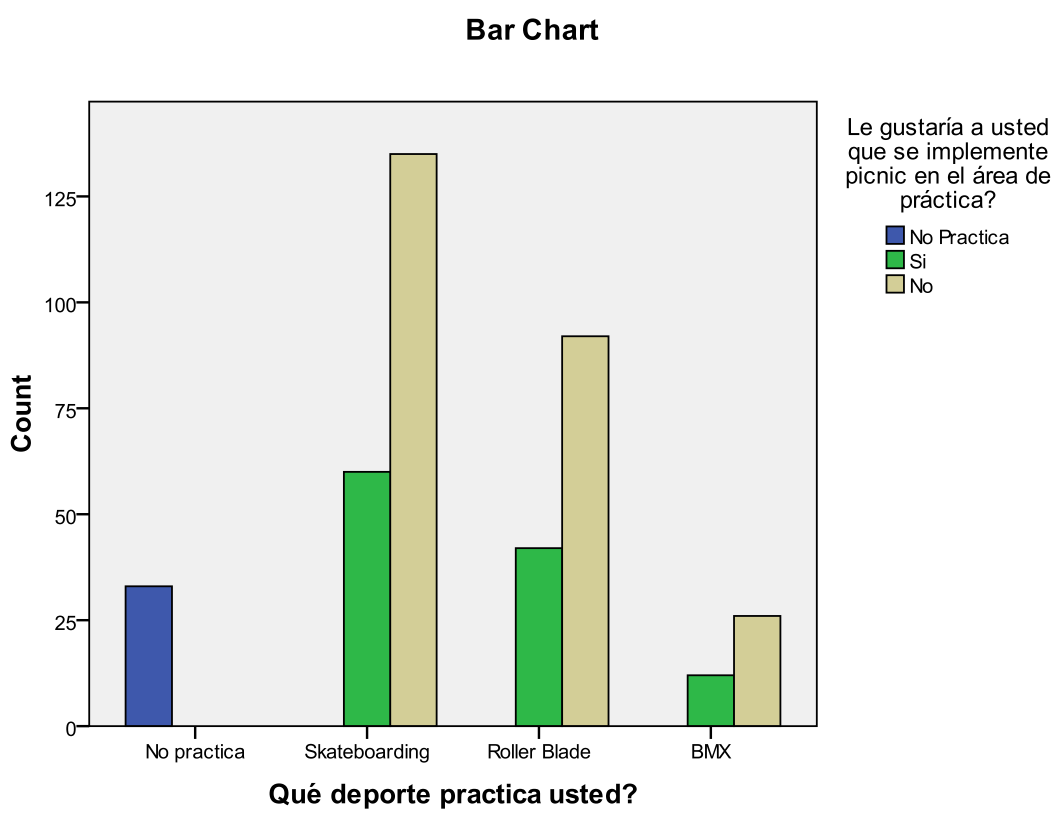


Picnic

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente picnic en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente picnic en el área de práctica?			Total
		No Practica	Si	No	
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	60	135	195
	Roller Blade	0	42	92	134
	BMX	0	12	26	38
Total		33	114	253	400

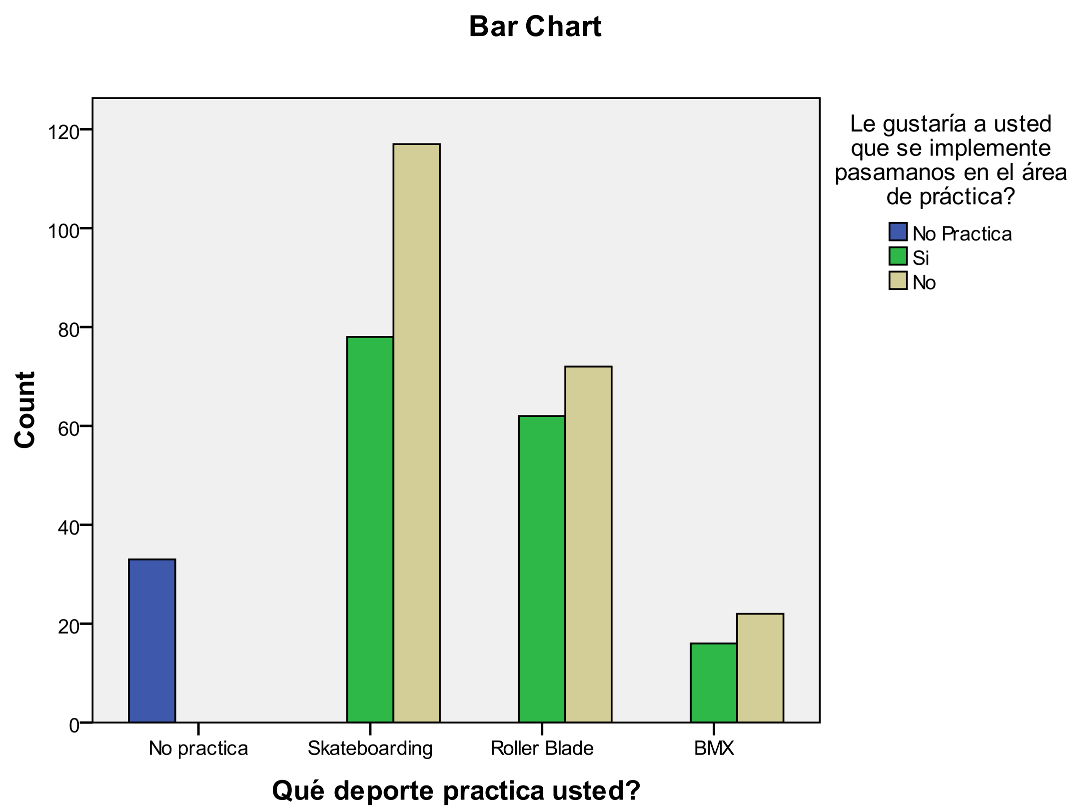


Pasamanos

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente pasamanos en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente pasamanos en el área de práctica?			Total
		No Practica	Si	No	
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	78	117	195
	Roller Blade	0	62	72	134
	BMX	0	16	22	38
Total		33	156	211	400



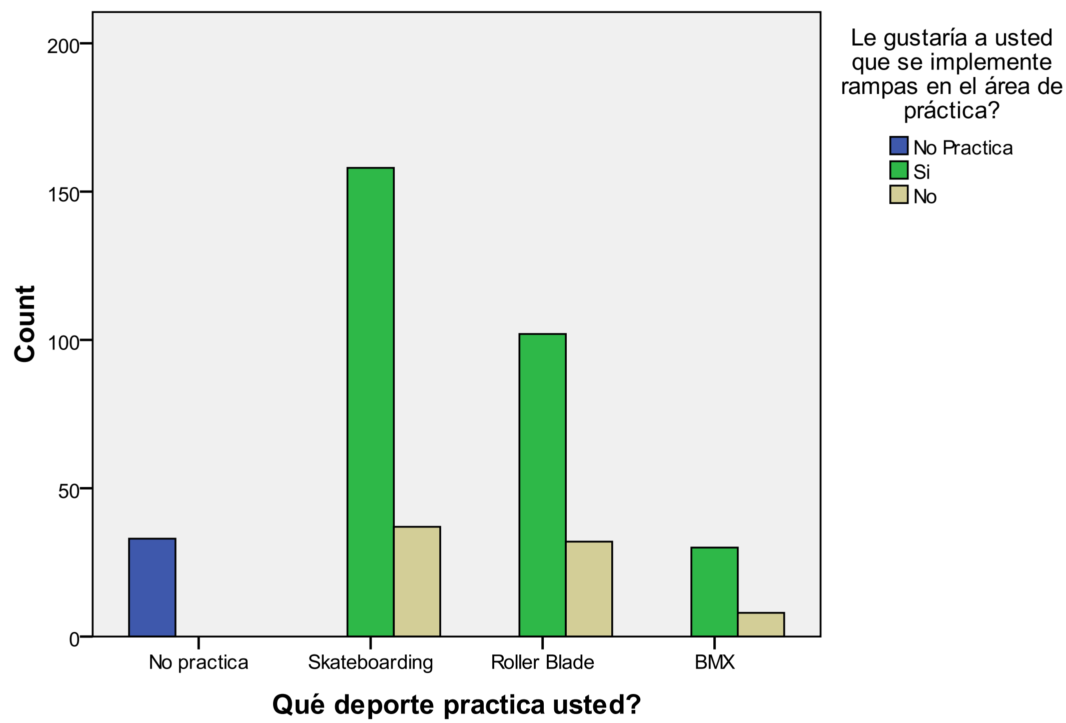
Rampas

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente rampas en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente rampas en el área de práctica?			Total
		No Practica	Si	No	
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	158	37	195
	Roller Blade	0	102	32	134
	BMX	0	30	8	38
Total		33	290	77	400

Bar Chart

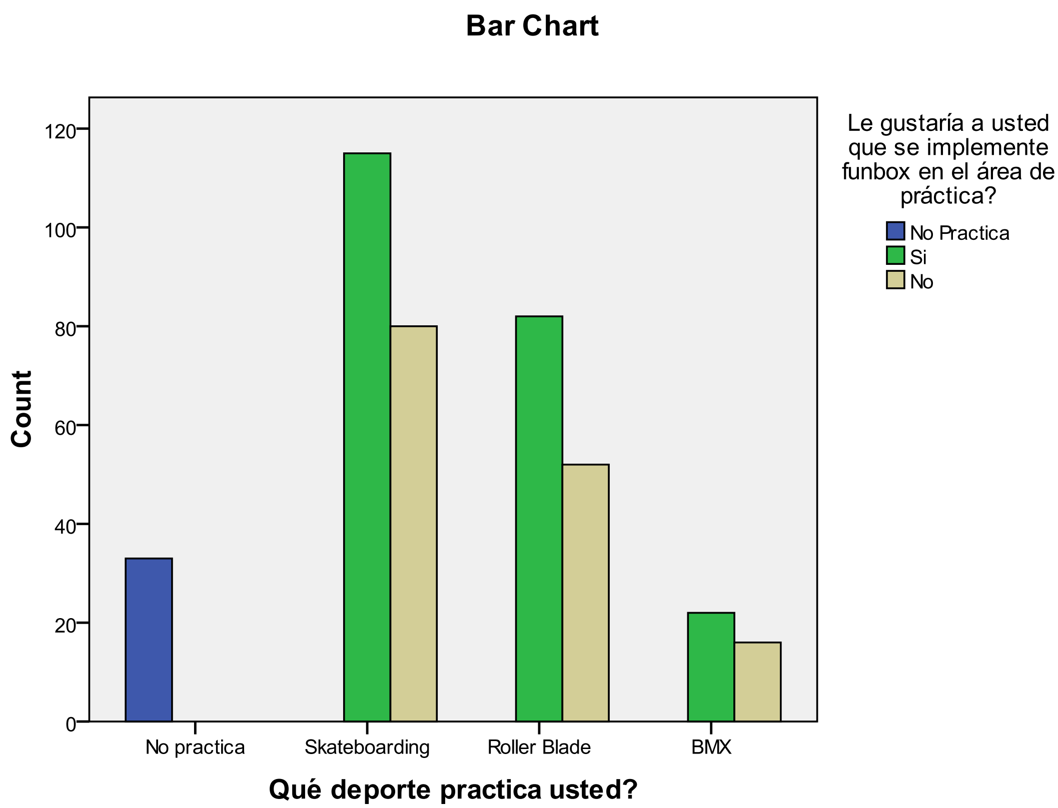


Funbox

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente funbox en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente funbox en el área de práctica?			Total
		No Practica	Si	No	
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	115	80	195
	Roller Blade	0	82	52	134
	BMX	0	22	16	38
Total		33	219	148	400

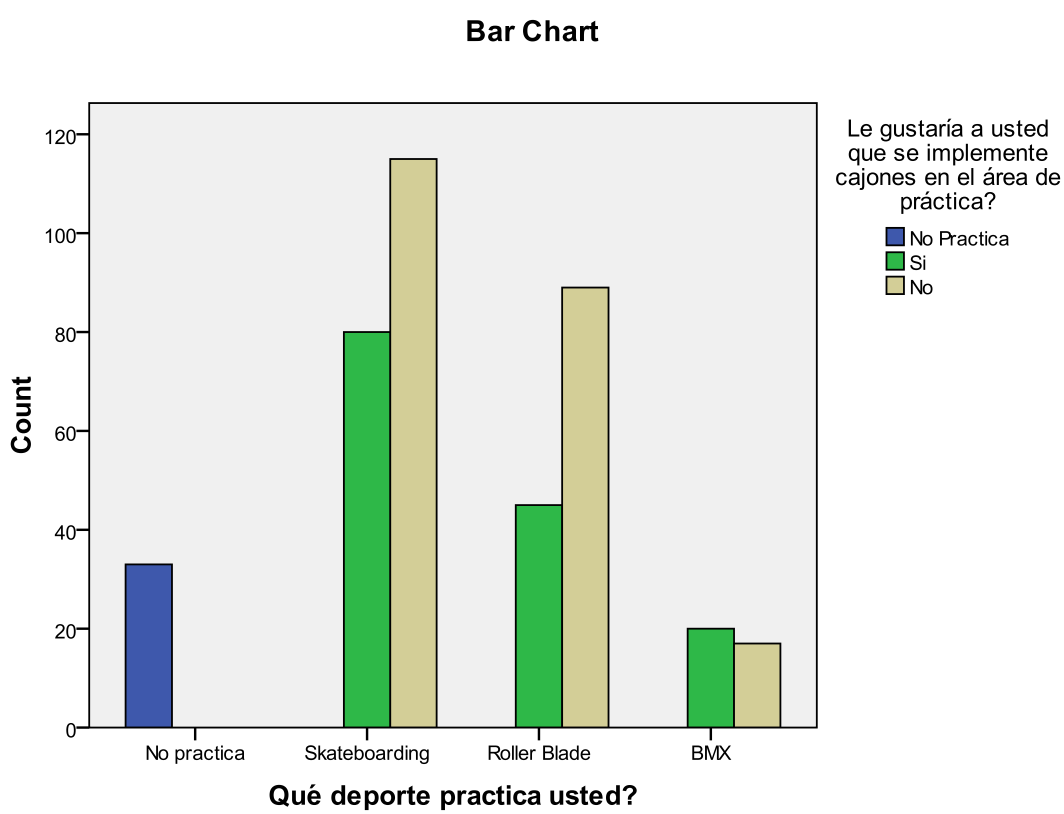


Cajones

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente cajones en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente cajones en el área de práctica?			Total
		No Practica	Si	No	
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	80	115	195
	Roller Blade	0	45	89	134
	BMX	0	20	17	37
Total		33	145	221	399



