IMPLEMENTACION DE UNA PISTA DE HIELO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

CHANG ALVARADO Mª FERNANDA
LÓPEZ NEMTSEVA ANA MARIA
VACA SAMANIEGO MÓNICA

PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La existencia de pocas alternativas de sitios de entretenimiento que incluyan a personas de todas las edades (desde niños hasta adultos) de la ciudad de Guayaquil.

La pista de hielo da una nueva opción para satisfacer las necesidades de diferentes sectores de la población.
Guayaquil cuenta en su mayoría con centros de diversión nocturnos (discotecas y bares); los cuáles no gozan de la aceptación de todas las personas.

OBJETIVOS

GENERALES:

- Determinar la factibilidad económica de la implementación de una pista de hielo en la ciudad de Guayaquil.

ESPECÍCOS:

- Establecer el mercado potencial a través de las herramientas de investigación de mercado.
- Estimar la demanda a satisfacer.
- Encontrar el precio de equilibrio.
- Fijar estrategias de comercialización y promoción para posicionar nuestro servicio en la mente de los consumidores.
- Encontrar un lugar estratégico tanto en tamaño como en ubicación para el desarrollo del proyecto.
- Determinar la inversión inicial y los costos totales en los que se debe incurrir para el buen funcionamiento del establecimiento.
- Obtener la rentabilidad del proyecto por medio de la TIR y el VAN.

METODOLOGÍA DEL PROYECTO

- Las encuestas ayudarán a conocer la aceptación del proyecto y la demanda de mercado.
- La información recabada se organizará mediante técnicas estadísticas descriptivas y económicas de las cuales se podrá inferir el precio del servicio.
- El análisis FODA determinará los elementos externos e internos de la idea del negocio.
- El análisis de las Fuerzas de Porter determinará las consecuencias de rentabilidad a largo plazo del proyecto.
- Se utilizarán razones financieras como herramientas para analizar la condición y desempeño de la empresa mediante la composición de activos, apalancamiento, rentabilidad y liquidez financiera.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Construir y poner en funcionamiento una pista de hielo en Guayaquil, la cual tendrá dos ambientes, para ofrecerle a los clientes varias opciones para su diversión y entretenimiento.

- En el 1er ambiente estará la pista de hielo, una tienda en la cuál se venda todo el equipo necesario para patinar y una fuente de sodas.

- En el 2do ambiente se asentará un área de lectura ,un Café-Bar y mesas de billar para quienes gozan de este pasatiempo.

Además se impartirán clases a las personas que deseen aprender el patinaje sobre hielo como un deporte.

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Potenciales clientes:

Niños desde los 5 años, adolescentes y adultos de hasta 55 años. Se fijará como mercado meta la clase media, media-alta y alta, que es la que estaría más dispuesta a pagar el precio establecido.

Amenaza de nuevos competidores:

Las principales amenazas son los actuales centros de entretenimiento: cines, bolos y parques ecológicos; debido a que son los lugares de diversión más concurridos.

Rivalidad de la competencia:

No existen competidores directos sino indirectos. La competencia indirecta sería alta dado que cada centro de entretenimiento aplicará diferentes estrategias para captar mayor mercado.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Estimación de la demanda:

La segmentación a la que se enfocará el proyecto, son los niveles socio-económicos medios, medios-altos y altos, que representan el 21% de la población total.

TABLA # 1: PROYECCION DE LA DEMANDA

ANO	POBLACION TOTAL	NSE 21%	POBL. OBJETIVO 71%	DEMANDA 10%
2009	6,474,487.00	1,359,642.27	965,346.01	96,534.60
2010	6,636,349.17	1,393,633.33	989,479.66	98,947.97
2011	6,802,257.90	1,428,474.16	1,014,216.65	101,421.67
2012	6,972,314.35	1,464,186.01	1,039,572.07	103,957.21
2013	7146622.207	1,500,790.66	1,065,561.37	106,556.14
ELABORADO POR: AUTORAS DEL PROYECTO				

BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA

Entrada:

- Una fuerte inversión requerida para arrancar el proyecto.
- Los permisos correspondientes para poder llevar a cabo la obra, tanto municipales, sanitarios, entre otros.

Salida:

- Los precios que se estipularán , ya que todos los materiales y equipos que se usarán son muy costosos, por lo que los precios al público podrían verse afectados.

COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO

La promoción y comunicación se hará por medio de:

- Radio
- Prensa
- Televisión
- Páginas de Internet

Aparte se brindará promociones especiales para atraer clientes como son:

- Combos especiales en el bar
- 2 x 1 los días miércoles
- Afiliación con la tarjetas

