



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Economía

**ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA
CREACIÓN DEL COMPLEJO PARA FIESTAS INFANTILES**

“PARTY TIME”

Monografía previa a la obtención del título de Economista

Autor; Jessica Morales I.

Director: Econ. Lenín Zúñiga C.

CUENCA – ECUADOR

2009



Esta monografía la dedico a las personas que me apoyaron y siempre estuvieron a mi lado para darme fuerza.



Gracias Dios por tus bendiciones,
nunca terminare de decirte lo
increíble que eres en mi vida.



Los criterios vertidos en la presente monografía son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Party time

Jessica Morales I.

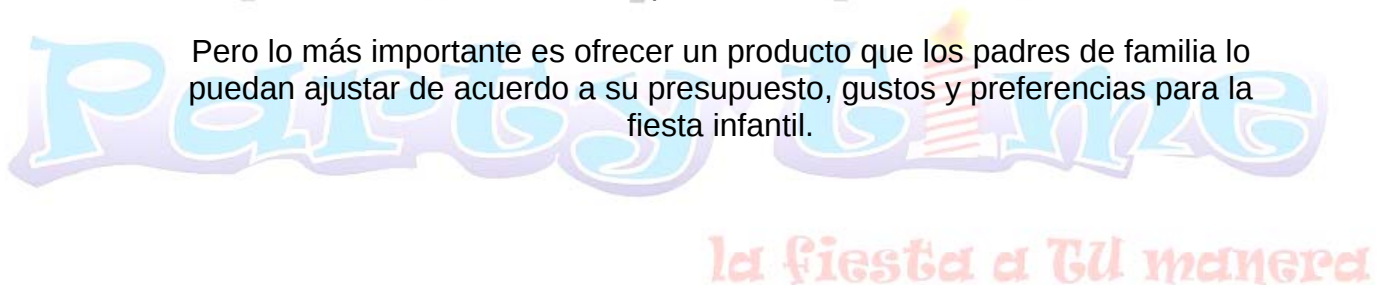
la fiesta a tu manera

RESUMEN

El presente estudio es un análisis de la factibilidad financiera para la creación del complejo para fiestas infantiles “Party Time”, que va desde la presentación del plan de negocios hasta el análisis financiero del proyecto para determinar su viabilidad.

Esta idea nace al realizar una investigación de mercados, en la cual se conoció la demanda insatisfecha que existe en el sector de la Empresa Eléctrica de la ciudad de Cuenca, porque en el sector no existen locales para este tipo de actividad.

Pero lo más importante es ofrecer un producto que los padres de familia lo puedan ajustar de acuerdo a su presupuesto, gustos y preferencias para la fiesta infantil.



ABSTRACT

This study is an analysis of the financial feasibility for the creation of a party place for children "Party Time", which goes to the presentation of the business plan until the financial analysis of the project to determinate the viability.

This idea comes from a marketing research that determined the existence of an unsatisfied demand in the place of the Empresa Electrica of Cuenca, because in this area don't exist places for this kind of activity.

But the most important is offer a product which the parents can adjust to this budget, preferences and likes to the party for the children's.

la fiesta a tu manera

INDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Resumen	iv
Abstract	v

INTRODUCCION.....	1
--------------------------	----------

CAPITULO I: RESUMEN EJECUTIVO

1.1 Descripción del negocio	3
1.1.1 Misión	3
1.1.2 Visión	3
1.2 Estrategia del negocio	4
1.2.1 Objetivos que se van a alcanzar	4
1.2.2 Localización e infraestructura	4
1.2.3 Requerimientos de funcionamiento	6
1.2.4 Análisis FODA	6
1.2.5 Ventajas competitivas	8

CAPITULO II: ANALISIS DE MERCADO

2.1 Perfil del cliente potencial	9
2.2 Determinar el tamaño del mercado	10
2.3 Por que los clientes necesitan el servicio que se va a ofrecer	11
2.4 Segmentación del mercado	11
2.5 Análisis de la competencia actual	12
2.6 Por que nos diferenciamos de la competencia	17
2.7 Investigación de mercado	17
2.8 Modelo de encuesta	18

CAPITULO III: ESTRATEGIA COMERCIAL

3.1 Las 4 p	19
3.1.1 Producto	19
3.1.2 Precio	24
3.1.3 Plaza	27
3.1.4 Promoción	28

CAPITULO IV: ANALISIS FINANCIERO

4.1 Supuestos para el análisis financiero	30
4.1.1 Inversión total	31
4.1.2 Costos y gastos	33
4.2 Financiamiento	37
4.3 Flujo de caja proyectado	38
4.3.1 Ingresos	38
4.3.2 Egresos	42
4.4 Cálculo del VAN y TIR	43
4.4.1 Valor Actual Neto (VAN)	43
4.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	44
4.5 Simulaciones	45
4.5.1 Escenario Optimista	45
4.5.1 Escenario Pesimista	46
4.6 Análisis de resultados	47

CONCLUSIONES	48
---------------------------	-----------

RECOMENDACIONES.....	50
-----------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA	51
---------------------------	-----------

ANEXOS

Anexo 1	52
Anexo 2	55

INTRODUCCION

Con el paso de los años los gustos y preferencias de las personas han cambiado, incrementando de esta manera la demanda de empresas especializadas en servicios. Otro factor que interviene en la demanda es la situación económica de los hogares de la ciudad de Cuenca porque en un alto porcentaje tanto a madres y padres de familia tienen actividad laboral, teniendo una reducción de su tiempo libre para realizar actividades complementarias en su día a día.

Estas son algunas de las razones por las cuales los padres de familia no pueden dedicarle el tiempo suficiente para la organización de una fiesta infantil, y todo lo referente a: refrigerios, actividades, decoración, etc., y el desarrollo de la fiesta infantil, dejando de lado detalles muy importantes que siempre marcan la diferencia entre una fiesta y otra.

Otro motivo que influye en la demanda es el lugar físico para desarrollar la fiesta infantil, porque muchas familias viven en departamentos o en viviendas unifamiliares que no cuentan con el espacio físico para desarrollar la fiesta.

Al realizar un análisis del sector de la Empresa Eléctrica no existe un lugar especializado para realizar fiestas infantiles, dejando desatendido a un sector de la ciudad que se encuentra en crecimiento.

Todos estos factores han motivado a realizar este proyecto elaborando la presentación del plan de negocios, que es la descripción del negocio y la estrategia que se va a utilizar para marcar la diferencia con la competencia, y saber la viabilidad de poner en marcha el local para eventos infantiles "Party Time".