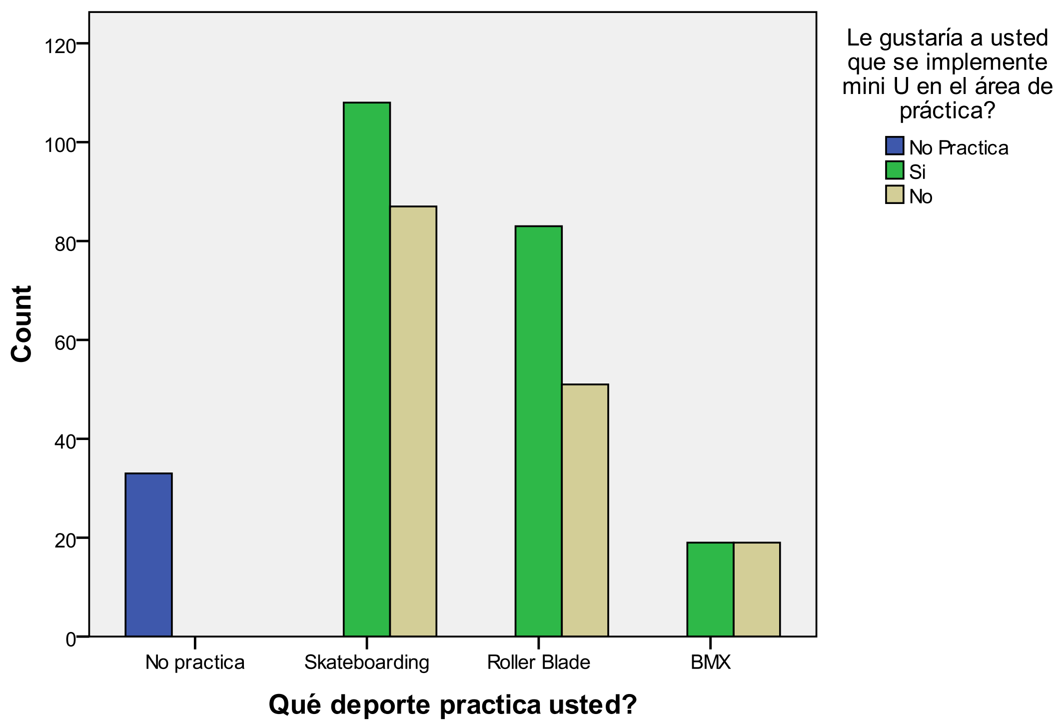
Mini U

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente mini U en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente mini U en el área de práctica?			Total
		No Practica	Si	No	
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	108	87	195
	Roller Blade	0	83	51	134
	BMX	0	19	19	38
Total		33	210	157	400

Bar Chart

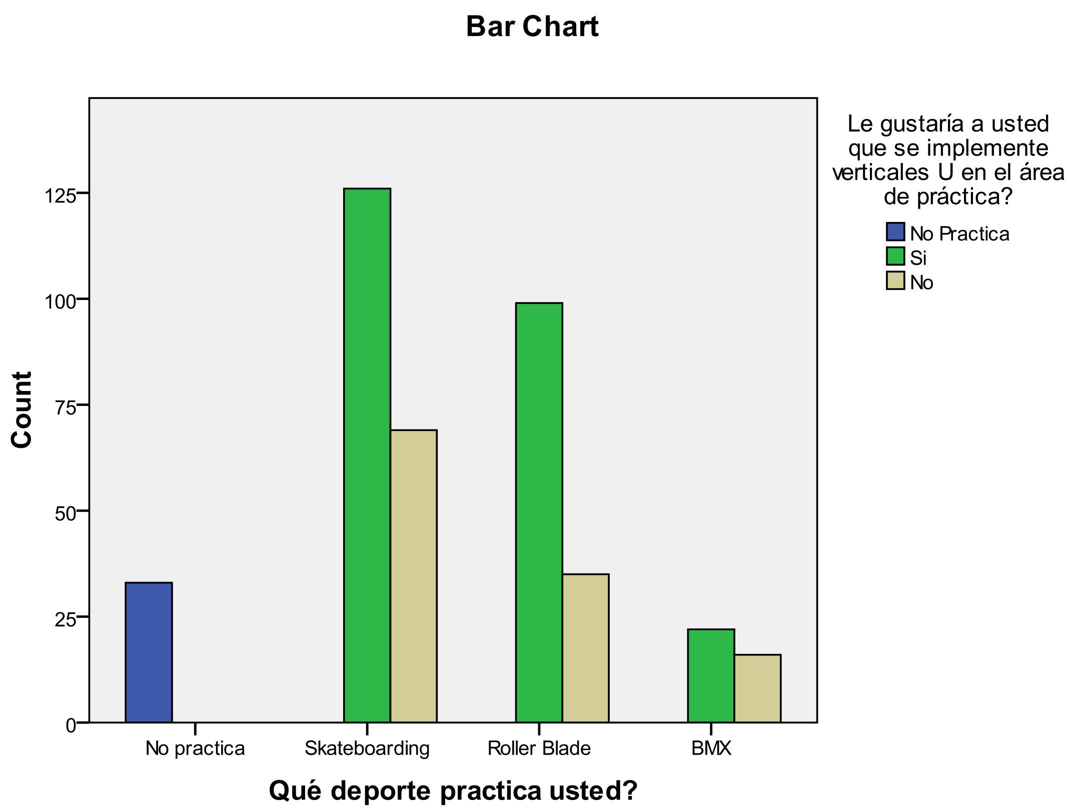


Verticales U

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente verticales U en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente verticales U en el área de práctica?			
		No Practica	Si	No	Total
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	126	69	195
	Roller Blade	0	99	35	134
	BMX	0	22	16	38
Total		33	247	120	400

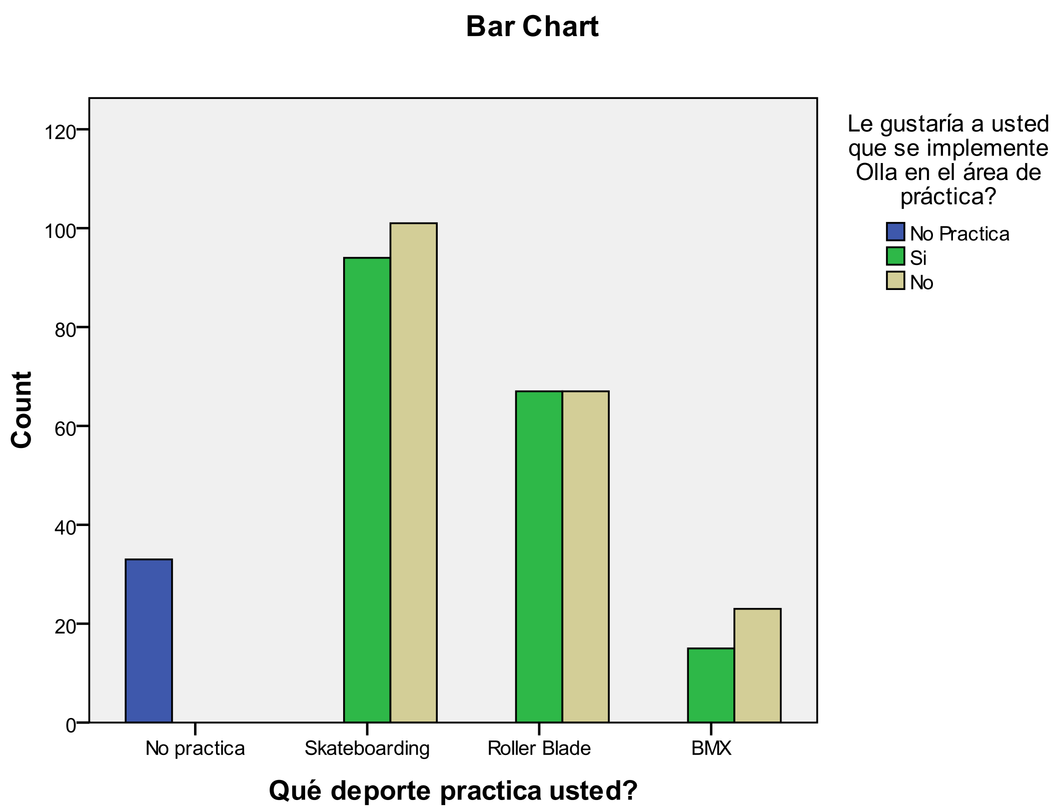


Olla

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente Olla en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente Olla en el área de práctica?			
		No Practica	Si	No	Total
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	94	101	195
	Roller Blade	0	67	67	134
	BMX	0	15	23	38
Total		33	176	191	400

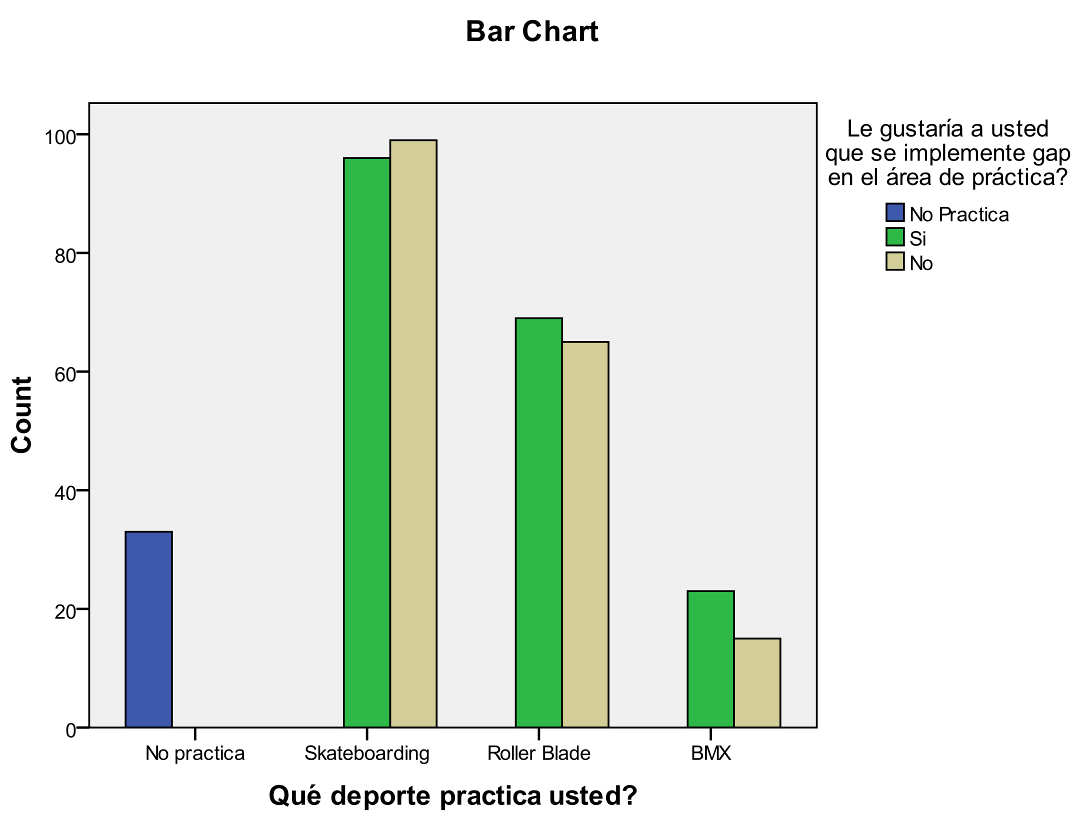


Gap

Qué deporte practica usted? * Le gustaría a usted que se implemente gap en el área de práctica? Crosstabulation

Count

		Le gustaría a usted que se implemente gap en el área de práctica?			Total
		No Practica	Si	No	
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	96	99	195
	Roller Blade	0	69	65	134
	BMX	0	23	15	38
Total		33	188	179	400