SWOT MATRIX

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	FO Estrategias • Promocionar el centro de diversión repartiendo volantes en centros comerciales cercanos al lugar donde habitan los clientes potenciales. (F1,O3) • Emprender una campaña agresiva de publicidad que enfatice la diversión sana para todas las edades(F3,O3) • Implementación de 2 tipos de ambientes en la pista: uno destinado específicamente para niños y otro para adultos. (F4, O1)	OD Estrategias • crear tarjetas de socios que le permita a los clientes pagar un valor específico por año y así podrá entrar ciertas veces por mes a la pista. (O1,D1) • Cobro de entradas a solo las personas que vayan a hacer uso de la pista, fomentando así el consumo en los otros servicios que se ofrecen. (O2, D2) • Cursos de capacitación de servicio al cliente para todo el personal previos a la inauguración. (O1, D3)
Amenazas (A)	FA Estrategias • Realizar alianzas con los proveedores extranjeros para que nos provean continuamente y de esa manera obtener descuentos y precios más bajos al momento de importar al país. (F5, A2) • Establecer contratos con grandes supermercados que darán entradas para la pista por un monto determinado en la compra.(F4, A1)	DA Estrategias • Impartir cursos a los técnicos nacionales dados por los expertos extranjeros en la instalación e implementación de maquinarias que en un principio se los traerá para especializarlos. (D4, A4)

FUERZAS DE PORTER

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se elaboraron 400 encuestas, que fueron necesarias para obtener información verídica de lo que piensa el usuario.

HIPÓTESIS

H1: No hay asociación entre la edad de las personas y el deseo de que exista una pista de hielo en la ciudad de Guayaquil.

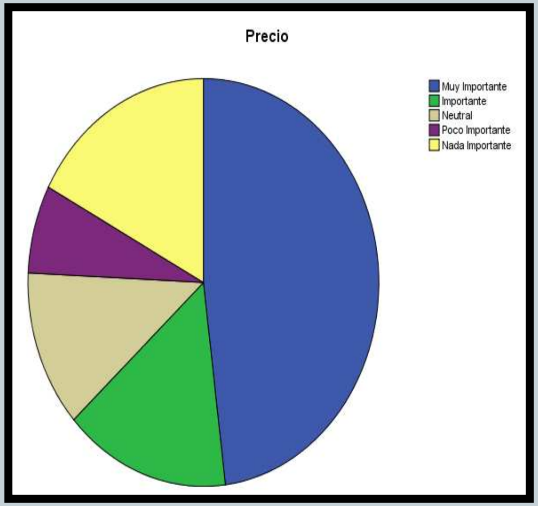
H2: No existe relación entre el deseo de que exista una pista de hielo en la ciudad de Guayaquil y la disposición de ir hasta Samborondón.

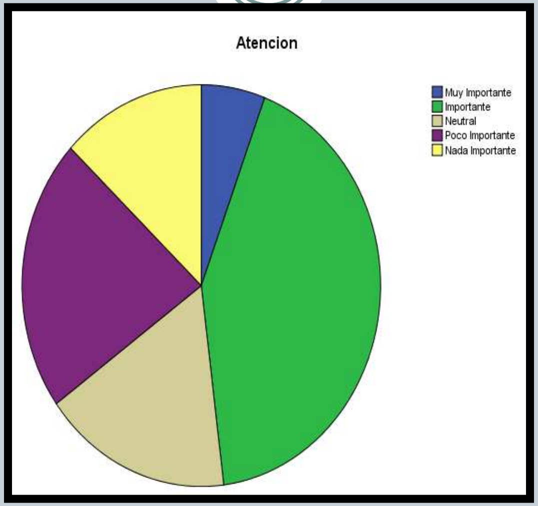
H3: Las personas entre el rango de edades de 10- 20 años están dispuestas a compartir el mismo establecimiento con personas de más de 40 años.

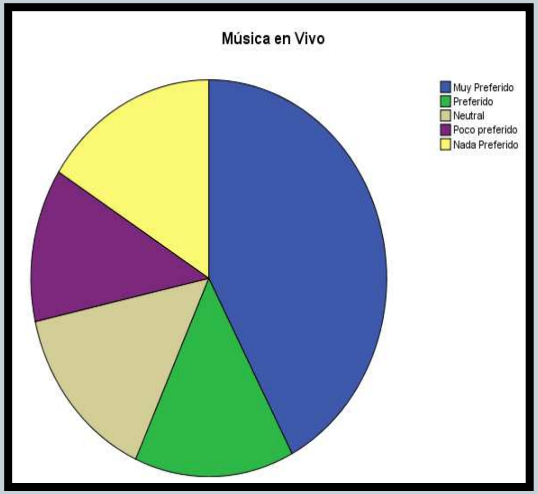
H4: No existe una relación entre los aspectos de preferencia de los clientes potenciales y la cantidad de dinero que éstos estarían dispuestas a gastar.

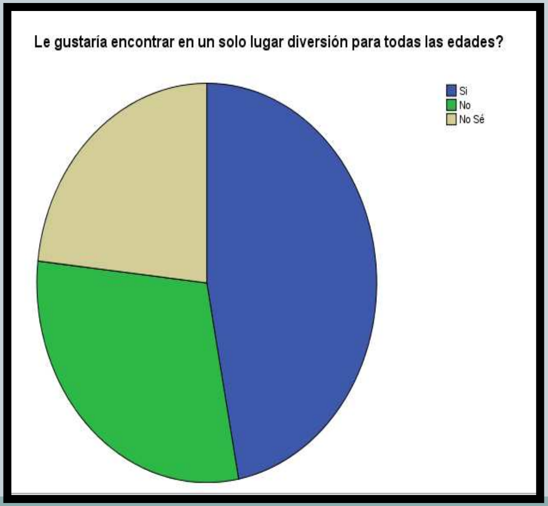
H5: Cuánto estaría dispuesto a pagar por una entrada a una pista de hielo.