El estudio de mercado se realizó a partir de una encuesta, mediante la cual se llegó a conocer al cliente potencial del negocio, que le motiva a demandar este tipo de servicio. También permitió conocer a la competencia, cuáles son los precios y productos que está ofertando y a partir de esto plantear un plan estratégico para cubrir esta demanda.

En la estrategia comercial, se analizaron las 4p que son: producto, presentando un portafolio de productos, plaza, en qué lugar estará ubicado el complejo para fiestas infantiles, precio que se va a ofertar y promoción, cuál va a ser la estrategia de publicidad para comunicarnos con el mercado objetivo.

Con toda esta información se realizó un análisis financiero, el mismo que ayudó a determinar la inversión necesaria para poner en marcha el negocio, los ingresos y egresos que se generarán por el funcionamiento del local, para luego realizar un flujo de efectivo con diferentes escenarios, optimista, normal y pesimista, y por último se analizó la viabilidad económica del proyecto con el cálculo con el VAN.



CAPITULO I

RESUMEN EJECUTIVO

1.1 Descripción del Negocio

En los últimos años la demanda de servicios, como es el caso de la organización de eventos infantiles, ha tenido un crecimiento sostenido, siendo esta la razón principal para la creación de un complejo para fiestas infantiles que llevará el nombre de “Party Time”, en el sector de la Empresa Eléctrica.

Este complejo ofrecerá la organización completa de cumpleaños infantiles, desde la impresión de las invitaciones hasta el desarrollo de la fiesta, se ofrecerá lo siguiente: dinámicas de grupo, animación, títeres, caritas pintadas, sorpresas, bocaditos, torta, piñata y cualquier solicitud especial que tenga el organizador de la fiesta.

Para tener una mayor demanda se realizarán varias opciones que tendrán un precio diferenciado, dependiendo del tipo de servicio que el cliente solicite.

Contaremos con dos personas que estarán encargadas de estas actividades, dependiendo del número de niños que vayan a asistir se incrementará la presencia del personal.

1.1.1 Misión

Proveer a los clientes un complejo para fiestas infantiles que cuente con la infraestructura adecuada para el desarrollo de los eventos, servicio de alimentación para los invitados y el desarrollo de actividades, y que presente diferentes opciones que se ajusten al presupuesto de los padres de familia.

1.1.2 Visión

“Party Time” es una empresa que entregará un servicio de calidad, y desarrollará nuevas alternativas en la organización de fiestas infantiles que se ajustaran a la necesidad de los clientes.

1.2 Estrategia del Negocio

La estrategia es la adaptación de los recursos y habilidades de la empresa al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de sus objetivos y metas.

La estrategia es el camino que la empresa debe recorrer para alcanzar sus objetivos.

Toda estrategia es básicamente estrategia competitiva.

Desde el punto de vista de los objetivos estratégicos se podrá optar por todo el mercado o una parte del mismo, y desde la óptica de las ventajas competitivas existentes, las alternativas serían la diferenciación o el control de costos.

1.2.1 Objetivos que se van a alcanzar

- Ofrecer un producto que se ajuste y se adapte a las necesidades del cliente, el mismo que estará en función de la edad del cumpleaños, el servicio solicitado, alimentación y el precio.
- Tener un posicionamiento en el mercado objetivo.
- Establecer estrategias para ser reconocidos en la ciudad, y ser la primera alternativa en la organización de fiestas infantiles, garantizando eventos de alta calidad, e innovación.

1.2.2 Localización e infraestructura

Para el normal desarrollo del evento, se tiene un lote de terreno ubicado en las calles Camilo Egas y Medardo Angel Silva de 300m² aproximadamente, que cuenta con todos los servicios básicos, agua, luz y teléfono, en donde se construirá un inmueble que tendrá la siguiente distribución:

- **Salón principal:**

Esta área será diseñada para llevar a cabo las diferentes actividades de la fiesta.

Contará con una mesa principal y dos auxiliares para colocar la torta, y los bocaditos.

Se distribuirá por el salón sillas para niños y sillas para los acompañantes.

Se instalará un sistema de sonido, para reproducir la música, además contará con sistema de karaoke, que será utilizado en las actividades de los niños que serán desarrolladas dependiendo de la edad.

- **Bar**

En el salón principal se adecuará un bar para facilitar la distribución de la comida y de las bebidas.

- **Cocina**

Este espacio tendrá un lavador para platos, una mesa, microondas, refrigeradora, cocina, para que los organizadores de la fiesta puedan tener mayor comodidad, en el caso de que tengan que preparar alimentos.

- **Baños**

El local contará con dos baños, un baño adecuado para niños y un baño para adultos, con lavamanos, dispensadores para jabón, papel higiénico, y papel para manos.

- **Bodega**

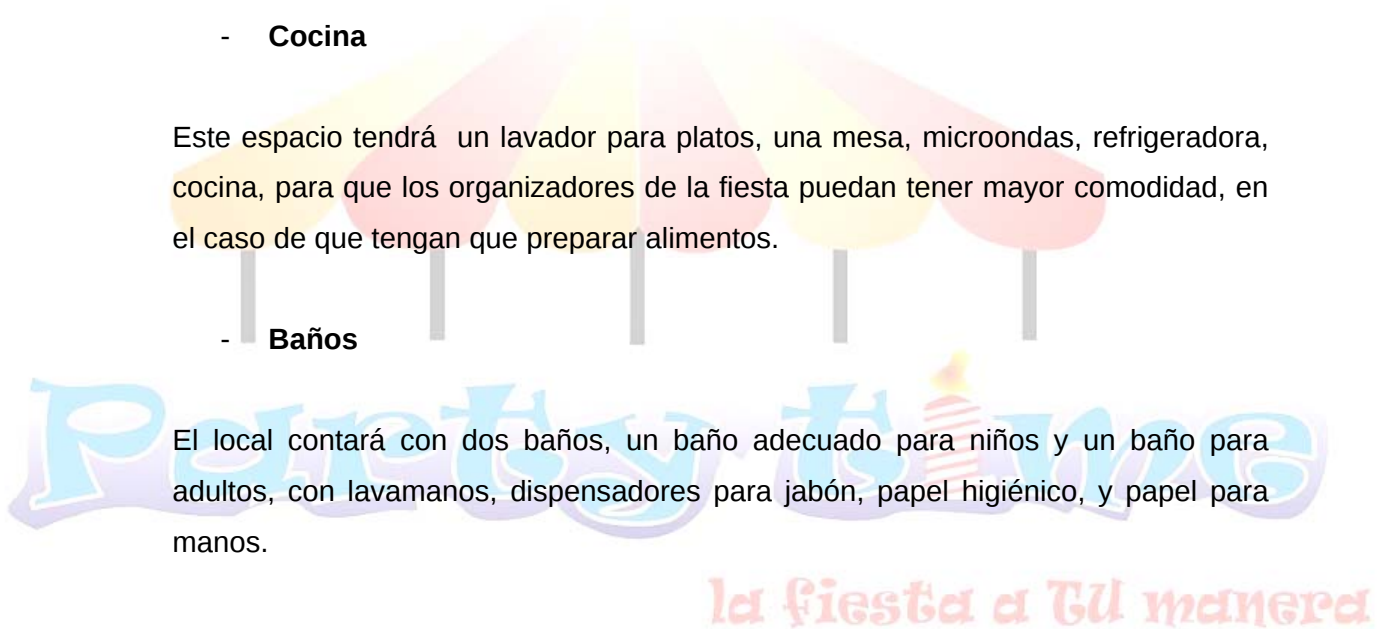
Se construirá una bodega en la parte posterior del local, en donde se guardarán, sillas y mesas adicionales, y otros artículos para el mantenimiento del local.