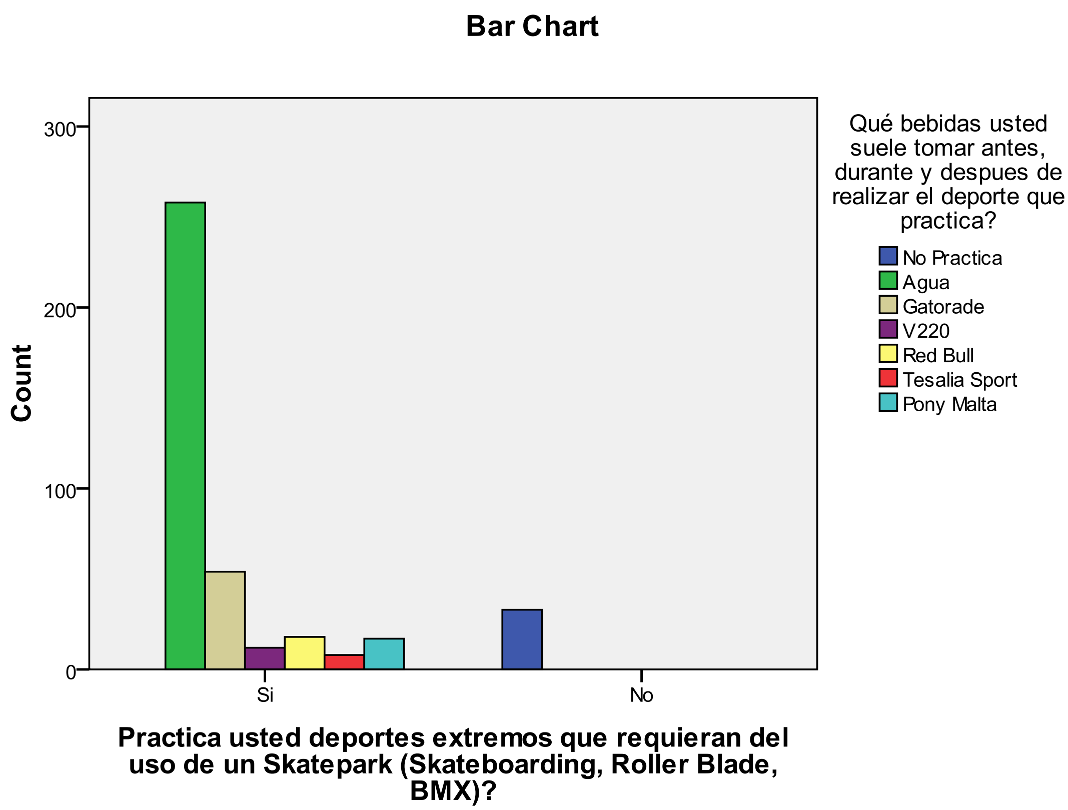


Tipos de bebidas que más se requieran en un bar

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Qué bebidas usted suele tomar antes, durante y despues de realizar el deporte que practica? Crosstabulation

Count

		Qué bebidas usted suele tomar antes, durante y despues de realizar el deporte que practica?							Total
		No Practica	Agua	Gatorade	V220	Red Bull	Tesalia Sport	Pony Malta	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	258	54	12	18	8	17	367
	No	33	0	0	0	0	0	0	3 3
Total		33	258	54	12	18	8	17	400

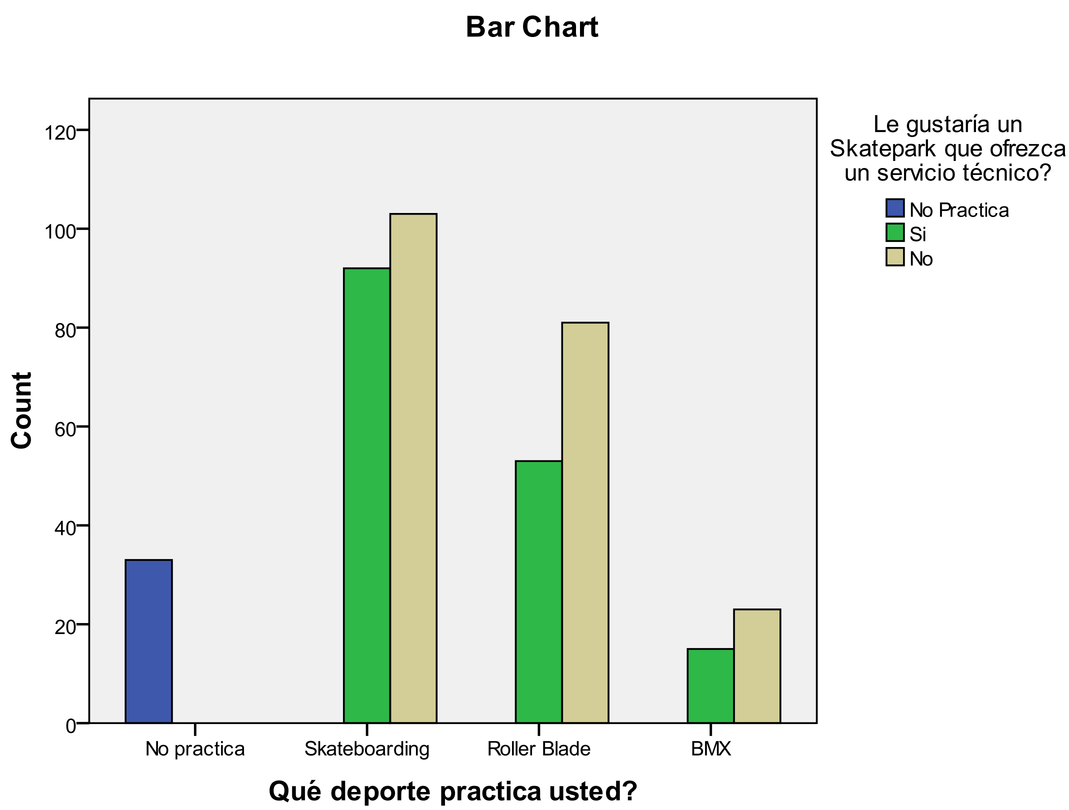


El 70.30% de los deportista prefieren agua como la bebida más importante.

Servicio Técnico en relación con cada deporte

Qué deporte practica usted? * Le gustaría un Skatepark que ofrezca un servicio técnico? Crosstabulation
Count

		Le gustaría un Skatepark que ofrezca un servicio técnico?			Total
		No Practica	Si	No	
Qué deporte practica usted?	No practica	33	0	0	33
	Skateboarding	0	92	103	195
	Roller Blade	0	53	81	134
	BMX	0	15	23	38
Total		33	160	207	400



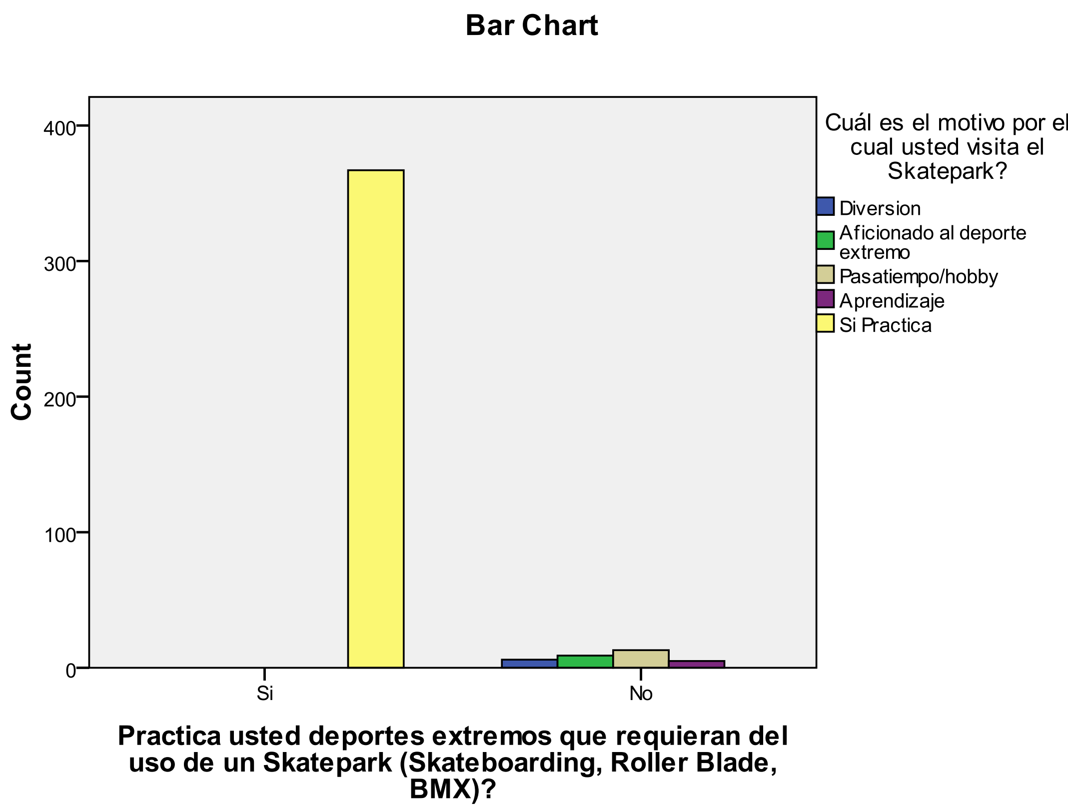
- El 52.82% de los que practican Skateboarding no desean el servicio.
- El 60.45% de los que practican Roller Blade no desean el servicio.
- El 60.53% de los que practican BMX no desean el servicio.

Razón por la que asisten a un Skatepark sin dominar cualquiera de los deportes.

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Cuál es el motivo por el cual usted visita el Skatepark? Crosstabulation

Count

		Cuál es el motivo por el cual usted visita el Skatepark?					Total
		Diversion	Aficionado al deporte extremo	Pasatiempo/ hobby	Aprendizaje	Si Practica	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	0	0	0	367	367
	No	6	9	13	5	0	33
Total		6	9	13	5	367	400



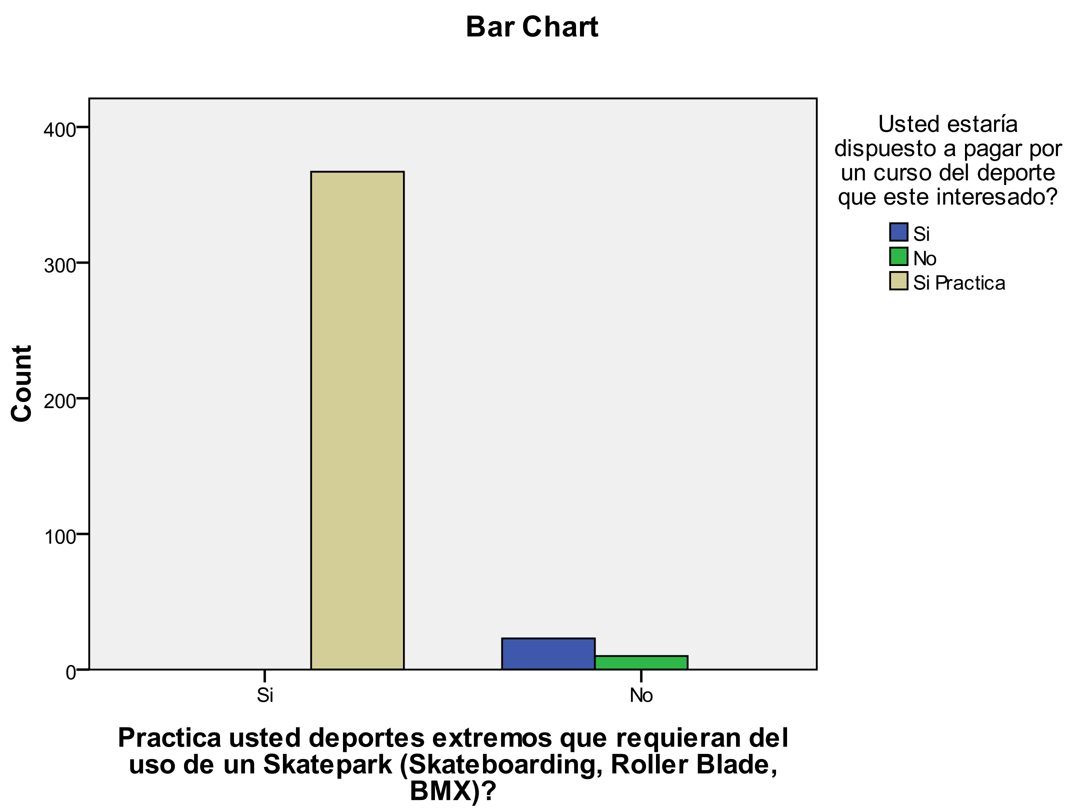
El 39.39% de los que no practican ninguno de los deportes, asisten por pasatiempo.

¿Pagarían un curso?

Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)? * Usted estaría dispuesto a pagar por un curso del deporte que este interesado? Crosstabulation

Count

		Usted estaría dispuesto a pagar por un curso del deporte que este interesado?			Total
		Si	No	Si Practica	
Practica usted deportes extremos que requieran del uso de un Skatepark (Skateboarding, Roller Blade, BMX)?	Si	0	0	367	367
	No	23	10	0	33
Total		23	10	367	400



El 69.70% estarían dispuesto a pagar por un curso para aprender el deporte que les gusta.

2.2.8. Conclusiones del Estudio de Mercado

La asistencia frecuente a los skateparks depende de factores relevantes (género, edad, deporte, ubicación, tipos de sets y las horas más visitadas) considerado por los usuarios.

- Los consumidores potenciales son hombres entre 17 a 20 años de edad.

- El Skateboarding es el deporte más practicado, el Roller Blade ocupa el segundo lugar.

- Alborada, Sauces, Samanes y/o Garzota es el sector más requerido por los usuarios para la ubicación del Skatepark.

- Se puede definir que los días que se tendría más demanda serían los Viernes, Sábados y Domingos. Cabe recalcar que todos los días hay un porcentaje de asistencia, pero a partir de los días jueves crece la asistencia de estos deportistas y la hora más visitadas son de 6pm – 10pm.

- Los rieles y las rampas son los sets más requeridos por los usuarios, pero también se consideran importante la implementación de Pasamanos, Funbox, Mini U, Verticales U y Olla.

- Todos los usuarios tanto de Skateboarding, Roller y BMX no consideran necesario que se implemente un servicio técnico para el arreglo de las tablas de skate, patines y/o bicicletas.

2.2.9. Recomendaciones del Estudio de Mercado

Basándose en la información anterior, la implementación del Skatepark privado 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 Skatepark outdoor (al aire libre) con una similar infraestructura y en algunos casos son gratis.

Debido a que el Skatepark indoor es un nuevo producto/servicio, 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).

Se debe considerar que el Skatepark puede tener un alto porcentaje de crecimiento que requerirá de mucho dinero, aunque podría generar pocos ingresos en sus primeros años de operación.