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA









CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Hipótesis 1

Ho: No hay asociación entre la edad de las personas y el deseo de que exista una pista de hielo en la ciudad de Guayaquil.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4.213[a]	6	.648
Razón de verosimilitudes	4.104	6	.663
Asociación lineal por lineal	1.837	1	.175
N de casos válidos	400		

a. 1 casillas (8.3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4.57.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	.102	.648
N de casos válidos		400	

* Sig. es de 0.648=64.8% el cual es mayor al 5% (no se rechaza)

* Coeficiente de contingencia es 0.102 (no existe asociación entre la edad y deseo de que exista una pista).

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Hipótesis 2

Ho: No existe relación entre el deseo de que exista una pista de hielo en la ciudad de Guayaquil y la disposición de ir hasta Samborondón.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	.383[a]	2	.826
Razón de verosimilitudes	.717	2	.699
Asociación lineal por lineal	.334	1	.563
N de casos válidos	321		

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	.034	.826
N de casos válidos		321	

* Sig. es de 0.823= 82.3% el cual es mayor al 5% (no se rechaza)

* Coeficiente de contingencia es 0.034 (no existe asociación entre las variables).

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Hipótesis 3

Ho: Las personas entre el rango de edades de 10- 20 años y las personas de más de 40 años están dispuestas a compartir el mismo establecimiento con personas de otras edades.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4.654[a]	2	.098
Razón de verosimilitudes	4.629	2	.099
Asociación lineal por lineal	.715	1	.398
N de casos válidos	203		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 20.03.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	.150	.098
N de casos válidos		203	

* Sig. es de 0.098= 9.8%, no es menor a 5%.

* Coeficiente de contingencia es 0.150.(no existe asociación)

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Hipótesis 4

Ho: No existe una relación entre los aspectos de preferencia de los clientes potenciales y la cantidad de dinero que éstos estarían dispuestas a gastar.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	30.430(a)	16	.016
Razón de verosimilitudes	30.864	16	.014
Asociación lineal por lineal	.512	1	.474
N de casos válidos	285		

Medidas simétricas

		Valor	Error típ. asint.(a)	T aproximada (b)	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coeficiente de contingencia	.311			.016
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.042	.058	.715	.475(c)
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.025	.058	.425	.671(c)
N de casos válidos		285			

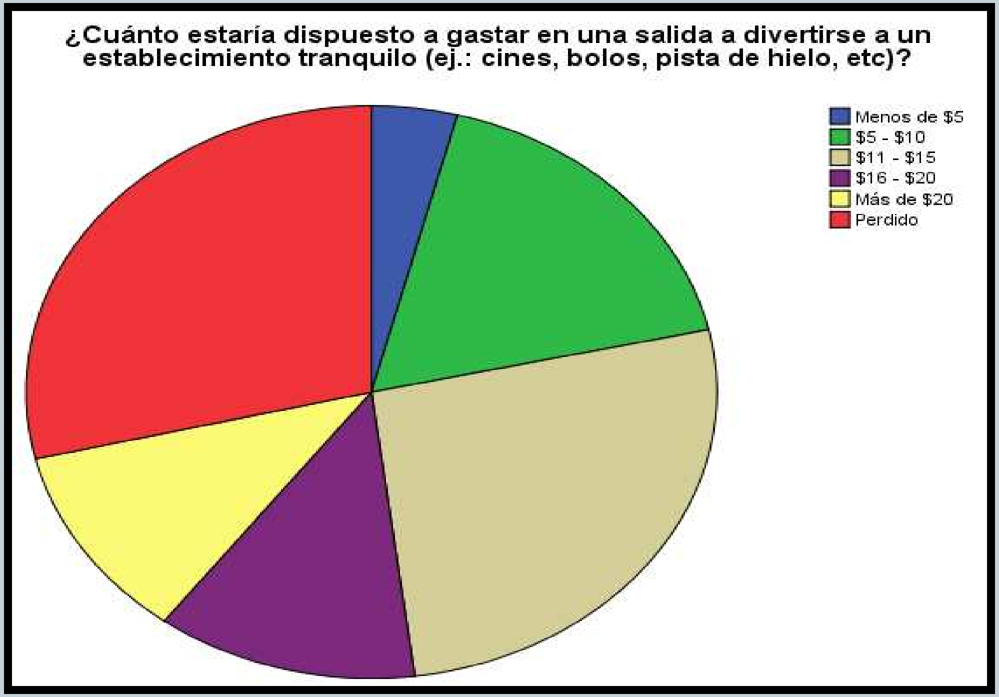
* Sig. de todas las variables en cuestión es mayor a 5% (no se rechaza).

* No hay asociación entre éstas.

CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Hipótesis 5

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una entrada a una pista de hielo?