- **Parqueadero**

En la entrada del local se adecuará un espacio para parqueadero de vehículos.

- **Área verde**

Se instalará una cancha de minifutbol, y juegos inflables para los niños.



1.2.3 Requerimientos de funcionamiento.

Para que el local pueda funcionar en la ciudad, se deben reunir varios requisitos, solicitados por el I. Municipio de Cuenca que son:

- Copia del RUC
- Copia de la carta del predio urbano
- Copia de la Cédula de Identidad del propietario del inmueble

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), se solicita en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con los siguientes requisitos:

- Copia de la cedula
- Copia del certificado de votación
- Pago de servicio básico, agua, luz o teléfono

Luego de entregar estos documentos un representante de Control Urbano realizará una inspección para revisar que el inmueble cuente con la infraestructura necesaria para el normal funcionamiento, si después de la inspección no es aprobada la funcionalidad del inmueble, Control Urbano emite un listado de observaciones para que se realicen las respectivas modificaciones, luego realizarán una nueva inspección para emitir el permiso de funcionamiento que tiene el valor de \$ 30.00, que debe ser renovado anualmente.

1.2.4 Análisis FODA

Este análisis sirve para evaluar el ambiente interno de la empresa, que comprende las fortalezas y debilidades, que incluyen los recursos humanos, financieros, técnicos, etc., y se analizan también las posibilidades de desarrollo de mercado, y las alternativas que ofrecen mayores perspectivas de crecimiento rentable que son las oportunidades, y por otra parte también se analizan las amenazas que representan un obstáculo para su crecimiento.

Además el análisis FODA, aporta información necesaria para la planificación estratégica, para implementar acciones y medidas correctivas para mejorar dentro de la empresa, teniendo un diagnóstico de la situación actual de la empresa.

De acuerdo a lo señalado anteriormente, se pueden determinar cuales son las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del complejo para fiestas infantiles "Party Time"

Fortalezas:

- Conocimientos de elaboración de proyectos, ya que en la Universidad del Azuay fue una de las materias del pensum de estudios, y de esta manera se puede tener un mejor manejo y planteamiento del presente plan de negocios.
- El local para el funcionamiento del complejo para fiestas infantiles es propio, teniendo la libertad suficiente para adecuar el local de acuerdo a las necesidades del mercado, y también reduciendo los costos.
- Amplio terreno en el que se podrán instalar juegos para que los niños realicen diferentes actividades y tengan más opciones para divertirse.
- Amplio terreno para parqueos, los padres de familia no tendrán que preocuparse por la seguridad o la falta de espacio para parquear su vehículo.
- Alianza estratégica para el servicio de alimentación, que permite ofrecer una variedad de tortas, bocaditos de sal y de dulce, helados, con esto se disminuirá el riesgo de una falla en la entrega, y contar con alimentos de calidad.

Oportunidades:

- Atender a un sector de la ciudad que esta en crecimiento y que no cuenta con un servicio de organización para fiestas infantiles.
- En el sector no se encuentran negocios similares, teniendo la oportunidad de tener un posicionamiento en el sector, y ser la primera alternativa al momento de organizar una fiesta infantil.

Debilidades:

- Los padres de familia tienen la percepción de que al contratar el servicio para organizar las fiestas infantiles, el costo es mayor.
- Competencia de locales similares

Amenazas:

- Políticas macroeconómicas
- Crisis económicas

1.2.5 Ventajas competitivas

- El cumpleaños puede solicitar con anticipación, que la fiesta sea desarrollada con un tema específico, que irá desde las invitaciones, menaje, piñata, globos, gorros, sorpresas, etc., para que tenga la satisfacción de tener una fiesta original y única.
- Se elaborarán diferentes tipos de planes que contendrán un menú y diversas actividades, que podrán ser elegidas por el padre de familia, y que se ajustarán a su presupuesto, además brindando una asesoría personalizada para encontrar la fiesta perfecta para el cumpleaños, formando una alianza estratégica con el padre de familia.



CAPITULO II

ANALISIS DE MERCADO

El cliente es la razón de ser de un negocio. Es el que compra y hace que la empresa se desarrolle o no. Por eso es necesario conocerlos.

Hay distintas maneras de acercarse al cliente para conocerlo.

- Encuestas periódicas.
- Investigación de mercado.
- Conversar con los empleados que están en contacto con el cliente.
- Atender personalmente los reclamos y las quejas.

De esta manera se puede tener un panorama cercano a la realidad, pero es necesario conocer con detenimiento este aspecto.

Conocer a fondo al cliente implica dedicación, tiempo y trabajar con el personal en estrategias y soluciones; tratando de anticiparse a los problemas.

2.1 Perfil del cliente potencial

Los clientes potenciales de este servicio, son padres de familia que tienen niños entre las edades de 1 año hasta los 10 años, y no cuentan con el espacio físico adecuado para el normal desarrollo de la fiesta infantil, además que no cuentan con el tiempo suficiente para realizar la organización completa de una fiesta infantil.

Una de las características principales, es que “Party Time” busca atender principalmente a la población de la zona en la que se va a ubicar este complejo para fiestas infantiles; Camilo Egas y Medardo Angel Silva (Sector Empresa Eléctrica), que serian los clientes potenciales de este servicio, pues en la zona no existen locales dedicados a esta actividad.