Finalmente, se recomienda implementar el Skatepark indoor únicamente enfocado en los practicantes de Skateboarding y Roller Blade, ya que los datos obtenidos en base a la encuesta indicaban que los practicantes del BMX tendían a deteriorar los filos de ciertos sets lo que no es recomendable para los otros deportistas. Entonces, aceptando la recomendación, se tendría una demanda potencial de **780 usuarios** para el nuevo Skatepark privado.

2.2.10. BCG Matrix (Boston Consulting Group)

La matriz del BCG muestra en forma gráfica las diferencias existentes entre las divisiones, en términos de la parte relativa del mercado que están ocupando y de la tasa de crecimiento de la industria.

2.2.10.1. Cuadrantes de la matriz

- *Estrella*

Los negocios representan las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad de la empresa a largo plazo. Tienen una considerable parte relativa del mercado y una tasa elevada de crecimiento.

- *Interrogante*

Posición en el mercado que abarca una parte relativamente pequeña, pero compiten en una industria de gran crecimiento.

- *Vacas de dinero*

Los negocios tienen una parte grande relativa del mercado, pero compiten en una industria con escaso crecimiento.

- *Perro*

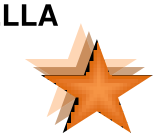
Tienen una escasa parte relativa del mercado y compiten en una industria con escaso o nulo crecimiento del mercado.

2.2.10.2. Posición del Producto/Servicio en la Matriz

Bajo la información mencionada anteriormente el producto/servicio está ubicado en el cuadrante de la interrogante, debido a que el Skatepark indoor estaría en la introducción del mercado de las personas que practican estos deportes, lo que significa que hay una alta tasa de crecimiento pero una parte relativa pequeña, es decir que por regla general, este proyecto está dentro de las empresas que necesitan mucho dinero, pero generan poco efectivo.

La organización tendría que decidirse mediante una estrategia intensiva (penetración en el mercado, desarrollo del mercado o desarrollo del producto).

Cuadro 2.2.: Matriz BCG

		PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL MERCADO	
		GRANDE	**PEQUEÑO**
TASA DE CRECIMIENTO DEL MERCADO	**ALTO**	**ESTRELLA** 	**INTERROGANTE**  **SKATEPARK (INDOOR)**
	BAJO	**VACAS** 	**PERRO** 

Elaborado por autoras

2.2.11. Matriz Implicación FCB

A través de esta matriz se puede analizar el comportamiento de compra del producto/servicio de los deportistas, al momento de optar donde practicar el deporte.

- <u>*Modo intelectual.-*</u> las personas se basan en la razón, en la lógica y en los hechos.

- *Modo emocional.-* las personas se basan en emociones, sentidos e intuición.
- *Implicación débil.-* representa para las personas una decisión fácil de compra del producto/servicio.
- *Implicación fuerte.-* representa para los consumidores una decisión difícil de compra del producto/servicio.

Cuadro 2.3. Matriz FCB

I = Investigación E = Evaluación A = Acción	MODO INTELECTUAL	MODO EMOCIONAL
IMPLICACIÓN FUERTE	*Aprendizaje* **(I,E,A)**	*Afectividad* **(E,I,A)**
IMPLICACIÓN DÉBIL	*Rutina* **(A,I,E)**	*Hedonismo* **(A,E,I)**

Elaborado por autoras.

Se determina que para la compra de producto/servicio se encuentra en el cuadrante de afectividad siendo un producto con fuerte implicación porque para obtener el servicio tendrá que incurrir en un valor. Con las estrategias de comunicación lo que se desea lograr es una conexión afectiva con el producto, sentimiento que se tiene al conocerlo.

2.2.12. Macro y Micro segmentación

2.2.12.1. Macro Segmentación

El mercado objetivo se basará en las necesidades del mismo para las personas que quieren una infraestructura cómoda que buscan un mejor servicio y una mejor infraestructura.

2.2.12.2. Micro Segmentación

Los grupos de segmentos objetivos son los siguientes:

Segmentación Geográfica

Región: Costa

Provincia: Guayas

Ciudad: Guayaquil

Estaciones: Invierno y Verano

Segmentación Demográfica

Edad: 8 a 26

Ciclo de vida de familiar: Solteros (sin hijos)

Sexo: Masculino y Femenino

Ocupación: estudiantes

Raza: todas

Clase social: media – alta

Segmentación Psicográfica

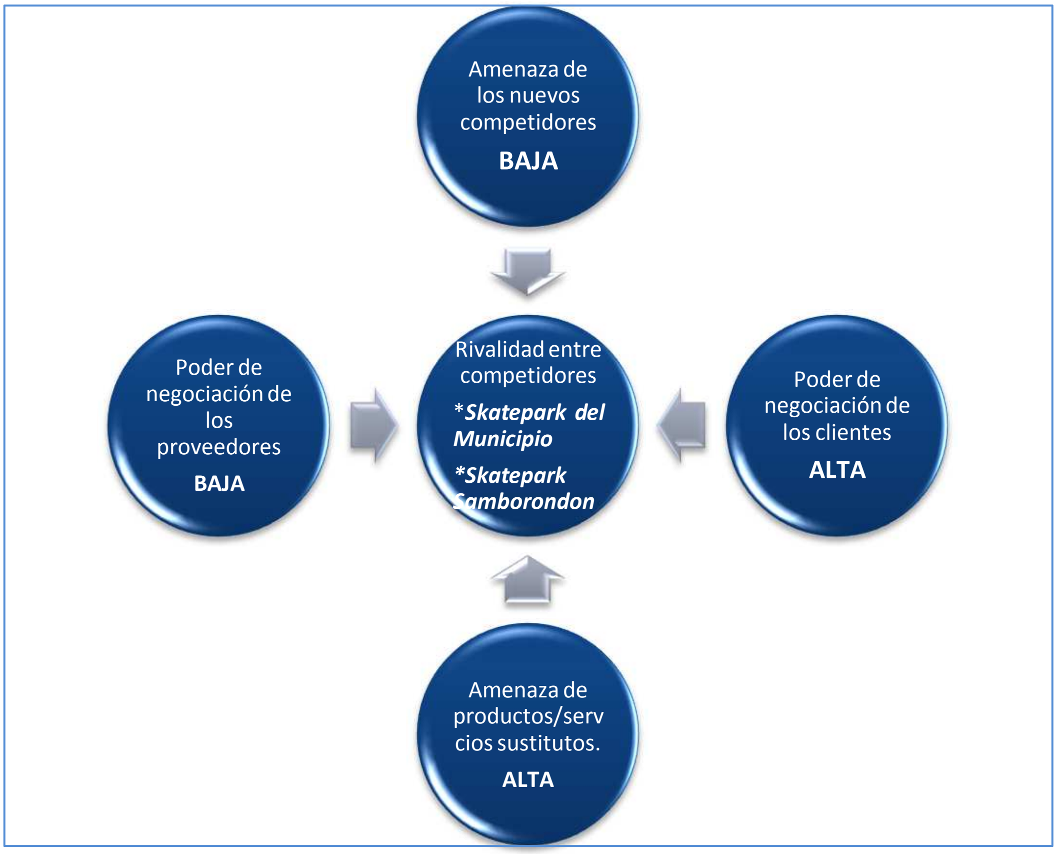
Estilo de Vida: aficionados a estos tipos de deporte

Personalidad: deportistas sociables

Intereses: personas que desean desarrollar estos deportes en un lugar que ofrezcan una infraestructura con todo el entretenimiento.

2.2.13. Fuerzas de Porter

Cuadro 2.4. Fuerzas de Porter



Elaborado por autoras.

Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de entrada de nuevos competidores depende de que tan popular se vuelva el Skatepark privado en la ciudad de Guayaquil. Por la fuerte inversión inicial que se debe realizar para la ejecución de este Skatepark se estima que la entrada de nuevas empresas es baja. Por otro lado al existir ya un Skatepark que cubra todas las necesidades que el cliente potencial exige seria el pionero en la industria y el primero en la mente del cliente.

Poder de proveedores

Los establecimientos que van a estar ubicados dentro de la organización tendrán una participación baja, puesto que ellos serán beneficiados en sus ventas al estar ubicados en un lugar en donde tendrán constante visitas de deportistas.

Poder de los clientes

Los clientes tendrán una participación media, puesto que al encontrar un establecimiento que le ofrezca un excelente servicio para el completo desempeño de su deporte, lo tendrán como primero al practicar, entrenar o aprender estos deportes, aun cuando tengan que incurrir en un costo.

Producto sustituto

Productos/servicio que puedan sustituir el nuestro serian los parques, calles o lugares que sean casi factibles para la práctica de estos deportes. La federación del guayas y su participación es alta, puesto que ofrecen los mismos beneficios incurriendo en un costo tales como torneos, cursos vacacionales, implementos, infraestructura. Los deportes que se practican en la ciudad de Guayaquil (fútbol, básquet, tenis) su participación son altos por la antigüedad que tienen dentro del mercado de deportes, así como el auge que tienen no solo a nivel nacional sino incluso internacional.

Amenaza de competencia

Como competencia directa se tiene: Skatepark del Municipio y Skatepark “La Finta”, donde las personas que practican dichos deportes asisten debido a que son los habituales lugares para divertirse y los que la gente ha conocido durante años. Su participación es un poco alta ya que por el momento no ofrecen los servicios que éste Skatepark va a ofrecer.

2.2.14. Marketing MIX

Producto

El producto/servicio es el área de skate en donde se desarrollaran deportes como: skateboarding y roller. 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 aun no se desarrolla en el Ecuador. La infraestructura estará dividida en diferentes escenarios construidos con materiales como: madera y cemento, y se implementará equipos para reproducir música ambiente de acuerdo al interés de los usuarios.

Además se ofrecerá cursos para personas interesadas en practicar los deportes extremos antes mencionados, siendo esto, cien por ciento innovador, ya que, no hay cursos de aprendizaje dirigidos a este deporte.

Precio

El precio para acceder al Skatepark, de acuerdo a la investigación de mercado, viene dada por la calidad de las instalaciones que se va a ofrecer, contratación del personal administrativo y el mantenimiento adecuado para mantener el área en buen estado, lo cual como resultado del costo de entrada es de 1 dólar 50 centavos.

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 los fines de semana y por las noches.

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

De los cursos vacacionales que se ofrecerán a mediados de enero, febrero y marzo, tendrán un precio de 75 dólares por persona, considerando el sueldo del instructor y la infraestructura que se utilizará para el aprendizaje.

Plaza

El Skatepark va a estar ubicado en la Cdla. La Garzota con un área de 800 m^2 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 Skatepark se permitirá la entrada libre a todas las personas que quieran conocer las instalaciones, y asimismo, 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.

Habrá promociones y descuentos para aquellos días de menor demanda con el fin de incentivar a los clientes que visiten el Skatepark:

- 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 cumpleañero.

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 Skatepark 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.

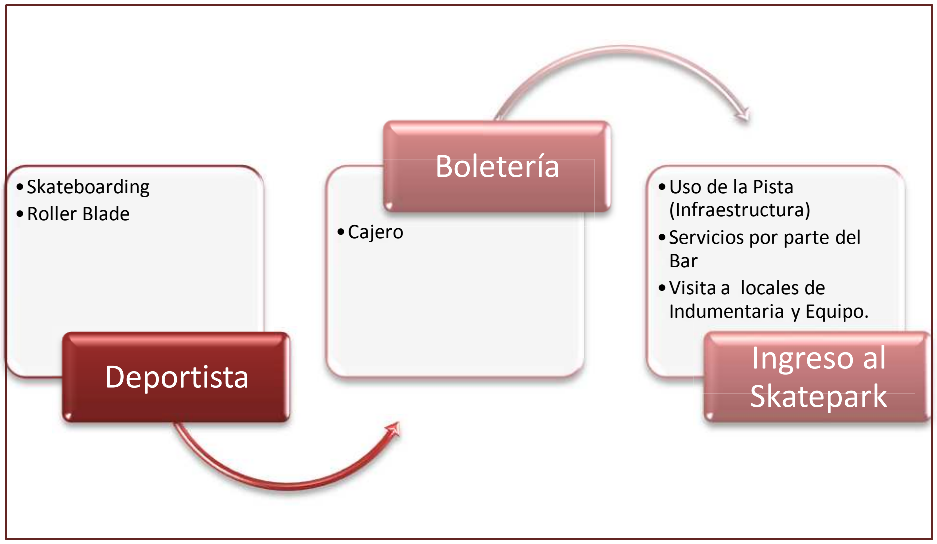
Posicionamiento

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 área de skate, 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.

2.3. ESTUDIO TÉCNICO

2.3.1. Proceso de Compra

Cuadro 2.5. Proceso de Compra



Elaborado por autoras.

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

- ❖ El cliente puede tener acceso al Skatepark indoor, acercándose primero a la boletería y pagar el valor de la entrada para así ingresar al establecimiento, que atenderá desde las 10h00 hasta las 23h00.

- ❖ Estando dentro del Skatepark, el deportista podrá tener acceso al bar y al local de indumentaria y equipo.

2.3.2. Tamaño de las Instalaciones

Se ha elegido invertir en la compra de un terreno y construir el establecimiento, debido al tipo y tamaño de la demanda que se ha estimado. Lo cual significa que se realizará un balance de inversión en obras físicas.

La capacidad máxima determinada por el Skatepark es entre 100 a 300 visitas al día, los viernes, sábados y domingos que son los días de mayor asistencia.

El proyecto se desarrollará en un solar ubicado en la urbanización La Garzota, parroquia urbana Tarqui de la ciudad de Guayaquil. El área del lote es de 800 m^2. El área de construcción es de 793,44 m^2 superficie en la cual se implementará la siguiente programación:

- **Estacionamiento vehicular.**

Será inicialmente en un área compactada y señalizada con tiza, con capacidad para 22 vehículos.