De las 285 personas que respondieron que si estarían dispuestas a ir a una pista de hielo, 16 están dispuestas a pagar menos de $5, 70 entre $5 y $10, 106 (mayor porcentaje) entre $11 y $15, 49 entre $16 y $20 y 44 personas pagarían más de $20.

BALANCE MAQ. Y EQUIPOS

EQUIPOS	CANTIDAD	CU	CT
CABINA DE PATINES	3	300	900
PATINES	400	35	14000
MAQUINA AFILAR PATINES	3	40	120
ZAMBONI	1	25000	25000
SECADOR DE MANO	2	40	80
SISTEMA DE LUCES	1	2000	2000
MANTA FRIGORIFICA	1	47000	47000
BUFFERTANK	1	8000	8000
VALLAS	4	600	2400
TRANSFORMADOR	1	4000	4000
APOYADORES	100	60	6000
BANCOS	10	40	400
MAQUINA ENFRIADORA	1	26000	26000
TELEVISORES	4	900	3600
MESAS DE BILLAR	2	2000	4000
COCINA	1	350	350
IMPRESORA	4	50	200
COMPUTADORA	4	900	3600
ESCRITORIO	4	80	320
SILLAS DE OFICINA	4	45	180
ASIENTOS Y SILLAS/ESTABLECIMIENTO	28	40	1120
MESAS PARA EL BAR	7	150	1050
ARCHIVADORES	4	40	160
ROUTER	1	109	109
TELEFONO	4	30	120
TOTAL DE EQUIPOS			$ 150,709.00

BALANCE DE PERSONAL

BALANCE DE PERSONAL				
EMPLEADOS	**CANTIDAD**	**SUELDOS Y SALARIOS**	**MENSUAL**	**ANUAL**
GERENTE ADMINISTRATIVO	1	2000.00	2000.00	24000.00
JEFE DE MARKETING Y VENTAS	1	750.00	750.00	9000.00
CONTADOR	1	650.00	650.00	7800.00
JEFE DE LOGISTICA	1	650.00	650.00	7800.00
INSTRUCTOR	1	1000.00	1000.00	12000.00
EMPLEADOS MANTENIMIENTO	2	400.00	800.00	9600.00
TECNICO PARA MAQUINARIA	1	1200.00	1200.00	14400.00
AYUDANTE PARA PISTA	2	350.00	700.00	8400.00
EMPLEADO M/E PATINES	1	450.00	450.00	5400.00
BAR TENDER	1	400.00	400.00	4800.00
PERSONAL DE LIMPIEZA	2	350.00	700.00	8400.00
CAJA	2	350.00	700.00	8400.00
GUARDIAS	3	300.00	900.00	10800.00
COCINERO	1	350.00	350.00	4200.00
MESEROS	2	300.00	600.00	3600.00
DJ	1	350.00	350.00	4200.00
TOTAL			**12200.00**	**142800.00**

BALANCE OBRAS FISICAS				
	UNIDAD	CANTIDAD	CU	CT
TERRENO	M2	4000	85	340000
EDIFICIO	M2	2500	500	1250000
ESTACIONAMIENTO	M2	700	180	126000
INSTALACION PISTA DE HIELO			15000	15000
TOTAL				1731000

DIMENSION PISTA	CAPACIDAD MAXIMA	CANTIDAD DE PATINES
300 m2	120	250 pares
450 m2	180	300 pares
600 m2	240	350 pares
800m2	320	400 pares
1000 m2	400	450 pares
INFORMACION DE: PATINAGUA - EMPRESA QUE CONSTRUYE PISTAS DE HIELO.		

TABLA # 60: DISTRIBUCION DEL AREA

PISTA DE HIELO	800	M2
MAQUINARIA	500	M2
SALA DE JUEGOS	200	M2
BAR	300	M2
SALA DE LECTURA	100	M2
OFICINA	150	M2
TOTAL	2050	M2
ELABORADO POR: AUTORAS DEL PROYECTO		