Los motivos que influyen en la demanda del consumidor son:

Reconocimiento:

Los motivos de los consumidores de este servicio radica en que buscan sentirse apreciados, tener prestigio y destacar, al ofrecer una fiesta personalizada y única, buscan diferenciarse de su grupo social.

Seguridad:

Buscan la seguridad necesaria de que las actividades serán realizadas en un orden con un mínimo de error, ya que anteriormente aprobó el cronograma, el menú que se va a ofrecer.

Sociales:

Dentro el tiempo la fiesta infantil, buscan establecer amistad con la gente que esta invitada, además del deseo de pertenecer a un grupo y sentirse aceptado.

2.2 Determinar el tamaño del mercado

Para determinar el tamaño del mercado se trabajarán con los datos de las parroquia Cañaribamba en donde se ubicará el local, y la parroquia Totoracocha que es la más cercana al lugar en donde se instalará el local para fiestas infantiles.

Según datos proporcionados por el INEC del último censo del año 2001 la población de Cuenca por parroquias es el siguiente¹:

NUMERO DE PADRES DE FAMILIA POR PARROQUIA**Parroquia: Cañaribamba**

AÑOS	HOMBRE	MUJER
21 – 30	1089	1295
31 – 40	711	879

Parroquia: Totoracocha

AÑOS	HOMBRE	MUJER
21 - 30	2177	2500
31 - 40	1450	1775

¹ Censo 2001, Población, Viviendas ocupadas, Superficie y Densidad por parroquia Urbana y según zonas Censales

NUMERO DE NIÑOS POR PARROQUIA

Parroquia: Cañaribamba

AÑOS	HOMBRE	MUJER
1 - 4	451	417
5 - 9	520	505

Parroquia: Totoracocha

AÑOS	HOMBRE	MUJER
1 - 4	1036	1205
5 - 9	982	1202

FUENTE: Censo 2001, Población, viviendas ocupadas, superficie y densidad por parroquia Urbana y según zonas Censales.

REALIZADO POR: Jessica Morales I.

2.3 Por que los clientes potenciales necesitan el servicio que se va a ofrecer

Los padres de familia necesitan este servicio por las siguientes razones:

- Buscan un lugar que se encargue de la organización de la fiesta, esto incluye invitaciones, decoración del local, torta, bocaditos, sorpresas, dinámicas para los niños.
- Necesitan que los niños tengan diferentes actividades durante el transcurso de la fiesta para que los niños no se aburran.
- Que el local tenga el espacio suficiente para que los niños se diviertan

2.4 Segmentación del mercado

El mercado esta formado por una cantidad de personas que tienen necesidades y preferencias al momento de adquirir un producto o un servicio, y a su vez cuentan con los recursos necesarios para adquirirlos.

Pero estas necesidades y preferencias no siempre son las mismas en el mercado, por lo que la empresa debe profundizar en el conocimiento de este sector, con el objetivo de adaptar su oferta y trabajar en la estrategia que va a utilizar.

Para segmentar al mercado, debemos encontrar características comunes que los haga homogéneos, y esto permita dividir al mercado en grupos.

Una de las características comunes que tienen los clientes, es el horario que demandarían para realizar la fiesta infantil, por se lo utilizará para la segmentación del mercado.

El beneficio que se obtiene con una correcta segmentación de mercado, es la fácil identificación de las necesidades de los clientes, teniendo la oportunidad de crecer más rápidamente.

El complejo para fiestas “Party Time” estará abierto al público en los siguientes horarios:

- Viernes desde las 3pm hasta las 6 pm
- Sábado y domingos desde las 10 am hasta las 6 pm

Se puede brindar una hora adicional después del horario establecido, que estará incluido en el precio final para el cliente.

2.5 Análisis de la competencia actual

El análisis de la competencia, ayuda al inversionista a entender lo que se esta vendiendo al cliente, o lo que el cliente esta comprando. También debe percatarse de todas las formas en que el cliente puede obtener la satisfacción a su necesidad.

Es importante conocer a la competencia casi tanto como se conoce la empresa propia; la competencia en la actualidad es mucho más agresiva y es difícil subsistir sin luchar contra ella.

La población de la ciudad de Cuenca, con el paso del tiempo, busca satisfacer sus necesidades, demandando bienes y sobre todo servicios, tales como las fiestas infantiles, para cuya realización se pueden encontrar en el mercado varios locales que se dedican a la organización de estos eventos.

- **Brinco fiesta:**

Este local esta ubicado en las calles Tarquino Cordero y Cornelio Crespo, sector de la Universidad del Pacifico. Tiene como política un número mínimo de invitados de 20 niños. Con esta cantidad se tendrán 4 coordinadoras, que se encargarán de organizar los juegos y concursos, y entregar el refrigerio a los niños.

Brinco fiesta tiene un salón principal que tiene distribuido sillas para los niños. También dependiendo de la opción contratada se pone a disposición un dispensador de gaseosa, máquina para algodón de azúcar, y la máquina para canguil.

Dependiendo de la edad de los niños que están invitados a la fiesta infantil, ofrece diferentes juegos que se encuentran instalados en el área verde, para niños hasta 5 años tienen juegos inflables.

Los niños mayores a 5 años pueden utilizar una pared para escalar y un juego mecánico llamado orbital.

A continuación se detallan los precios y los servicios que brindan en este local.

SERVICIO			
OPCION 1		OPCION 2	
PRECIO \$ 220.00		PRECIO \$ 280.00	
* 3 JUEGOS		* 3 JUEGOS	
* HOT DOG		* HOT DOG	
* GASEOSA ILIMITADA NIÑOS		* GASEOSA ILIMITADA NIÑOS	
* SNACKS		* SNACKS	
* PASTEL		* PASTEL	
* HELADO		* HELADO	
* MENAJE		* MENAJE	
* PIÑATA O SORPRESA		* PIÑATA O SORPRESA	
* CANGUIL		* CANGUIL	
*ACTIVIDADES:	(PUEDE ELEGIR UNA ACTIVIDAD)	*ACTIVIDADES:	SE REALIZAN TODAS LAS ACTIVIDADES
	CARITAS PINTADAS		CARITAS PINTADAS
	TITERES		TITERES
	GLOBOFLEXIA		GLOBOFLEXIA
* CONCURSOS - DINAMICAS		* CONCURSOS – DINAMICAS	
* ALGODÓN DE AZUCAR		* ALGODÓN DE AZUCAR	

- **Cumplesueños:**

Ubicado en las calles Las Gaviotas y Chirote, sector Universidad del Azuay.