- **Ingreso.**

Será en la fachada con frente a la avenida 3A NE. Habrá un control para la venta de entradas, que estará cerca a la oficina administrativa. En el lado opuesto (fachada posterior), habrá una salida de emergencia en caso de siniestro.

- **Área de práctica/recreación.**

Tendrá la dotación completa de rampas y obstáculos necesarios para la práctica deportiva. Estos serán de hormigón alisado y pintado, al igual que toda la superficie del salón, por ser el material idóneo en durabilidad, poco mantenimiento y economía. La ventilación será de tipo cruzada con boquetes entre las paredes de cerramiento y la cubierta. La iluminación será a través de planchas translúcidas en el techo y reflectores en las paredes perimetrales. El detalle de los juegos es el siguiente:

*Tres rampas semi-cilíndricas
*Descanso
*Rampa plana inclinada
*Rampa con riel
*Despegue con pasamano y rampa cuarto de cilindro
*Cajón de juegos
*Cajón de juegos con riel.
*Abanico en planos diagonales.
*Descanso y rampa cuarto de cilindro
*Cajón con desnivel
*Cajón con muro divisorio
*Rampas a 135 grados tipo codo.

- **Gradas.**

Serán cinco escalones de hormigón con capacidad para doscientos personas, para espetar las destrezas de los deportistas en alguna competición. Tendrá unos pasamanos metálicos para proteger de las rampas a los espectadores.

- **Oficina administrativa.**

Estará al lado del ingreso principal, con baño privado y amplia ventana para observar el salón de juegos. Contará con un área privada que pueda servir como bodega.

- **Locales comerciales.**

Se tendrá dos locales comerciales con baño privado cada uno. Serán destinados para venta de ropa deportiva y accesorios, y para cafetería con servicio tanto para el interior como para el ambiente exterior al local, con mesas, sillas y parasoles, frente al parque público que está proyectado en el sector.

- **Batería de servicios higiénicos y vestidores.**

Habrá dos baños para el público asistente, uno para mujeres, con tres lavamanos, tres inodoros y dos duchas; y otro para varones, que incluyen tres duchas, dos inodoros y tres lavamanos, ambos con casilleros para la ropa en vestidores. Todo el piso tendrá baldosas de gres y las paredes estarán con revestimientos de azulejos.

2.3.3. Balance de Inversión para la Construcción

La inversión se detalla a continuación:

Terreno: 76,800 dólares.

Instalación de la obra: $1,299.92

Tabla 2.3. Instalación Obra

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Caseta de guardián y bodega	Global		$308.75
Instalación provisional eléctrica y de agua	Global		155.70
Limpieza de terreno	800 m2	$0.36	288.00
Trazado y replanteo	793.44 m2	$0.69	547.47

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Excavación y relleno: $6,722.91

Tabla 2.4. Excavación y Relleno

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Cimientos	92.76 m3	$6.28	$582.53
Cisterna	23.00 m3	8.07	185.61
Relleno compactado	396.72 m3	15.01	5,954.77

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Estructura: $37,509.56

Tabla 2.5. Estructura

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Re-plantillo	36.00 m2	$6.63	$238.68
Plintos	7.20 m3	344.94	2.483.57
Riostras	4.30 m3	497.83	2.140.67
Columnas	18.00 m3	556.02	10.008.36
Vigas	6.24 m3	596.82	3.724.16
Gradas	8.50 m3	502.79	4.273.72
Pilaretes	30.00 m1	14.37	431.10
Dinteles	20.40 ml	18.84	377.55
Cisterna	5.00 m3	502.79	2.513.95
Rampas	22.51 m3	502.79	$11.317.80

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Muros: $1,111.40

Tabla 2.6. Muros

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Muros de hormigón ciclópeo 0,40 cm	65.88 m2	16.87	1,111.40

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Contrapiso: $5,096.06

Tabla 2.7. Contrapiso

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Hormigón simple alisado e=0,08cm	563.10 m2	9.05	5,096.06

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Sobrepiso: $2,290.92

Tabla 2.8. Sobrepiso

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Baldosas de gres 30x30	102.00 m2	22.46	2,290.92

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Paredes: $7,811.90

Tabla 2.9. Paredes

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Bloques livianos H.S. 9x19x39 exteriores	339.96 m2	14.22	4,834.23
Bloques livianos H.S. 9x19x39 interiores	209.40 m2	14.22	2,977.67

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Enlucidos: $12,677.48

Tabla 2.10. Paredes

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Paredes exteriores	322.68 m2	14.87	4,798.25
Paredes interiores	693.00 m2	9.72	6,735.96
Filos	672.51 ml	1.70	1,143.27

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Revestimiento de paredes: $2,290.92

Tabla 2.11. Revestimiento de Paredes

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Azulejos 20x20	94.70 m2	22.46	2,290.92

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Pinturas: $6,946.23

Tabla 2.12. Pinturas

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Exterior	322.68 m2	4.41	1,423.02
Interior	693.00 m2	4.22	2,924.46
Empastado	693.00 m2	3.75	2,598.75

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Tumbado: $2,585.70

Tabla 2.13. Tumbado

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Fibrocel 0,65x0,65	102.00 m2	25.35	2,585.70

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Cubierta: $16,174.84

Tabla 2.14. Cubierta

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Techo placa 10,6 estructura metálica	878.59 m2	18.41	16,174.84

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Instalación Eléctrica: $5,918.58

Tabla 2.15. Instalación Eléctrica

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Acometida	6.00 ml	127.93	767.56
Panel de medidores	Global		289.50
Panel de distribución	Global		2,027.31
Puntos de luz	44.00 pts	45.12	1,985.28
Tomacorrientes	14.00 pts	46.13	645.82
Acometida de teléfono	global		58.06
Punto de teléfono	3.00 pts	48.35	145.05

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Instalación Sanitaria: $8,451.72

Tabla 2.16. Instalación Sanitaria

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Acometida de aa.pp.	15.00 ml	31.68	475.20
Instalación de bomba	global		630.49
Puntos de aa.pp.	25.00 pts	49.37	1,234.25
Distribución de aa.pp.	25.00 pts	28.26	706.50
Lavabo	8.00 u	95.71	765.68
Inodoro	8.00 u	126.90	1,015.20
Ducha	5.00 u	289.29	1,446.45
Lavadero de Teka	1.00 u	124.55	124.55
Cajas de registro	5.00 u	87.64	438.20
Tubería desagüe de 6”	30.00 u	53.84	1,615.20

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Puertas y Ventanas: $2,782.13

Tabla 2.17. Puertas y Ventanas

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puerta metálica principal	global		800.00
Puerta metálica emergencia	global		400.00
Puerta de laurel 80x200	4.00 u	47.53	190.12
Puerta de laurel 70x200	8.00 u	43.75	350.00
Ventanas de aluminio y vidrio	13.68 m2	76.17	1,042.01

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Cerraduras: $656.09

Tabla 2.18. Cerraduras

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Cerradura ingreso principal	global		62,02
Cerradura egreso de emergencia	global		53,95
Cerradura de locales	4,00 u	47,53	190,12
Cerradura de baños	8,00 u	43,75	350,00

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Varios: $3,733.02

Tabla 2.19. Varios

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Malla electrosoldada para boquetes	68.88 m2	26.19	1,803.97
Desalojos	20.00 viajes	27.60	552.00
Acera y caminería	152.16 m2	9.05	1,377.05

Elaborado por autoras

Fuente: Arq. Carlos Ochoa Quezada

Se obtiene un valor total de costos directos con respecto a la construcción de **$124,059.38**, a lo que se agregaría costos indirectos que corresponden a la planificación y dirección técnica con un valor de **$12,518.38.**

Se eligió construir un Skatepark de cemento debido a que el tipo de construcción es más duradera, y así se asegura un gasto de mantenimiento casi nulo y una duración máxima. Según la página web Livanosky asegura que estudios y encuestas han demostrado que el cemento es claramente el material preferido por la mayoría de los rollers/skaters.

2.3.4. Balance de Equipos y Maquinarias

Las inversiones en equipos son aquellas máquinas que permitan la administración normal de la empresa como son muebles de oficina, computadoras, etc.

Tabla 2.20. Equipos y Muebles de Oficina

Cantidad	Detalles	Precio Unitario	Total
1	Aire acondicionado central	$ 1,000.00	$ 1,000.00
4	Computadoras	$ 383.00	$ 1,532.00
1	Impresora	$ 175.00	$ 175.00
1	ROUTER	$ 109.00	$ 109.00
1	Dispensador de agua	$ 250.00	$ 250.00
2	Secador de Mano	$ 125.00	$ 250.00
4	Extintor de incendio de 10 libras	$ 30.00	$ 120.00
4	Escritorios	$ 150.00	$ 600.00
4	Sillas con apoyo y ruedas	$ 45.00	$ 180.00
6	Sillas sin ruedas	$ 20.00	$ 120.00
2	Teléfonos	$ 30.00	$ 60.00
			$ 4,396.00

Elaborado por autoras.

2.3.5. Balance de Personal

Debido a que el personal constituye uno de los principales costos del proyecto es importante realizar la información de ésta y calcular el monto de remuneración por cada periodo.

Tabla 2.21. Balance de Personal

Personal	Cantidad	Sueldos/ Salarios	Mensual	Anual
Gerente General	1	$ 700.00	$ 700.00	$ 8,400.00
Gerente de Marketing y Ventas	1	$ 550.00	$ 550.00	8,400.00
Jefe de Logística	1	$ 500.00	$ 500.00	7,200.00
Gerente Financiero	1	$ 550.00	$ 550.00	7,200.00
Cajero	2	$ 350.00	$ 700.00	8,400.00
Personal de limpieza	2	$ 300.00	$ 600.00	7,200.00
Guardia	4	$ 300.00	$ 1,200.00	10,800.00
Empleados Varios (Bar)	1	$ 350.00	$ 350.00	4,200.00
Instructor	2	$ 400.00		1,000.00
				$ 62,800.00

Elaborado por autoras.

El Skatepark indoor atenderá de martes a jueves a partir de las 10:00 am hasta las 10:00 pm y de viernes a domingo de 10:00 am a 11:00 pm.

2.3.6. Estudio de Localización

El Skatepark privado es un establecimiento que debe estar ubicado 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.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1. Inversiones del proyecto

El Skatepark privado está dedicado a ofrecer su infraestructura para el desarrollo de los deportes extremos (Skateboarding y Roller Blade), 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 40% será patrimonio propio y el 60% se lo obtendrá por medio de un préstamo bancario.

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

Tabla 3.1. Inversión

INVERSIÓN INICIAL	
OBRAS FÍSICAS	$ 213,377.76
EQUIPOS Y MUEBLES	$ 4,106.00
TRÁMITES LEGALES	$ 1,000.00
CAPITAL DE TRABAJO	$ (2,128.69)
TOTAL INVERSIÓN	$ 216,209.89

Elaborado por autoras

- Las obras físicas corresponden al terreno y a la construcción del Skatepark.

- Los trámites legales corresponden a todos los permisos de construcción y funcionamiento del mismo.

❖ El capital de trabajo es la inversión necesaria de considerar y que no se incluye entre las inversiones fijas.

3.1.1. Valor de Desecho

Se cuenta con activos fijos los cuales tienen su respectivo valor de desecho al final de su periodo de evaluación, la proyección es para 10 años y se calculará este valor por medio del método de desecho contable, para un periodo de 20, 10, 5 y 3 años que son las vidas útiles de los activos necesarios para el proyecto.

Tabla 3.2. Valor de Desecho

	Valor de Desecho Contable						
	Activo	**Valor Contable**	**Vida Contable**	**Depreciación Anual**	**Años Depreciándose**	**Depreciación Acumulada**	**Valor en Libros**
	Terreno	$ 76,800.00	20	$ 3,840.00	10	$ 38,400.00	$ 38,400.00
	Edificio	$ 136,577.76	20	$ 6,828.89	10	$ 68,288.88	$ 68,288.88
Equipos de Oficina y/o de Planta	Aire acondicionado central	$ 1,000.00	5	$ 200.00	10	$ 2,000.00	$ -
	Computadoras	$ 1,532.00	3	$ 510.67	10	$ 5,106.67	$ -
	Impresora	$ 175.00	3	$ 58.33	10	$ 583.33	$ -
	ROUTER	$ 109.00	10	$ 10.90	10	$ 109.00	$ -
	Teléfonos	$ 60.00	10	$ 6.00	10	$ 60.00	$ -
	Dispensador de agua	$ 250.00	10	$ 25.00	10	$ 250.00	$ -
	Extintor de incendio de 10 libras	$ 120.00	10	$ 12.00	10	$ 120.00	$ -
	Secador de Mano	$ 250.00	10	$ 25.00	10	$ 250.00	$ -
Muebles de Oficina	Escritorios	$ 600.00	10	$ 60.00	10	$ 600.00	$ -
	Sillas con apoyo y ruedas	$ 180.00	10	$ 18.00	10	$ 180.00	$ -
	Sillas sin ruedas	$ 120.00	10	$ 12.00	10	$ 120.00	$ -
			DEPRECIACION ANUAL	**$ 11,606.79**		**VALOR DE DESECHO**	**$ 106,688.88**

Elaborado por autoras

3.1.2. Amortización Intangible

Las amortizaciones intangibles son sobre al activo diferido, en este caso son los gastos de organización y de instalación.

Tabla 3.3. Amortización Intangible

		Valor
Trámites Legales		$ 1,500.00
Amortización Intangible	1	$ 150.00
	2	$ 150.00
	3	$ 150.00
	4	$ 150.00
	5	$ 150.00
	6	$ 150.00
	7	$ 150.00
	8	$ 150.00
	9	$ 150.00
	10	$ 150.00

Elaborado por autoras

3.2. Ingresos por Ventas del Producto/ Servicio

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

- *Ingresos por entrada:* Se toma en consideración la capacidad estimada del establecimiento (300 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 $ 1.50 por persona.