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

MISION Y VISION

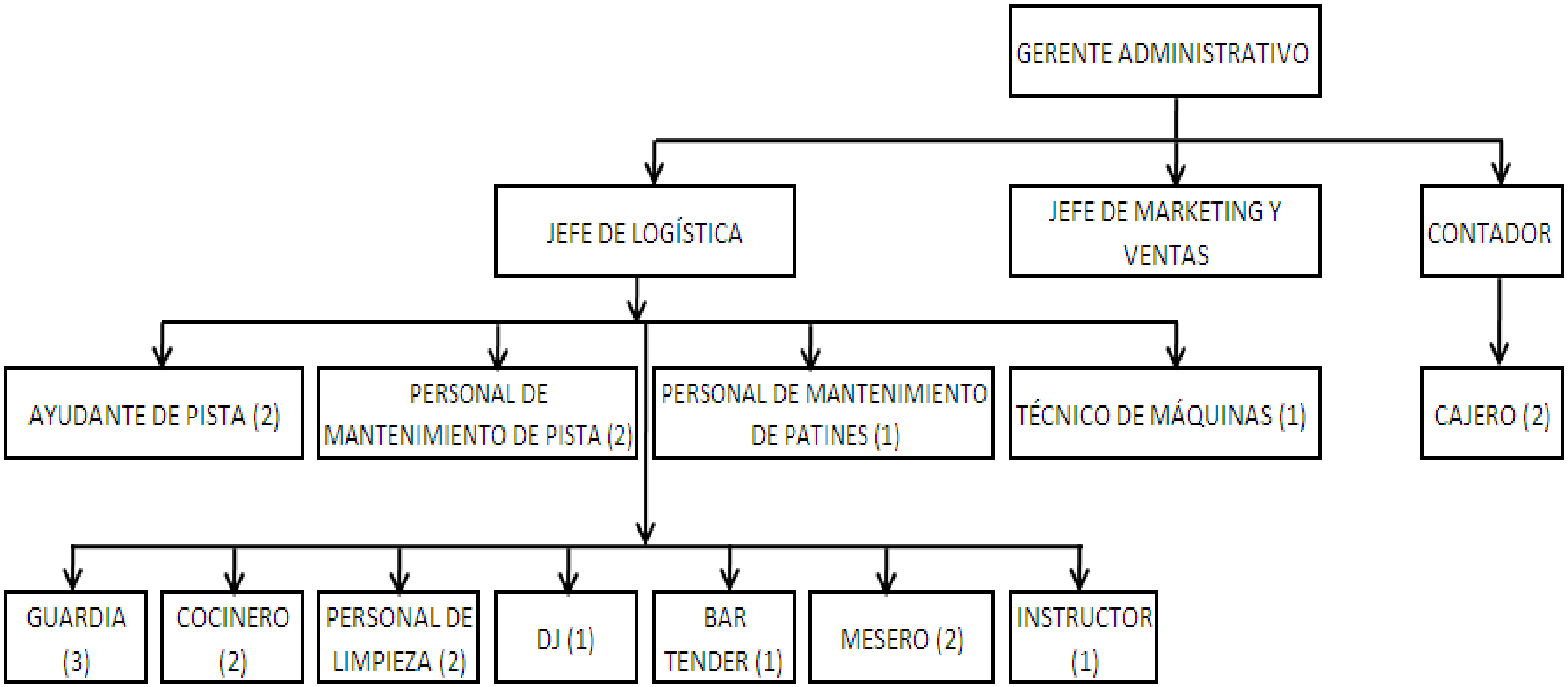
Misión:

Brindar un ambiente de diversión sana para clientes de todas las edades, diseñando espacios y productos para satisfacer sus necesidades. Con base en una excelente infraestructura, con personal motivado y orientado a la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Visión:

Ser el centro de diversión preferido por los habitantes de Guayaquil.

ORGANIGRAMA



ESTUDIO FINANCIERO

COSTOS VARIABLES

ANO	2010	2011	2012	2013	2014
COSTO CONSUMO PERSONA/DÍA (PROM.)	$ 123.684,96	$ 126.777,09	$ 129.946,51	$ 133.195,18	$ 136.525,06
MATERIALES DE HIGIENE (BAÑOS)	$ 1.288,80	$ 1.288,80	$ 1.288,80	$ 1.288,80	$ 1.288,80
COSTOS DE MANTENIMIENTO	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00
TOTAL	$ 126.173,76	$ 129.265,89	$ 132.435,31	$ 135.683,98	$ 139.013,86

2015	2016	2017	2018	2019
$ 139.938,18	$ 143.436,64	$ 147.022,55	$ 150.698,12	$ 154.465,57
$ 1.288,80	$ 1.288,80	$ 1.288,80	$ 1.288,80	$ 1.288,80
$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00
$ 142.426,98	$ 145.925,44	$ 149.511,35	$ 153.186,92	$ 156.954,37

COSTOS FIJOS Y ANALISIS COSTO - VOLUMEN UTILIDAD

CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
SUELDOS Y SALARIOS	$ 12,200.00	$ 142,800.00
LIQUIDO DESLIZANTE	$ 480.00	$ 5,760.00
AGUA*	$ 126.72	$ 1,520.64
LUZ	$ 1,355.00	$ 16,260.00
TELEFONO	$ 300.00	$ 3,600.00
PUBLICIDAD	$ 19,020.68	$ 228,248.16
SUMINISTROS Y MATERIALES DE LIMPIEZA	$ 600.00	$ 7,200.00
INTERNET	$ 114.90	$ 1,378.80
UNIFORMES		$ 495.00
EXPRESO PARA EMPLEADOS (NOCTURNO)	$ 200.00	$ 2,400.00
IMPRESION DE VINIL POR M2**	$ 30.54	$ 916.11
COLOCACION DE VINIL	$ 2,000.00	$ 60,000.00
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL	**$ 36,427.84**	**$ 470,578.71**

800 m2(8000lt). Por cada 10m3 se usan 10m3=$0.36c/m3. resultado incluye consumo normal de agua del establecimiento

**** costo 14.50/m2, tamano de publicidad standar 1.17m*1.80m**

$$Q = \frac{CF}{P - CV}$$

Q = $470,578.71/($13.5-$1.28)

Q = 38,494 personas

Inversión Inicial:

Tabla # 64: INVERSIÓN INICIAL

EQUIPOS	$150709
OBRAS FISICAS	$1731000
TRAMITES LEGALES*	$1000
IMPORTACION DE EQUIPOS	$12000
CAPITAL DE TRABAJO	$73,522.27
TOTAL	$ 1,968,231

*Permisos de construcción y funcionamiento

Capital de Trabajo:

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
	1%	1%	1%	5%	5,0%	5,0%	10,5%
INGRESOS MENSUALES	$ 13.357,98	$ 13.357,98	$ 13.357,98	$ 66.789,88	$ 66.789,88	$ 66.789,88	$ 140.258,75
COSTOS VARIABLES	$ 10.514,48	$ 10.772,16	$ 11.036,28	$ 11.307,00	$ 11.584,49	$ 11.868,92	$ 12.160,45
COSTOS FIJOS	$ 39.214,89	$ 39.214,89	$ 39.214,89	$ 39.214,89	$ 39.214,89	$ 39.214,89	$ 39.214,89
SALDO MENSUAL	-$ 36.371,40	-$ 36.629,07	-$ 36.893,19	$ 16.267,99	$ 15.990,50	$ 15.706,07	$ 88.883,40
SALDO ACUMULADO	-$ 36.371,40	-$ 73.000,47	-$ 73.522,27	-$ 20.625,20	$ 32.258,49	$ 31.696,57	$ 104.589,47

INGRESOS TOTALES

AÑO	2010	2011	2012	2013
Demanda Estimada	98.947,97	101.421,67	103.957,21	106.556,14
ingreso entradas	$ 791.583,76	$ 811.373,35	$ 831.657,69	$ 852.449,13
ingreso bar	$ 247.369,93	$ 253.554,17	$ 259.893,03	$ 266.390,35
ingreso patinaje	$ 296.843,91	$ 304.265,01	$ 311.871,63	$ 319.668,42
INGRESO TOTAL	$ 1.335.797,60	$ 1.369.192,53	$ 1.403.422,35	$ 1.438.507,91

2014	2015	2016	2017	2018	2019
109.220,04	111.950,55	114.749,31	117.618,04	120.558,49	123.572,46
$ 873.760,36	$ 895.604,37	$ 917.994,48	$ 940.944,34	$ 964.467,95	$ 988.579,65
$ 273.050,11	$ 279.876,36	$ 286.873,27	$ 294.045,11	$ 301.396,23	$ 308.931,14
$ 327.660,13	$ 335.851,64	$ 344.247,93	$ 352.854,13	$ 361.675,48	$ 370.717,37
$ 1.474.470,60	$ 1.511.332,37	$ 1.549.115,68	$ 1.587.843,57	$ 1.627.539,66	$ 1.668.228,15

ELABORADO POR: AUTORAS DEL PROYECTO

VALOR DE DESECHO

DEPRECIACION 20 AÑOS						
CANTIDAD	ACTIVO	COSTO ACTIVO	VS	VIDA UTIL	% DE DEPREC.	DEPREC. ANUAL
1	EDIFICIO	$ 1,250,000	$ 375,000	20	5%	$ 43,750
1	TERRENO	$ 340,000	$ 102,000	20	5%	$ 11,900
TOTAL			$ 477,000	TOTAL		$ 55,650

DEPRECIACION 5 AÑOS						
CANTIDAD	ACTIVO	COSTO ACTIVO	VS	VIDA UTIL	% DE DEPREC.	DEPREC. ANUAL
1	ZAMBONI	$ 25,000	$ 7,500	5	20%	$ 3,500

DEPRECIACION 3 AÑOS						
CANTIDAD	ACTIVO	COSTO ACTIVO	VS	VIDA UTIL	% DE DEPREC.	DEPREC. ANUAL
4	IMPRESORA	$ 200	$ 60	3	33.33%	$ 46.67
4	COMPUTADORA	$ 3,600	$ 1,080	3	33%	$ 840.00
TOTAL		$ 3,800	$ 1,140	TOTAL		$ 886.67

DEPRECIACION 10 AÑOS						
CANTIDAD	ACTIVO	COSTO ACTIVO	VS	VIDA UTIL	% DE DEPREC.	DEPREC. ANUAL
3	CABINA DE PATINES	$ 900	$ 270	10	10%	$ 63.00
400	PATINES	$ 14,000	$ 4,200	10	10%	$ 980.00
3	MAQUINA AFILAR PATINES	$ 120	$ 36	10	10%	$ 8.40
2	SECADOR DE MANO	$ 80	$ 24	10	10%	$ 5.60
1	SISTEMA DE LUCES	$ 2,000	$ 600	10	10%	$ 140.00
1	MANTA FRIGORIFICA	$ 47,000	$ 14,100	10	10%	$ 3,290.00
1	BUFFERTANK	$ 8,000	$ 2,400	10	10%	$ 560.00
4	VALLAS	$ 2,400	$ 720	10	10%	$ 168.00
1	TRANSFORMADOR	$ 4,000	$ 1,200	10	10%	$ 280.00
100	APOYADORES	$ 6,000	$ 1,800	10	10%	$ 420.00
10	BANCOS	$ 400	$ 120	10	10%	$ 28.00
1	MAQUINA ENFRIADORA	$ 26,000	$ 7,800	10	10%	$ 1,820.00
4	TELEVISORES	$ 3,600	$ 1,080	10	10%	$ 252.00
2	MESAS DE BILLAR	$ 4,000	$ 1,200	10	10%	$ 280.00
1	COCINA	$ 350	$ 105	10	10%	$ 24.50
4	ESCRITORIO	$ 320	$ 96	10	10%	$ 22.40
4	SILLAS DE OFICINA	$ 180	$ 54	10	10%	$ 12.60
28	ASIENTOS Y SILLAS/ESTABLECIM	$ 1,120	$ 336	10	10%	$ 78.40
7	MESAS PARA EL BAR	$ 1,050	$ 315	10	10%	$ 73.50
4	ARCHIVADORES	$ 160	$ 48	10	10%	$ 11.20
1	ROUTER	$ 109	$ 33	10	10%	$ 7.63
4	TELEFONO	$ 120	$ 36	10	10%	$ 8.40
TOTAL			$ 36,572.70	TOTAL		$ 8,533.63