Tiene como política un número mínimo de invitados de 30 niños.

Dispone de un área verde con cancha de minifutbol, sube y baja, resbaladera, columpios y juegos inflables.

Cumplesueños, tiene un salón principal con mesas para la torta y los bocaditos, y sillas distribuidas por todo el salón para los invitados, también tiene un sector para parqueadero interno para los vehículos de los padres de familia.

El valor por niño es de \$ 7.50 más IVA, a continuación se detallan los precios y los servicios que se brindan.

SERVICIO	
DESCRIPCIÓN	VALOR
* 3 JUEGOS	
* HOT DOG O SALCHIPAPA CON UN VASO DE GASEOSA	\$ 0.8
* HELADO CADA VASITO	\$ 0.6
* CANGUIL LA PORCION	\$ 0.4
* ALGODÓN DE AZUCAR	\$ 0.4
* PILETA CHOGASEOSATE	\$ 15
* ANIMACION 1 PERSONA	\$ 65
2 PERSONAS	\$ 85
* SORPRESAS	\$ 1
*SNACK PARA ADULTO	\$ 1

- **Fun Center:**

Ubicado en el interior del Centro Comercial Mall del Río en la Circunvalación Sur.

Este local cuenta con juegos electrónicos, en la segunda planta tiene distribuidas mesas y sillas para los invitados, y una cancha de bolos que puede ser utilizada dependiendo del paquete que se contrato para la fiesta infantil.

Ofrece 3 tipos de paquetes para ajustarse a los requerimientos de la demanda.

A continuación se detalla el precio por niño y los servicios que se brindan.

PAQUETE BASICO		
ALIMENTACION		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
PORCION DE PIZZA JAMON Y QUESO	1	\$ 0.8
GASEOSA VASO	1	\$ 0.6
	SUBTOTAL	\$ 1.4
	10% SERVICIO	\$ 0.14
	IVA	
	ALIMENTACION	\$ 0.17
	TOTAL ALIMENTACION	\$ 1.71

DIVERSION		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
TARJETA PLAY GO ACTIVADAS POR 30 MIN C/U	1	\$ 1.5
	SUBTOTAL	\$ 1.5
	IVA DIVERSION	\$ 0.18
	TOTAL DIVERSION	\$ 1.68
	TOTAL FINAL	\$ 3.39

PAQUETE MEDIO		
ALIMENTACION		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
PORCION DE PIZZA JAMON Y QUESO	1	\$ 0.8
GASEOSA VASO	1	\$ 0.6
	SUBTOTAL	\$ 1.4
	10% SERVICIO	\$ 0.14
	IVA ALIMENTACION	\$ 0.17
	TOTAL ALIMENTACION	\$ 1.71
DIVERSION		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
BOLOS POR LINEA	1	\$ 2
CALZADO PARA CANCHA DE BOLOS	1	\$ 0.7
TARJETA PLAY GO ACTIVADAS POR 30 MIN C/U	1	\$ 1.5
	SUBTOTAL	\$ 4.2
	IVA DIVERSION	\$ 0.50
	TOTAL DIVERSION	\$ 4.70
	TOTAL FINAL	\$ 6.41

PAQUETE SUPER		
ALIMENTACION		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
PORCION DE PIZZA JAMON Y QUESO	1	\$ 0.8
PAPAS FRITAS	1	\$ 0.35
DORITOS	1	\$ 0.35
GALLETAS AMOR	1	\$ 0.3
BOMBONES DE LA UNIVERSAL	1	\$ 0.25
GASEOSA ILIMITADAS	1	\$ 1.20
	SUBTOTAL	\$ 3.25
	10% SERVICIO	\$ 0.33
	IVA ALIMENTACION	\$ 0.39
	TOTAL ALIMENTACION	\$ 3.97

DIVERSION		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
BOLOS POR LINEA	1	\$ 2
CALZADO PARA CANCHA DE BOLOS	1	\$ 0.7
TARJETA PLAY GO ACTIVADAS POR 30 MIN C/U	1	\$ 1.5
	SUBTOTAL	\$ 4.2
	IVA DIVERSION	\$ 0.50
	TOTAL DIVERSION	\$ 4.70
	TOTAL FINAL	\$ 8.67

ADICIONALES	VALOR
FUENTE DE CHOCOLATE (FRUTAS MASHMELLOW)	\$ 50.00
DECORACIÓN (150 GLOBOS, SERPENTINAS)	\$15.00
PIÑATA	\$ 25.00
ANIMACIÓN	\$ 100.00
CARITAS PINTADAS	\$ 40.00
JUEGO INFLABLE (VALOR POR NIÑO)	\$ 0.50
SALTARIN (VALOR POR NIÑO)	\$ 0.50
HELADOS	\$ 0.80
PASTEL CON DURAZNOS, FRUTILLA Y CARAMELO	\$ 1.00

LA PORCION

De este análisis de la competencia en la ciudad de Cuenca, se puede concluir que existen varios factores que influyen en la fijación de los precios, estos son:

- Tipo de local
- Ubicación del local
- Alimentación
- Actividades que se van a realizar.
- Número de invitados

la fiesta a tu manera

Publicidad:

La publicidad utilizada por estos locales para fiestas infantiles, es realizada mediante: hojas volantes, publicidad radial, internet.

Dentro de las actividades que realiza la competencia se detalla lo siguiente:

- Una de las personas encargadas del local, recibe a los niños y padres de familia.
- Pintan las caras de los niños representando diferentes personajes
- Realizan 4 actividades grupales
- Rompen la piñata
- Reparten la torta
- Entregan la sorpresa a cada niño cuando la fiesta termina

2.6 Por que nos diferenciamos de la competencia

“Party Time” ofrecerá una gama de diferentes actividades y menús, que pueden ser combinados por el padre de familia de acuerdo a sus gustos y preferencias, y también planes completos que incluirá alimentación y diversión, para que de esta manera se ajuste a su presupuesto.

Además se brindará asesoría completa al padre de familia para que la fiesta tenga todos los elementos necesarios y de esta manera sea un completo éxito.

2.7 Investigación de mercado

La investigación es muy importante, ya que posibilita conocer el mercado en donde se va a ofrecer el servicio, entender sus preferencias y luego desarrollar la estrategia para satisfacerlo.

También permite aproximarse a la determinación de la demanda esperada y conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de la misma.