Tabla 3.4. Frecuencia de asistencia

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Asistencia Semanal
Frecuencia de asistencias por día	21.53%	21.80%	43.32%	46.05%	69.21%	93.19%	68.94%	
Capacidad máxima 300	65	44	87	92	138	186	138	**750**

Elaborado por autoras

La asistencia anual sería de **35,981.**

- ❖ *Ingresos por Bar:* Se considera que por cada 2 personas habría un consumo de 3 dólares.
- ❖ *Ingresos por alquiler de locales*: En el establecimiento hay 2 locales de equipo e indumentaria (un local de Skateboarding y el otro para Roller Blade). Por los 2 locales se obtendría un ingreso de 1,500 dólares mensuales.
- ❖ *Ingresos por cursos vacacionales:* Basándose en los resultados de las encuesta con respecto a las personas que van al Skatepark pero que no practican estos deportes y estarían dispuesto a pagar por un curso se realizó el siguiente análisis:

  De las encuestas el 8.25% asiste al Skatepark y el 69.70% estaría dispuesta a pagar, lo cual se obtiene como resultado 45 personas. De este resultado se estima que habrá 80 horas de clases.

A continuación se detalla en la siguiente tabla los ingresos que se obtendría en el primer año.

Tabla 3.5. Ingresos

Ingresos por Entrada	$ 53,971.92	
Ingresos por Bar	$ 53,971.92	
Ingresos por alquiler de locales	$ 36,000.00	
Ingresos por cursos	$ 3,363.90	
	$ 147,307.74	**Total Ingresos**

Elaborado por autoras

3.3. Estimación de Costos

El proyecto tendrá una fuerte inversión inicial para la construcción del Skatepark, así también como para los diferentes equipos necesarios para el acondicionamiento del lugar; 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.

3.3.1. Gastos Administrativos

Gastos reconocidos sobre las actividades administrativas globales de una empresa, gastos que se consumiría para mantener al Skatepark en operación.

Tabla 3.6. Gastos Administrativos

Sueldo del personal	$ 62,800.00
Servicios básicos (luz, agua teléfono, internet)	2,820.00
Suministros/materiales de oficina	128.34
Suministros de limpieza / mantenimiento	350.88
Botiquín Médico	50.00
Alerta Médica	2,640.00

Elaborado por autoras

3.3.2. Gastos de Ventas

Están relacionados con la promoción de ventas y los gastos en que se incurre al realizar las ventas de los insumos del bar en el Skatepark.

Tabla 3.7. Gastos de Ventas

Publicidad por Radio	687.00
Costos del Bar	2,184.24

Elaborado por autoras

3.4. Capital de Trabajo

Es el capital que corresponde a aquellos recursos que deben estar siempre en la empresa para financiar el desfase natural que se produce en la mayoría de los proyectos entre la ocurrencia de los egresos, y su posterior recuperación. Por lo tanto es necesario hacer un análisis correcto a este proyecto, calculando su respectivo capital de trabajo. Se empleó el Modelo de Déficit Acumulado Máximo y así calcular su monto de inversión, que a continuación se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 3.8. Capital de Trabajo

	Enero	**Febrero**	**Marzo**	**Abril**
INGRESOS	6,539.57	9,658.65	9,658.65	10,016.35
EGRESOS	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27
SALDO MENSUAL	(2,128.69)	990.39	990.39	1,348.08
SALDO ACUMULADO	(2,128.69)	(1,138.31)	(147.92)	1,200.17

Elaborado por autoras

Se puede observar que el valor del capital de trabajo para el establecimiento es de $2,128.69 correspondiente al mes de enero, por ser el mayor déficit acumulado. Con este monto se garantiza la disponibilidad de los recursos que financian los egresos de operación no cubiertos por los ingresos.

3.5. Tasa de Descuento.

La tasa de descuento es empleada en la actualización de los flujos de caja, es una de las variables que más influye en el resultado de la evaluación de un proyecto.

Muestra la rentabilidad mínima que el Skatepark debe obtener para su viabilidad. Para el cálculo de la tasa de descuento se debe considerar el riesgo dado (mayor riesgo a enfrentar, mayor será la tasa de interés).

Para calcular el costo de capital propio (***Re***) es necesario considerar los siguientes datos:

- ***Riesgo país (EMBI Ecuador):*** 820 puntos equivalente al 8.20%. (Índice EMBI de países emergentes de Chase-JP Morgan).

- ***Rf:*** 3.66%, tasa libre de riesgo. (Bonos del Tesoro EEUU)

- ***B:*** 0.77, coeficiente de riego del sector servicios.

- ***Rm:*** Tasa de Rentabilidad del Mercado equivalente a 0,11 (fuente del Banco Central del Ecuador).

Datos que se aplican en la siguiente ecuación:

$$\mathbf{Re = Rf + \beta\ (Rm - Rf) + RIESGO\ PAÍS}$$

Se obtiene un costo de capital propio del 17.51% (tasa de descuento).

Tabla 3.9. Tasa de Descuento

Rf	3.66%
Rm	11.00%
Beta	0.77
Riesgo País	8.20%
Re	17.51%

Elaborado por autoras

En base a estos resultados se define una tasa de descuento del 18% tomando en consideración el costo de oportunidad de los inversionistas y de esta manera analizar el retorno aproximado que esperarían en base al 0.5% de la población clase media – alta de la ciudad de Guayaquil estimando como la demanda potencial del proyecto.

3.6. Flujo de Caja

Para dar inicio al proyecto, se estima que será necesaria la obtención de un préstamo a 10 años, del 40% de la inversión inicial y la respectiva tasa de deuda del 10%.

Tabla 3.10. Financiamiento de Deuda

INVERSIÓN	**$ 217,145.07**	
ACTIVOS FIJOS	$ 217,773.76	
TRAMITES LEGALES	$ 1,500.00	$ 88,986.72
CAPITAL DE TRABAJO	$ (2,128.69)	$ (2,128.69)
Deuda a Financiar (40%)		**$ 86,858.03**

Elaborado por autoras

Donde la tabla de amortización se muestra a continuación:

Tabla 3.11. Tabla de Amortización

PERIODO	SALDO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA
0	88,961.72			
1	80,065.55	8,896.17	8,896.17	17,792.34
2	71,169.37	8,896.17	8,006.55	16,902.73
3	62,273.20	8,896.17	7,116.94	16,013.11
4	53,377.03	8,896.17	6,227.32	15,123.49
5	44,480.86	8,896.17	5,337.70	14,233.87
6	35,584.69	8,896.17	4,448.09	13,344.26
7	26,688.52	8,896.17	3,558.47	12,454.64
8	17,792.34	8,896.17	2,668.85	11,565.02
9	8,896.17	8,896.17	1,779.23	10,675.41
10	0.00	8,896.17	889.62	9,785.79

Elaborado por autoras

En el flujo se considera la inversión inicial, la amortización, el valor de desecho, las entradas y salidas de dinero correspondientes a los ingresos y a los egresos que generará el Skatepark durante los 10 años de evaluación.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		**$ 147,307.74**	**$ 154,673.12**	**$ 162,406.78**	**$ 170,527.12**	**$ 179,053.47**	**$ 188,006.15**	**$ 197,406.46**	**$ 207,276.78**	**$ 217,640.62**	**$ 228,522.65**
EGRESOS											
Gstos Administrativos		$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22
Gstos de Ventas		$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96
TOTAL EGRESOS		**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**
(-) Amortización Intangible		**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**
(-) Depreciación											
Terreno		$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00
Edificio		$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89
Equipos de Oficina y/o Planta		$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90
Muebles de Oficina		$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00
(-) Total Depreciación		**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**
Utilidad antes de intereses e impuestos		$ 31,531.77	$ 38,897.16	$ 46,630.81	$ 54,751.15	$ 63,277.51	$ 72,230.18	$ 81,630.49	$ 91,500.81	$ 101,864.65	$ 112,746.68
Intereses del Prestamo		$ (8,685.80)	$ (7,817.22)	$ (6,948.64)	$ (6,080.06)	$ (5,211.48)	$ (4,342.90)	$ (3,474.32)	$ (2,605.74)	$ (1,737.16)	$ (868.58)
Utilidad antes part. de los trabj.		$ 22,845.97	$ 31,079.93	$ 39,682.17	$ 48,671.09	$ 58,066.02	$ 67,887.28	$ 78,156.17	$ 88,895.07	$ 100,127.49	$ 111,878.10
15% Participación de los trabj.		$ 4,729.77	$ 5,834.57	$ 6,994.62	$ 8,212.67	$ 9,491.63	$ 10,834.53	$ 12,244.57	$ 13,725.12	$ 15,279.70	$ 16,912.00
Utilidad antes del impuesto		**$ 26,802.00**	**$ 33,062.58**	**$ 39,636.19**	**$ 46,538.48**	**$ 53,785.88**	**$ 61,395.65**	**$ 69,385.91**	**$ 77,775.69**	**$ 86,584.95**	**$ 95,834.68**
25% Impuesto a la Renta		$ 6,700.50	$ 8,265.65	$ 9,909.05	$ 11,634.62	$ 13,446.47	$ 15,348.91	$ 17,346.48	$ 19,443.92	$ 21,646.24	$ 23,958.67
Utilidad despues de impuestos		$ 20,101.50	$ 24,796.94	$ 29,727.14	$ 34,903.86	$ 40,339.41	$ 46,046.74	$ 52,039.44	$ 58,331.77	$ 64,938.71	$ 71,876.01
(+) Amortización Intangible		$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00
(+)Depreciacion		$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79
Inversión	$ (217,773.76)										
Préstamo	$ 86,858.03										
Amortización deuda		$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)
Capital de Trabajo	$ (2,128.69)										
Recuperación Capital de Trabj.											$ 2,128.69
Valor de Desecho											$ 106,688.88
Flujo Neto Efectivo	**$ (133,044.43)**	**$ 23,172.49**	**$ 27,867.92**	**$ 32,798.13**	**$ 37,974.84**	**$ 43,410.40**	**$ 49,117.73**	**$ 55,110.42**	**$ 61,402.75**	**$ 68,009.70**	**$ 183,764.57**

VAN	**67,406.47**
TIR	**27.40%**

En base a los resultados obtenidos se observa que el proyecto si es rentable dado que el VAN>0, teniendo $ 67,406.47 y al mismo tiempo la TIR es de 27.40% que es mayor a la tasa de descuento que es del 18%; lo que confirma que el proyecto si produciría ganancias.

3.6.1. PAYBACK

En el cálculo del periodo de recuperación se ha determinado que el proyecto recuperará la inversión en el 5to año de operación, considerando la tasa de descuento del 18%.

Flujo de Efectivo	(133,044.43)	23,172.49	27,867.92	32,798.13	37,974.84	43,410.40	49,117.73	55,110.42	61,402.75	68,009.70	183,764.57
Flujo de Efectivo Descontado	(133,044.43)	19,637.70	23,616.88	27,795.02	32,182.07	36,788.47	41,625.19	46,703.75	52,036.23	57,635.34	155,732.69
Flujo de Efectivo Dsctado. Acumu	(133,044.43)	(113,406.73)	(89,789.84)	(61,994.82)	(29,812.75)	6,975.72	48,600.91	95,304.66	147,340.89	204,976.23	360,708.91

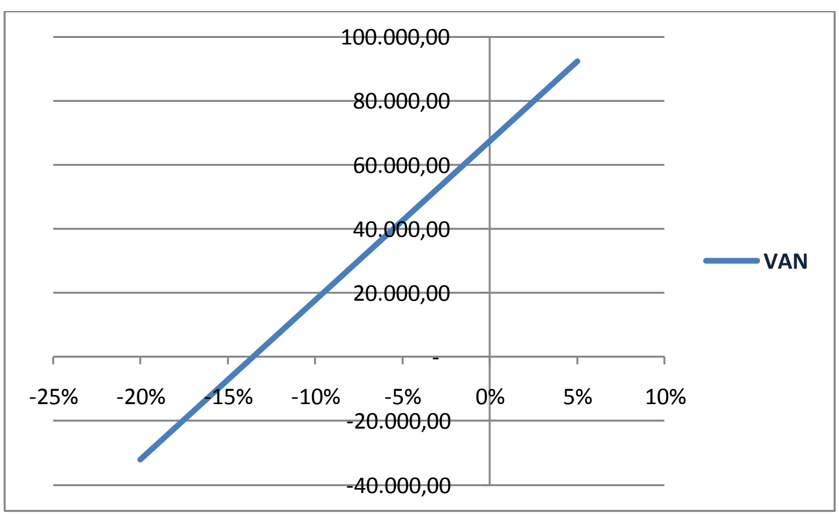
PAYBACK	5.23

3.7. Análisis de Sensibilidad

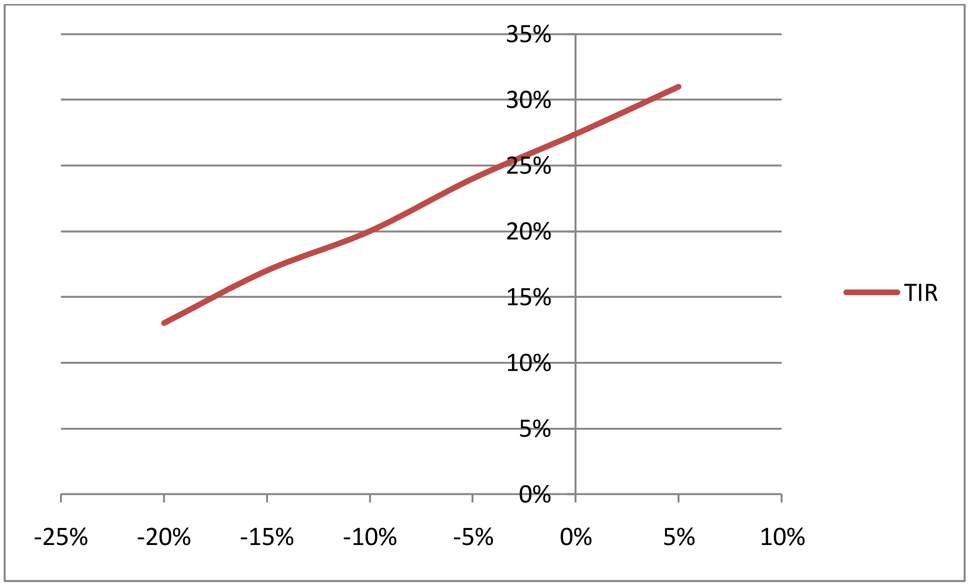
❖ Respecto a Ingresos:

		VAN	TIR	RESULTADO
VARIACIÓN	5%	92,284.18	31%	FACTIBLE
	0%	**67,406.47**	**27%**	**FACTIBLE**
	-5%	42,528.75	24%	FACTIBLE
	-10%	17,651.04	20%	FACTIBLE
	-15%	(7,226.67)	17%	NO ES FACTIBLE
	-20%	(32,104.39)	13%	NO ES FACTIBLE

VAN RESPECTO AL CAMBIO DE INGRESOS



TIR RESPECTO AL CAMBIO DE INGRESOS



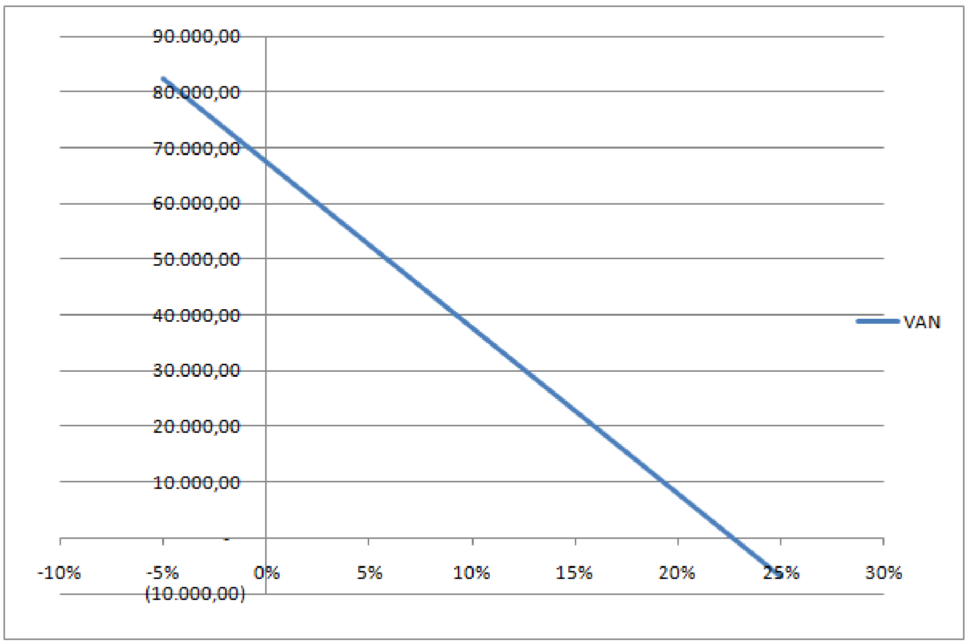
Este análisis permite apreciar que la variable a la cuales el proyecto es sensible son respecto a los ingresos (si es que estos fueren a partir de un 15% menor al proyectado) que a su vez estos están afectados por la cantidad de demanda, el precio de la entrada al Skatepark que se ofrece al público, por alquiler de las tiendas de equipo e indumentaria, las clases de patinaje y el consumo de bar.

Esto indica que un cambio de cualquiera de estas variables que afectan al ingreso por mas relativo que sea para el Skatepark son una gran variación en lo que respecta al funcionamiento del proyecto.

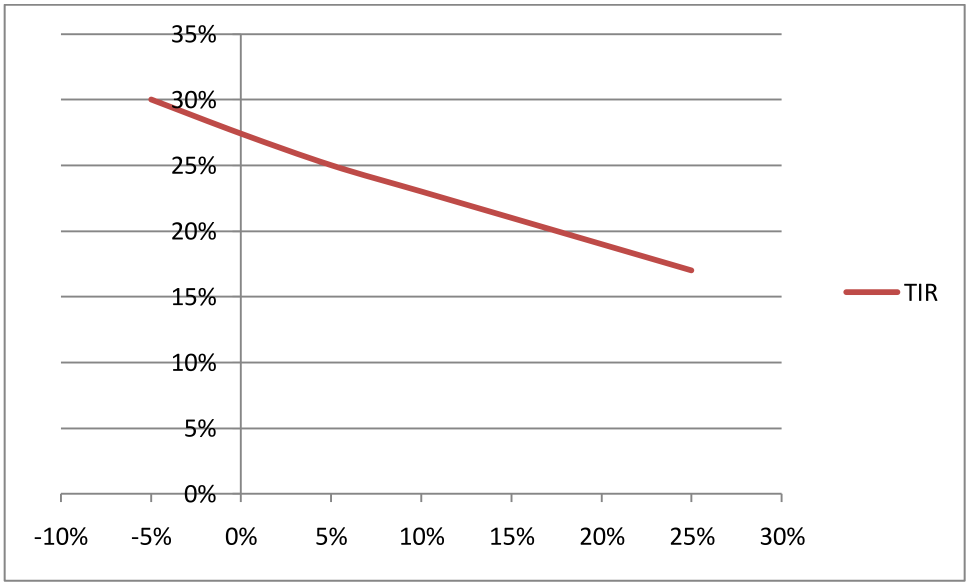
❖ Respecto a los Costos:

		VAN	TIR	RESULTADO
VARIACIÓN	25%	(7,096.75)	17%	NO ES FACTIBLE
	20%	7,803.89	19%	FACTIBLE
	15%	22,704.54	21%	FACTIBLE
	10%	37,605.18	23%	FACTIBLE
	5%	52,505.82	25%	FACTIBLE
	0%	**67,406.47**	**27%**	**FACTIBLE**
	-5%	82,307.11	30%	FACTIBLE

VAN RESPECTO AL CAMBIO DE COSTOS



VAN RESPECTO AL CAMBIO DE COSTOS



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

CONCLUSIONES

El Skatepark 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 sets son preferidos por los deportistas en base al deporte que practican, 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 27.40% y un VAN de $ 67,406.47.

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 Skatepark privado estilo coliseo 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.

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 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.

4. BIBLIOGRAFÍA

- http://ciclosdeporte.wordpress.com/2009/01/14/tecnicas-de-patinaje-en-linea/

- http://cincinato.org/rollers/como-construir-un-skate-park.php

- http://cincinato.org/rollers/es-ilegal-patinar-lo-que-dice-la-ley.php

- http://cincinato.org/rollers/planos-de-skate-parks.php

- http://www.eluniverso.com/2005/05/17/0001/18/1ED6B85594B641B58B2BDFCE724B445C.html

- http://kidshealth.org/parent/en_espanol/folleto/falls_sheet_esp.html?tracking=P_RelatedArticle

5. ANEXOS

5.1. TARIFAS

ONDA CERO

NACIONALES	PROGRAMACION	GRUPO OBJETIVO
RADIO ONDA CERO FM GUAYAQUIL 96.1, SANTA ELENA 88.1, QUITO 103.3, STO DOMINGO DE LOS TSACHILAS 103.7, PORTOVIEJO, MANTA 100.5, LOS RÍOS 97.9, EL ORO 97.9	PURA ENERGÍA JUVENIL EXITOS ACTUALES	POPULAR, MEDIO Y ALTO 6-14, 15-20, 21-35

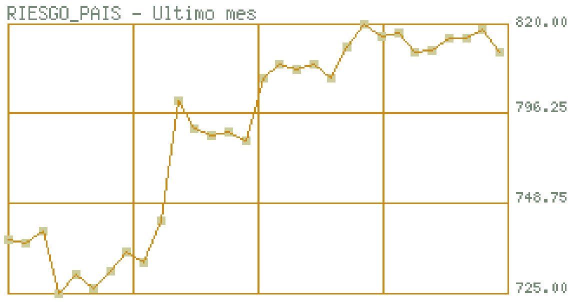
	ONDA CERO,
CUÑA ROTATIVA 06h00 A 21h00	SOLO NACIONAL
10 seg.	US$. 6.30
20 seg.	US$. 11.90
30 seg.	US$. 16.90
40 seg.	US$. 21.10
45 seg.	US$. 22.90
60 seg.	US$. 25.80
Menciones 20 seg.	US$. 11.90

5.2. Botiquín de Primeros Auxilios

En cada botiquín se incluye los siguientes elementos:

- un manual de primeros auxilios
- gasa estéril
- esparadrapo (cinta adhesiva)
- vendas adhesivas de distintos tamaños
- vendas elásticas
- toallitas antisépticas
- jabón
- crema antibiótica (pomada de antibiótico triple)
- solución antiséptica (como peróxido de hidrógeno)
- crema de hidrocortisona (al 1%)
- acetaminofen (paracetamol) (como Tylenol) e ibuprofeno (como Advil o Motrin)
- los medicamentos habituales de venta con receta médica unas pinzas
- una tijeras afiladas
- imperdibles (alfileres de gancho)
- bolsas de frío instantáneo desechables
- loción de calamina
- toallitas impregnadas de alcohol
- un termómetro
- guantes de plástico (por lo menos 2 pares)
- una mascarilla de reanimación cardiopulmonar (la puede obtener en la sede local de la Cruz Roja)
- Lista de teléfonos de emergencia
- una sábana (guardada cerca del botiquín)

5.3. RIESGO PAÍS



Máximo = 820.00
Mínimo = 725.00

RIESGO PAIS (EMBI Ecuador)
El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

FECHA	VALOR
Febrero-17-2010	810.00
Febrero-16-2010	818.00
Febrero-15-2010	815.00
Febrero-12-2010	815.00
Febrero-11-2010	811.00
Febrero-10-2010	810.00
Febrero-09-2010	817.00
Febrero-08-2010	816.00
Febrero-05-2010	820.00
Febrero-04-2010	812.00
Febrero-03-2010	801.00
Febrero-02-2010	806.00
Febrero-01-2010	804.00
Enero-29-2010	806.00
Enero-28-2010	801.00
Enero-27-2010	779.00
Enero-26-2010	782.00
Enero-25-2010	781.00
Enero-22-2010	783.00
Enero-21-2010	793.00
Enero-20-2010	751.00
Enero-19-2010	736.00
Enero-15-2010	740.00
Enero-14-2010	733.00
Enero-13-2010	727.00
Enero-12-2010	732.00
Enero-11-2010	725.00
Enero-08-2010	747.00
Enero-07-2010	743.00
Enero-06-2010	744.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

5.4. Bonos del Tesoro de EEUU

COTIZACIONES | Tasas de interés

Ultima actualización: 16/02/2010 10:04:57 p.m. - Valores con un retraso de 30 minutos

BONOS DEL TESORO DE ESTADOS UNIDOS - TNA (TASA NOMINAL ANUAL)							
	16/02/2010	31/01/2010	31/12/2009	30/09/2009	30/06/2009	31/03/2009	31/12/2008
3 meses	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61
6 meses	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79
2 años	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76
5 años	2,30	2,34	2,71	2,31	2,55	1,66	1,51
10 años	3,66	3,60	3,87	3,31	3,53	2,66	2,13
30 años	4,63	4,51	4,66	4,05	4,33	3,54	2,59

Asistencia Frecuente al Skatepark

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Asistencia Semanal
Frecuencia de asistencias por día	21.53%	21.80%	43.32%	46.05%	69.21%	93.19%	68.94%	
Capacidad maxima 300	65	44	87	92	138	186	138	**750**

Asistencia Mensual	**2998**
Asistencia Annual	**35981**

Ingresos

Ingresos por Entrada	$ 53,971.92	
Ingresos por Bar	$ 53,971.92	
Ingresos por alquiler de locales	$ 36,000.00	
Ingresos por cursos	$ 3,363.90	
	$ 147,307.74	**Total Ingresos**

			m2	costo por metro
TERRENO		76,800.00	800	96
COSTOS DE CONSTRUCCIÓN		136,577.76		
Costos Directos	124,059.38			
Costos Indirectos	12,518.38			
Costos Totales para la implentación del Skatepark (OBRA FÍSICA)		**213,377.76**		

Muebles y Equipos

Cantidad	Detalles	Precio Unitario	Total
1	Aire acondicionado central	$ 1,000.00	$ 1,000.00
4	Computadoras	$ 383.00	$ 1,532.00
1	Impresora	$ 175.00	$ 175.00
1	ROUTER	$ 109.00	$ 109.00
1	Dispensador de agua	$ 250.00	$ 250.00
2	Secador de Mano	$ 125.00	$ 250.00
4	Extintor de incendio de 10 libras	$ 30.00	$ 120.00
4	Escritorios	$ 150.00	$ 600.00
4	Sillas con apoyo y ruedas	$ 45.00	$ 180.00
6	Sillas sin ruedas	$ 20.00	$ 120.00
2	Teléfonos	$ 30.00	$ 60.00
			$ 4,396.00

INVERSIÓN INICIAL	
OBRAS FÍSICAS	$ 213,377.76
EQUIPOS Y MUEBLES	$ 4,396.00
TRÁMITES LEGALES	$ 1,500.00
CAPITAL DE TRABAJO	$ 1,200.17
TOTAL INVERSIÓN	$ 220,473.93