VALOR DE DESECHO	**$ 522,212.70**

AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		$ 1.335.797,60	$ 1.369.192,53	$ 1.403.422,35	$ 1.438.507,91	$ 1.474.470,60	$ 1.511.332,37	$ 1.549.115,68	$ 1.587.843,57	$ 1.627.539,66	$ 1.668.228,15
(-) COSTOS VARIABLES		$ 126.173,76	$ 129.265,89	$ 132.435,31	$ 135.683,98	$ 139.013,86	$ 142.426,98	$ 145.925,44	$ 149.511,35	$ 153.186,92	$ 156.954,37
(-) COSTOS FIJOS		$ 470.578,71	$ 470.578,71	$ 470.578,71	$ 470.578,71	$ 470.578,71	$ 470.578,71	$ 470.578,71	$ 470.578,71	$ 470.578,71	$ 470.578,71
(-) DEPRECIACION 20 AÑOS		$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00
(-) DEPRECIACION 10 AÑOS		$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63
(-) DEPRECIACION 5 AÑOS		$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00
(-) DEPRECIACION 3 AÑOS		$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67
(-) INTERESES		$78.729,25	$73.789,35	$68.355,47	$62.378,19	$55.803,18	$48.570,68	$40.614,92	$31.863,59	$22.237,13	$11.648,02
UT. ANTES DE IMPUESTOS		$ 591.745,58	$ 626.988,29	$ 663.482,56	$ 701.296,74	$ 740.504,56	$ 781.185,70	$ 823.426,31	$ 867.319,62	$ 912.966,61	$ 960.476,75
15% APORT.		$ 88.761,84	$ 94.048,24	$ 99.522,38	$ 105.194,51	$ 111.075,68	$ 117.177,86	$ 123.513,95	$ 130.097,94	$ 136.944,99	$ 144.071,51
(-) IMPUESTOS 25%		$ 147.936,39	$ 156.747,07	$ 165.870,64	$ 175.324,18	$ 185.126,14	$ 195.296,43	$ 205.856,58	$ 216.829,90	$ 228.241,65	$ 240.119,19
UT. NETA		$ 355.047,35	$ 376.192,97	$ 398.089,54	$ 420.778,04	$ 444.302,73	$ 468.711,42	$ 494.055,79	$ 520.391,77	$ 547.779,96	$ 576.286,05
(+) DEPRECIACION 20 AÑOS		$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00	$ 55.650,00
(+) DEPRECIACION 10 AÑOS		$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63	$ 8.533,63
(+) DEPRECIACION 5 AÑOS		$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00	$ 3.500,00
(+) DEPRECIACION 3 AÑOS		$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67	$ 886,67
(-) INVERSION PATRIMONIO	$ 1.180.938,76										
(-) AMORTIZACION		$49.398,98	$54.338,88	$59.772,76	$65.750,04	$72.325,05	$79.557,55	$87.513,31	$96.264,64	$105.891,10	$116.480,21
VALOR DE DESECHO											$ 522.212,70
FLUJO DE EFECTIVO	$ (1.180.938,76)	$ 374.218,66	$ 390.424,39	$ 406.887,07	$ 423.598,30	$ 440.547,99	$ 457.724,17	$ 475.112,78	$ 492.697,43	$ 510.459,16	$ 1.050.588,84