Se tomó como referencia la población total de la ciudad de Cuenca que es de 599546² habitantes, a partir de esta información se tomará un muestreo para realizar una encuesta que será de tipo exploratorio.

En el anexo 2 se presentan los resultados que se obtuvieron de la investigación de mercado.

² www.inec.gov.ec

2.8 Modelo de encuesta.

Ver anexo No. 1



CAPITULO III

ESTRATEGIA COMERCIAL

3.1 Las 4 P

Las 4P significan Producto, Precio, Plaza y Promoción. Así mismo, cada una de estas divisiones está conformada por todas las variables de mercadotecnia que analiza y desarrolla una empresa para buscar, el cambio de los hábitos de consumo en favor de la misma.

3.1.1 Producto

Un producto es cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas.

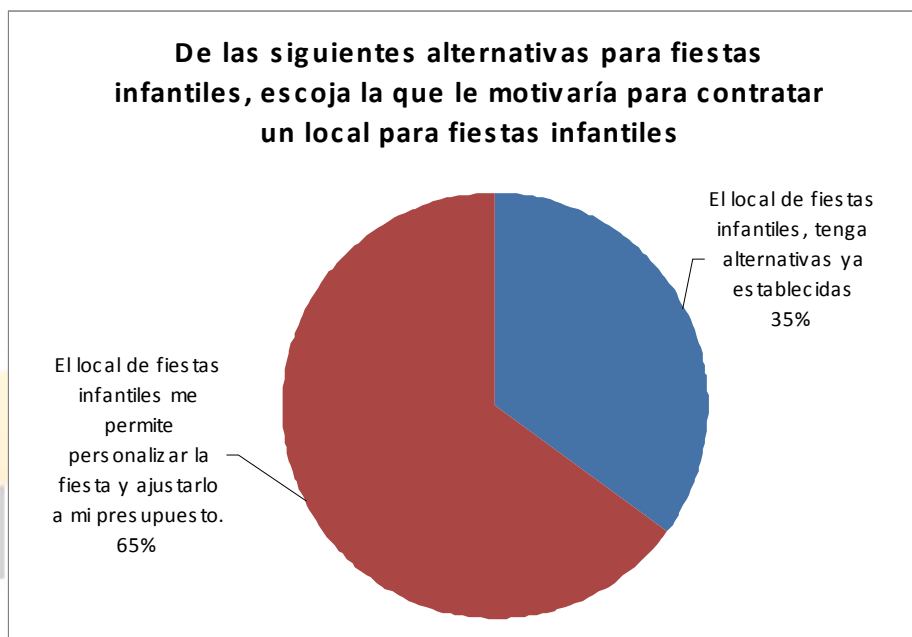
Siendo una de las ventajas estratégica de "Party Time", el ofrecer un producto que se ajuste al presupuesto de los padres de familia, se elaboró un portafolio de alternativas para fiestas infantiles con diferentes precios, para cumplir con esta estrategia.

Estos paquetes incluirán refrigerios y la animación de una persona encargada para realizar las diferentes dinámicas del evento.

La flexibilidad del servicio ofertado permite a los padres de familia elaborar una fiesta personalizada, es por esto que se presentarán refrigerios y servicios adicionales, teniendo como resultado un producto de acuerdo a su presupuesto, este servicio se llamará "La fiesta a tu manera"

Este paquete personalizado debe tener obligatoriamente un animador adicional, para que la fiesta se desarrolle de acuerdo al cronograma pre establecido por el padre de familia.

En la pregunta 14 de la encuesta realizada, el 65% de las personas desean que la fiesta infantil sea personalizada, es decir, elegir refrigerios y actividades, y de esta manera ajustarlo a su presupuesto.



REALIZADO POR: Jessica Morales I.

FUENTE: Encuesta

De ser el caso, el padre de familia puede llevar adicionalmente al evento, refrigerios, sorpresas, etc.

Con esta estrategia se busca cubrir la demanda insatisfecha del sector, además de presentar una propuesta diferente para cada tipo de consumidor.

En todas las fiestas contratadas, se incluirá sin ningún costo las invitaciones para todos los niños, la decoración del local que incluirá 30 globos distribuidos por el local y serpentinas, recipientes para helados y gelatinas, en el caso de haber contratado este refrigerio.

Los invitados tendrán libre acceso a los juegos inflables, y a los juegos que están instalados en el área verde.

Para tener referencia de los costos de estos insumos, revisar el Capítulo 4.

De acuerdo a la información de la competencia que existe en la ciudad de Cuenca, se estableció que el número mínimo de niños con los que se pueden trabajar es de 25 y con un máximo de 45 niños, debido al tamaño de las instalaciones.

Si el número de niños es mayor a 30 niños, se recomendará al padre de familia contratar una persona adicional que ayudará en la supervisión de los niños, realizar la animación de la fiesta y coordinar las diferentes actividades que estén programadas para desarrollo del evento.

En el caso de que el cliente desee que la fiesta sea desarrollada en un tema específico lo deberá solicitar con dos semanas de anticipación, si necesita algún servicio adicional, se procederá a realizar una pro forma para la revisión y aprobación de los precios en el contrato que se vaya a firmar con el cliente.

Los precios detallados no incluyen IVA.

Para atender a diferentes tipos de clientes, de acuerdo a la estrategia de la empresa, a continuación se detalla el portafolio de productos que se van a ofertar, cada paquete incluye refrigerio, animación y servicio.

- **Paquete 1:**

Este paquete es el más económico de la gama de productos que se van a ofrecer, incluye un refrigerio, en la que el cliente tendrá la alternativa de elegir entre una hamburguesa o hot dog que irá acompañado de un vaso de gaseosa de 10 oz.

También se realizarán caritas pintadas a los niños asistan a la fiesta.

PAQUETE 1			
SERVICIOS	CANTIDAD MÍNIMA POR EVENTO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL POR EVENTO
Hot dog o hamburguesa + vaso de gaseosa	25	\$ 0.80	\$ 20.00
Animación 1 persona	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Caritas Pintadas	25	\$ 0.60	\$ 15.00
TOTAL			\$ 100.00

- **Paquete 2:**

En este paquete se adiciona al refrigerio una porción de canguil para cada niño, se realizarán cuatro concursos con sus respectivos premios, y también una piñata que tendrá una funda de juguetes surtidos de plástico y una funda de caramelos.

Si el padre de familia lo desea, puede incluir más productos en la piñata.