Materiales y/o Suministros de Oficina

Cantidad	Detalles	Precio Unitario	Precio Total
10	Carpetas tamaño oficio	0.25	2.5
1	Rexmas de hojas tamaño A4	3.92	3.92
1	Cartuchos de impresora	50	50
10	Plumas Bic (negras y rojas)	0.3	3
10	Lápices Bic	0.19	1.9
2	Saca punta	0.24	0.48
4	Borrador	0.1	0.4
2	Grapadora	2.4	4.8
1	Cajas de grapa	0.54	0.54
2	Saca grapa	1.6	3.2
2	Perforadora	2	4
1	Caja de vinchas para carpetas	1.2	1.2
1	Pizarra Acrilica	50	50
4	Marcadores de pizarra	0.4	1.6
1	Borrador acrílico	0.8	0.8
			128.34

Suministros de Limpieza y/o Mantenimiento

Cantidad	Detalles	Precio Unitario	Precio Total
2	Escoba	3.5	7
1	Desinfectante	5	5
1	Detergente	4	4
1	Trapeador	3.24	3.24
3	Jabón líquido	1.75	5.25
1	Paquete Papel Higienico	4.75	4.75
			$ 29.24

Sueldos y/o Salarios

Personal	Cantidad	Sueldos/ Salarios	Mensual	Anual
Gerente General	1	$ 700.00	$ 700.00	$ 8,400.00
Gerente de Marketing y Ventas	1	$ 550.00	$ 550.00	8,400.00
Jefe de Logística	1	$ 500.00	$ 500.00	7,200.00
Contador	1	$ 550.00	$ 550.00	7,200.00
Cajero	2	$ 350.00	$ 700.00	8,400.00
Personal de limpieza	2	$ 300.00	$ 600.00	7,200.00
Guardia	4	$ 300.00	$ 1,200.00	10,800.00
Empleados Varios (Bar)	1	$ 350.00	$ 350.00	4,200.00
Instructor	2	$ 400.00		1,000.00
TOTAL				$ 62,800.00

Servicios Básicos	mensual	annual
Luz	90.00	1,080.00
Agua	40.00	480.00
Teléfono	60.00	720.00
Internet	45.00	540.00
		2,820.00

Botiquín médico 50.00

Alerta Médica 2,640.00

Materiales/Suministros de Oficina 128.34

Suministros de Limpieza y/o Mantenimiento 350.88

Gastos de Ventas

Publicidad (Radio)

Metro Stereo	11
# de Cuñas	30
Mensual	330

Onda Cero	11.9
# de Cuñas	30
Mensual	357

Total **687.00**

Total Publicidad mensual **687.00**

Total Publicidad annual **$ 8,244.00**

Bar

Costo consumo por persona (prom.) **26,985.96**

2,248.83

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Ingreso por Entradas	1,349.30	2,698.60	2,698.60	3,508.17	3,778.03
Ingreso por Bar	1,349.30	2,698.60	2,698.60	3,508.17	3,778.03
Ingreso por Alquiler	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Ingreso por Cursos	840.97	1,261.46	1,261.46		
INGRESOS	6,539.57	9,658.65	9,658.65	10,016.35	10,556.07

Gstos Administrativos	5,732.44	5,732.44	5,732.44	5,732.44	5,732.44
Gstos de Ventas	2,935.83	2,935.83	2,935.83	2,935.83	2,935.83
EGRESOS	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
INGRESOS	6,539.57	9,658.65	9,658.65	10,016.35	10,556.07
EGRESOS	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27
SALDO MENSUAL	(2,128.69)	990.39	990.39	1,348.08	1,887.80
SALDO ACUMULADO	(2,128.69)	(1,138.31)	(147.92)	1,200.17	3,087.97

Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
4,587.61	5,127.33	5,127.33	5,127.33	6,656.52	6,656.54	6,656.55	53,971.92
4,587.61	5,127.33	5,127.33	5,127.33	6,656.52	6,656.54	6,656.55	53,971.92
3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	36,000.00
							3,363.90
12,175.23	13,254.66	13,254.66	13,254.66	16,313.04	16,313.08	16,313.10	147,307.73

5,732.44	5,732.44	5,732.44	5,732.44	5,732.44	5,732.44	5,732.44	68,789.22
2,935.83	2,935.83	2,935.83	2,935.83	2,935.83	2,935.83	2,935.83	35,229.96
8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27	104,019.18

Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
12,175.23	13,254.66	13,254.66	13,254.66	16,313.04	16,313.08	16,313.10
8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27	8,668.27
3,506.96	4,586.40	4,586.40	4,586.40	7,644.77	7,644.82	7,644.84
6,594.93	11,181.33	15,767.73	20,354.13	27,998.90	35,643.72	43,288.55

	Valor de Desecho Contable								
	Activo	Valor Contable	Vida Contable	Depreciación Anual	Años Depreciandose	Depreciación Acumulada	Valor en Libros		
	Terreno	$ 76,800.00	20	$ 3,840.00	10	$ 38,400.00	$ 38,400.00		
	Edificio	$ 136,577.76	20	$ 6,828.89	10	$ 68,288.88	$ 68,288.88		
Equipos de Oficina y/o de Planta	Aire acondicionado central	$ 1,000.00	5	$ 200.00	10	$ 2,000.00	$ -	$ 847.90	**Total Depreciación Anual**
	Computadoras	$ 1,532.00	3	$ 510.67	10	$ 5,106.67	$ -		
	Impresora	$ 175.00	3	$ 58.33	10	$ 583.33	$ -		
	ROUTER	$ 109.00	10	$ 10.90	10	$ 109.00	$ -		
	Teléfonos	$ 60.00	10	$ 6.00	10	$ 60.00	$ -		
	Dispensador de agua	$ 250.00	10	$ 25.00	10	$ 250.00	$ -		
	Extintor de incendio de 10 libras	$ 120.00	10	$ 12.00	10	$ 120.00	$ -		
	Secador de Mano	$ 250.00	10	$ 25.00	10	$ 250.00	$ -		
Muebles de Oficina	Escritorios	$ 600.00	10	$ 60.00	10	$ 600.00	$ -	$ 90.00	
	Sillas con apoyo y ruedas	$ 180.00	10	$ 18.00	10	$ 180.00	$ -		
	Sillas sin ruedas	$ 120.00	10	$ 12.00	10	$ 120.00	$ -		
		DEPRECIACION ANUAL		**$ 11,606.79**	**VALOR DE DESECHO**		**$ 106,688.88**		

		Valor
Trámites Legales		$ 1,500.00
Amortización Intangible	1	$ 150.00
	2	$ 150.00
	3	$ 150.00
	4	$ 150.00
	5	$ 150.00
	6	$ 150.00
	7	$ 150.00
	8	$ 150.00
	9	$ 150.00
	10	$ 150.00

INVERSIÓN	**$ 217,145.07**	
ACTIVOS FIJOS	$ 217,773.76	
TRAMITES LEGALES	$ 1,500.00	$ 88,986.72
CAPITAL DE TRABAJO	$ (2,128.69)	$ (2,128.69)
Deuda a Financiar (40%)		**$ 86,858.03**

tasa 10.00%

PERIODO	SALDO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA
0	86,858.03			
1	78,172.22	8,685.80	8,685.80	17,371.61
2	69,486.42	8,685.80	7,817.22	16,503.02
3	60,800.62	8,685.80	6,948.64	15,634.44
4	52,114.82	8,685.80	6,080.06	14,765.86
5	43,429.01	8,685.80	5,211.48	13,897.28
6	34,743.21	8,685.80	4,342.90	13,028.70
7	26,057.41	8,685.80	3,474.32	12,160.12
8	17,371.61	8,685.80	2,605.74	11,291.54
9	8,685.80	8,685.80	1,737.16	10,422.96
10	0.00	8,685.80	868.58	9,554.38

FLUJO DE EFECTIVO

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		**$ 147,307.74**	**$ 154,673.12**	**$ 162,406.78**	**$ 170,527.12**	**$ 179,053.47**	**$ 188,006.15**	**$ 197,406.46**	**$ 207,276.78**	**$ 217,640.62**	**$ 228,522.65**
EGRESOS											
Gstos Administrativos		$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22	$ 68,789.22
Gstos de Ventas		$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96	$ 35,229.96
TOTAL EGRESOS		**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**	**$ 104,019.18**
(-) Amortización Intangible		**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**	**$ 150.00**
(-) Depreciación											
Terreno		$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00	$ 3,840.00
Edificio		$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89	$ 6,828.89
Equipos de Oficina y/o Planta		$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90	$ 847.90
Muebles de Oficina		$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00	$ 90.00
(-) Total Depreciación		**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**	**$ 11,606.79**
Utilidad antes de intereses e impuestos		$ 31,531.77	$ 38,897.16	$ 46,630.81	$ 54,751.15	$ 63,277.51	$ 72,230.18	$ 81,630.49	$ 91,500.81	$ 101,864.65	$ 112,746.68
Intereses del Prestamo		$ (8,685.80)	$ (7,817.22)	$ (6,948.64)	$ (6,080.06)	$ (5,211.48)	$ (4,342.90)	$ (3,474.32)	$ (2,605.74)	$ (1,737.16)	$ (868.58)
Utilidad antes part. de los trabj.		$ 22,845.97	$ 31,079.93	$ 39,682.17	$ 48,671.09	$ 58,066.02	$ 67,887.28	$ 78,156.17	$ 88,895.07	$ 100,127.49	$ 111,878.10
15% Participación de los trabj.		$ 4,729.77	$ 5,834.57	$ 6,994.62	$ 8,212.67	$ 9,491.63	$ 10,834.53	$ 12,244.57	$ 13,725.12	$ 15,279.70	$ 16,912.00
Utilidad antes del impuesto		**$ 26,802.00**	**$ 33,062.58**	**$ 39,636.19**	**$ 46,538.48**	**$ 53,785.88**	**$ 61,395.65**	**$ 69,385.91**	**$ 77,775.69**	**$ 86,584.95**	**$ 95,834.68**
25% Impuesto a la Renta		$ 6,700.50	$ 8,265.65	$ 9,909.05	$ 11,634.62	$ 13,446.47	$ 15,348.91	$ 17,346.48	$ 19,443.92	$ 21,646.24	$ 23,958.67
Utilidad despues de impuestos		$ 20,101.50	$ 24,796.94	$ 29,727.14	$ 34,903.86	$ 40,339.41	$ 46,046.74	$ 52,039.44	$ 58,331.77	$ 64,938.71	$ 71,876.01
(+) Amortización Intangible		$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00
(+)Depreciacion		$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79	$ 11,606.79
Inversión	$ (217,773.76)										
Préstamo	$ 86,858.03										
Amortización deuda		$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)	$ (8,685.80)
Capital de Trabajo	$ (2,128.69)										
Recuperación Capital de Trabj.											$ 2,128.69
Valor de Desecho											$ 106,688.88
Flujo Neto Efectivo	**$ (133,044.43)**	**$ 23,172.49**	**$ 27,867.92**	**$ 32,798.13**	**$ 37,974.84**	**$ 43,410.40**	**$ 49,117.73**	**$ 55,110.42**	**$ 61,402.75**	**$ 68,009.70**	**$ 183,764.57**

VAN	**67,406.47**
TIR	**27.40%**

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo de Efectivo	(133,044.43)	23,172.49	27,867.92	32,798.13	37,974.84	43,410.40	49,117.73	55,110.42	61,402.75	68,009.70	183,764.57
Flujo de Efectivo Descontado	(133,044.43)	19,637.70	23,616.88	27,795.02	32,182.07	36,788.47	41,625.19	46,703.75	52,036.23	57,635.34	155,732.69
Flujo de Efectivo Dsctado. Acumula	(133,044.43)	(113,406.73)	(89,789.84)	(61,994.82)	(29,812.75)	6,975.72	48,600.91	95,304.66	147,340.89	204,976.23	360,708.91

PAYBACK	5.23	***5 años y 4 meses***

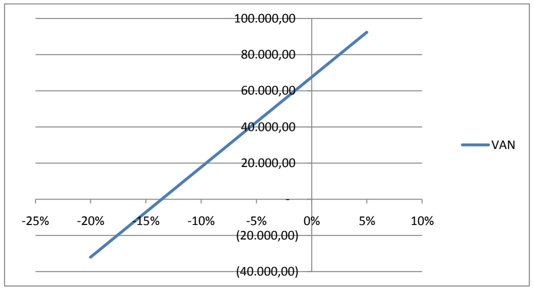
$R_e = r_f + b\ (r_m - r_f)$

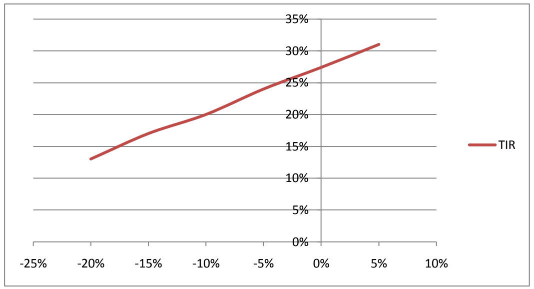
Rd	10.00%
Rf	3.66%
Rm	11.00%
Beta	0.77
Riesgo País	8.20%
Re	17.51%
	18.00%

Patrimonio	60%
Deuda	40%

Análisis de Sensibilidad Respecto a Ingresos

		VAN	TIR	RESULTADO
VARIACIÓN	5%	92,284.18	31%	FACTIBLE
	0%	**67,406.47**	**27%**	**FACTIBLE**
	-5%	42,528.75	24%	FACTIBLE
	-10%	17,651.04	20%	FACTIBLE
	-15%	(7,226.67)	17%	NO ES FACTIBLE
	-20%	(32,104.39)	13%	NO ES FACTIBLE





Análisis de Sensibilidad Respecto a Costos

		VAN	TIR	RESULTADO
VARIACIÓN	25%	(7,096.75)	17%	NO ES FACTIBLE
	20%	7,803.89	19%	FACTIBLE
	15%	22,704.54	21%	FACTIBLE
	10%	37,605.18	23%	FACTIBLE
	5%	52,505.82	25%	FACTIBLE
	0%	**67,406.47**	**27%**	**FACTIBLE**
	-5%	82,307.11	30%	FACTIBLE