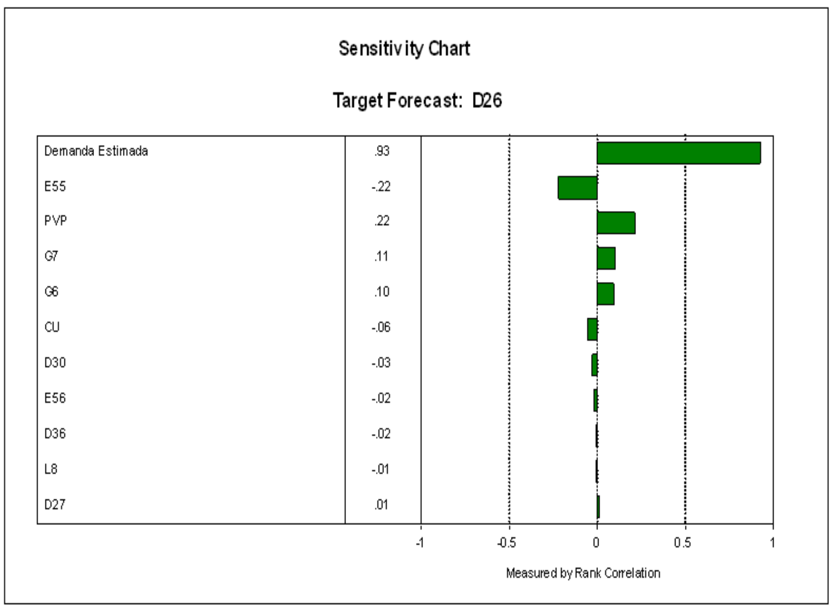
VAN	**$ 999.490,15**
TIR	**33,97%**

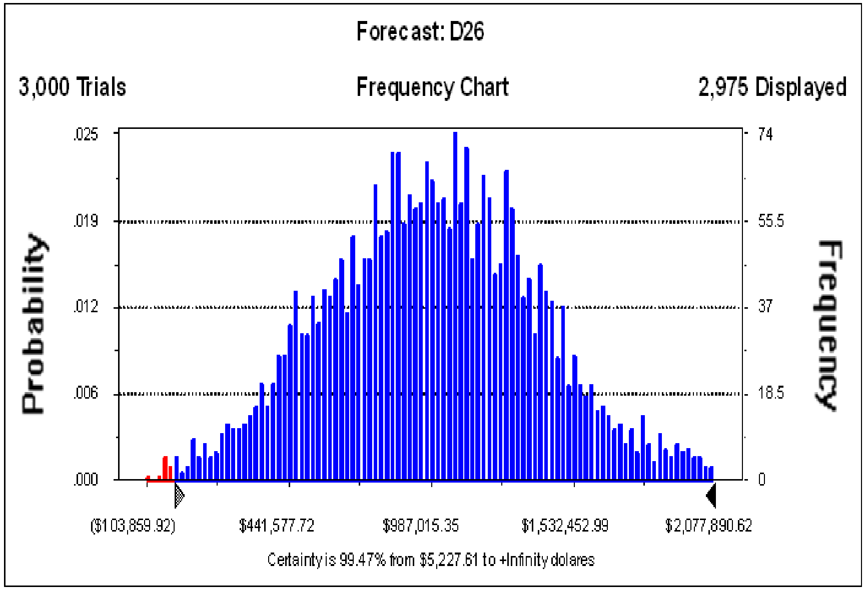
PAYBACK Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD

PERIODO	1	2	3	4	5
VP FLUJO	$ (1.180.938,76)	322140,75	289319,28	259558,07	232613,58
ACUMULADO		-858798,0	-569478,7	-309920,7	-77307,1

6	7	8	9	10	11
208254,46	186262,38	166432,54	148573,73	132508,26	234765,87
130947,4	317209,8	483642,3	632216,0	764724,3	999490,2

PAYBACK	5,7 → 5 AÑOS 7 MESES





CONCLUSIONES

- Este establecimiento tiene gran potencial de mercado, ya que en la ciudad hay pocos lugares que brindan diversión familiar, y opciones variadas para satisfacer a todos los consumidores.

- Gracias al FODA se obtuvieron estrategias como: implementar 2 tipos de ambientes en la pista, cursos de capacitación de servicio al cliente y alianzas con proveedores extranjeros; aplicables al proyecto para tener mayor ventaja ante nuestros competidores.

- Fuerzas de Porter: un alto nivel de servicios sustitutos, un bajo poder de los consumidores, la entrada de nuevas empresas es media, existe un alto poder de los proveedores y la rivalidad es alta por los competidores indirectos.

CONCLUSIONES

- Los resultados del estudio financiero muestran ventajas y posibilidades de llevar a cabo el proyecto, arrojando resultados exitosos que se reflejan en la TIR del 33.97% y un VAN de $999,490.15.

- Al ser los únicos en el mercado que ofrece este tipo de servicio, tendremos una ventaja de ser primeros sobre otros establecimientos de diversión y entretenimiento que existen en la ciudad.

- De acuerdo al análisis de sensibilidad el proyecto de la pista de hielo no es riesgoso dado que posee un 99.47% de confianza, siendo su intervalo entre (103,859.92) y 2’077,890.62; contando con la demanda y los precios como las variables sensibles para la realización de éste.

RECOMENDACIONES

- Para evitar la imitación, es recomendable crear alianzas con proveedores, es decir firma de un contrato que los comprometa única y exclusivamente a brindarnos sus servicios, imponiendo barreras de entrada al mercado.

- Crear fidelidad entre el consumidor y nuestro establecimiento para que así la clientela ganada no peligre en caso de entrada de nuevos competidores, lo cual es factible por medio de excelente atención al cliente, brindarle todas las facilidades para poder acceder al servicio, ofrecer diversión sana para todos los integrantes de la familia, creando espacios para satisfacer distintas necesidades (área de lectura, mesas de billar y bar).