PAQUETE 2			
SERVICIOS	CANTIDAD MÍNIMO POR EVENTO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL POR EVENTO
Hot dog o hamburguesa + vaso de gaseosa	25	\$ 0.80	\$ 20.00
Canguil	25	\$ 0.20	\$ 5.00
Animación 1 persona	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Premios para concursos	4	\$ 2.00	\$ 8.00
Caritas Pintadas	25	\$ 0.60	\$ 15.00
Piñata	1	\$ 35.00	\$ 35.00
TOTAL			\$ 148.00

- **Paquete 3**

Aquí se entregará a cada uno de los niños invitados una funda de sorpresas, que contienen caramelos, chocolates, chicles y un juguete de plástico para niñas y niños.

También se repartirá una porción de papas fritas para cada uno de los niños.

PAQUETE 3			
SERVICIOS	CANTIDAD MÍNIMO POR EVENTO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL POR EVENTO
Hot dog o hamburguesa + vaso de gaseosa	25	\$ 0.60	\$ 15.00
Canguil	25	\$ 0.20	\$ 5.00
Animación 1 persona	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Premios para concursos	4	\$ 2.00	\$ 8.00
Caritas Pintadas	25	\$ 0.60	\$ 15.00
Piñata	1	\$ 35.00	\$ 35.00

Sorpresas	25	\$ 2.50	\$ 62.50
Papas fritas	25	\$ 0.30	\$ 7.50
TOTAL			\$ 213.00

- **Paquete 4**

Esta alternativa es la más completa del portafolio de productos, incluyen todos los servicios y refrigerios del paquete 3, una porción de torta para cada niño y un vasito de helado para acompañar, o si el cliente lo prefiere, se puede tener la variación por un vaso de gaseosa.

PAQUETE 4			
SERVICIOS	CANTIDAD MÍNIMA POR EVENTO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL POR EVENTO
Hot dog o hamburguesa + vaso de gaseosa	25	\$ 0.60	\$ 15.00
Canguil	25	\$ 0.20	\$ 5.00
Animación 1 persona	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Premios para concursos	4	\$ 2.00	\$ 8.00
Caritas Pintadas	25	\$ 0.60	\$ 15.00
Piñata	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Sorpresas	25	\$ 2.50	\$ 62.50
Papas fritas	25	\$ 0.30	\$ 7.50
Porción de torta + vaso de gaseosa (helado se incrementara \$0.30 por niño)	25	\$ 1.30	\$ 32.50
Helado	25	\$ 0.30	\$ 7.50
TOTAL			\$ 253.00

EXTRAS

la fiesta a tu manera

La estrategia de tener “La fiesta a tu manera”, pone a disposición de todos los clientes potenciales un menú con los refrigerios y servicios adicionales, para que los padres de familia puedan incluirlos en los paquetes que vayan a contratar, o de ser el caso que ellos armen su propia fiesta con los extras que se van a ofrecer, teniendo como resultado un producto personalizado de acuerdo a su presupuesto.

BOCADITOS EXTRAS	CANTIDAD MÍNIMA POR EVENTO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL POR EVENTO
Canguil	25	\$ 0.20	\$ 5.00
Porción de pizza + vaso de cola	25	\$ 1.00	\$ 25.00

Algodón de azúcar	25	\$ 0.40	\$ 10.00
Vaso de gelatina	25	\$ 0.30	\$ 7.50
Papas fritas	25	\$ 0.30	\$ 7.50

SERVICIOS	CANTIDAD MÍNIMA POR EVENTO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL POR EVENTO
Caritas Pintadas	25	\$ 0.60	\$ 12.50
Animación 1 persona	1	\$ 65.00	\$ 65.00
1 persona adicional	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Sorpresas	25	\$ 2.50	\$ 62.50
Piñata	1	\$ 35.00	\$ 20.00

3.1.2 Precio

El precio, también es una variable estratégica para llegar al mercado objetivo, para determinarlo se deben considerar varias variables:

Costos

Los precios deben cubrir los costos y permitir un margen de utilidad aceptable, esto es aplicable tanto en empresas de productos y de servicios. Se debe tomar en cuenta los costos fijos y variables más un margen de utilidad.

Competencia

El precio en relación a la competencia puede ser más alto o más bajo aún cuando se venda el mismo producto debido a una serie de factores, también pueden existir diferencia en los costos porque los beneficios que se ofrecen al cliente son distintos, los clientes estarían dispuestos a pagar más o menos, según sea su poder adquisitivo.

Percepción de los clientes

Existen productos que a mayor precio genera mayores ventas, puesto que los clientes piensan que la calidad y los precios van de la mano. Muchas veces ocurre que para algunos productos o servicios el precio alto está asociado con la calidad y se pueden aumentar los precios, mejorando la rentabilidad del negocio, pero sin

defraudar al cliente. Esto ocurre generalmente con la ropa de vestir de marcas reconocidas.

Las estrategias para establecer los precios, son de ayuda para tener más claro que tipo de resultados se quiere alcanzar, en este caso se buscan los siguientes resultados:

- Captar una parte del mercado
- Lograr una utilidad por las ventas realizadas

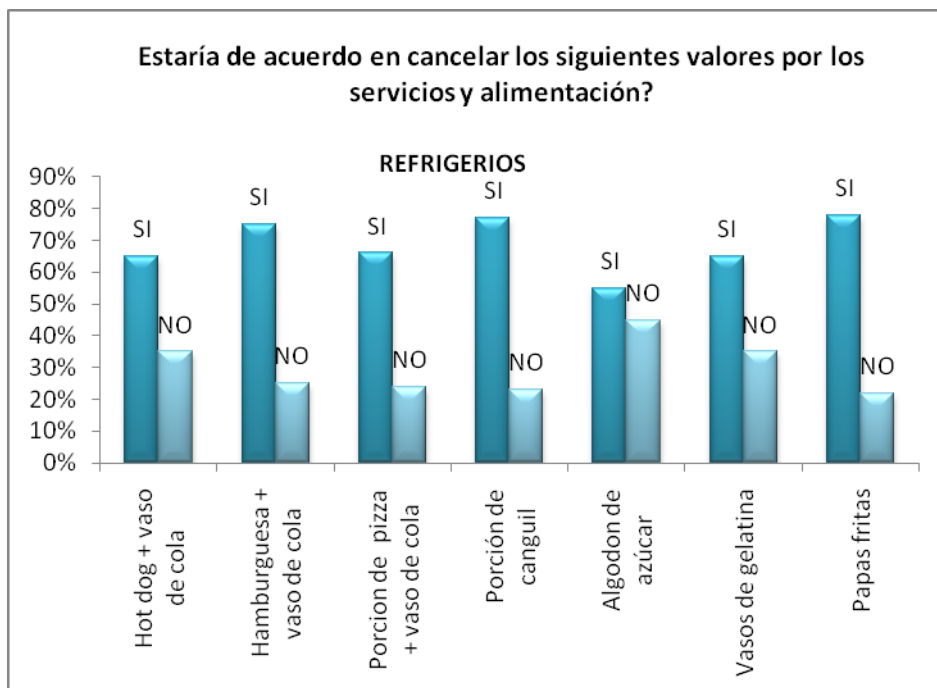
Para establecer el precio de los productos que se están ofertando, se los fijaron a partir de los costos de cada sumándole un margen de utilidad, pero manteniéndolos cerca de los precios de la competencia.

Los costos están detallados en el capítulo 4.

SERVICIOS	PRECIO UNITARIO	PRECIO COSTO	INCREMENTO
Caritas Pintadas	\$ 0,60	\$ 0,25	140%
Animación 1 persona	\$ 65,00	\$ 50,00	30%
1 persona adicional	\$ 40,00	\$ 30,00	33%
Sorpresas	\$ 2,00	\$ 1,00	100%
Premios para concursos	\$ 2,00	\$ 0,80	150%
Piñata	\$ 20,00	\$ 15,00	100%

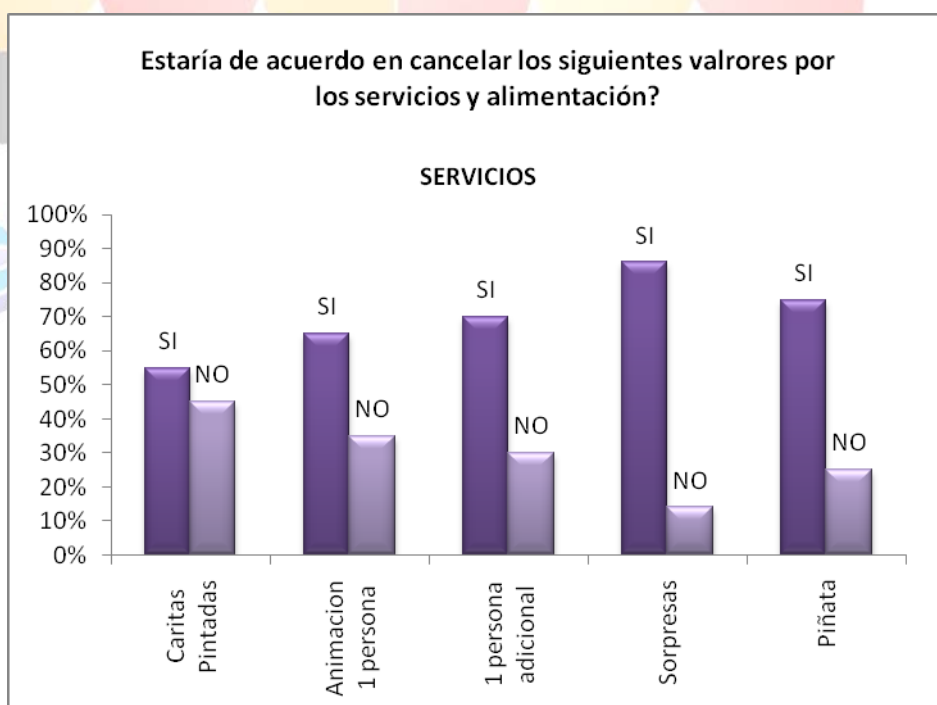
ALIMENTACION	PRECIO UNITARIO	PRECIO COSTO	INCREMENTO
Hot dog + vaso de cola	\$ 0,52	\$ 0,80	55,00%
Hamburguesa + vaso de cola	\$ 0,48	\$ 0,80	67,00%
Porción de pizza + vaso de cola	\$ 0,78	\$ 1,00	78,00%
Porción de canguil	\$ 0,20	\$ 0,30	66,00%

En la encuesta realizada para conocer al mercado potencial, en la pregunta 15, entre el 60% y 80% de personas están de acuerdo con los precios que se van a ofrecer en "Party Time", a continuación se presentan los resultados.



REALIZADO POR: Jessica Morales I.

FUENTE: Encuesta



REALIZADO POR: Jessica Morales I.

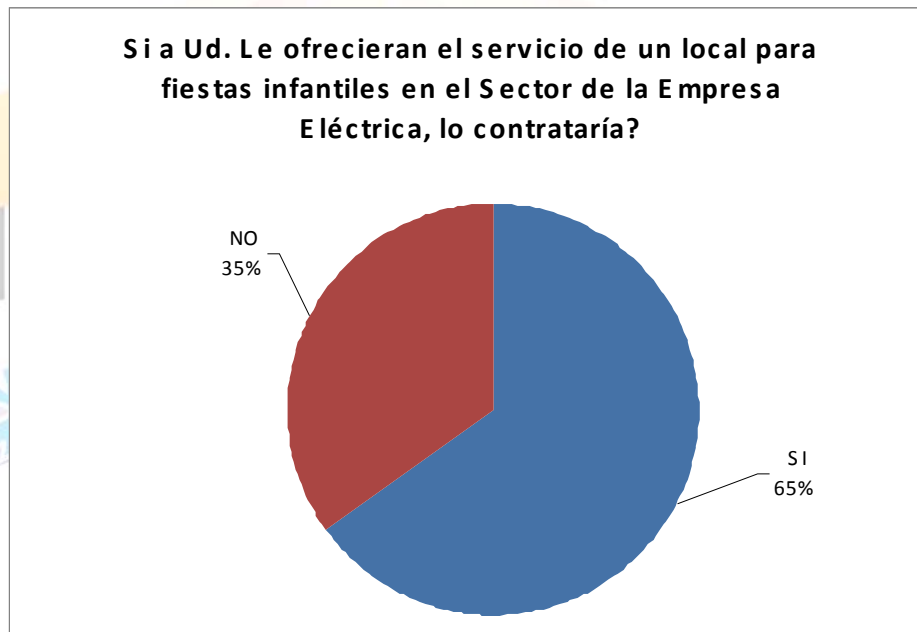
FUENTE: Encuesta

3.1.3 Plaza

El propósito de esta variable es poner el producto o servicio lo más cerca posible del cliente, para que este pueda demandarlo con más rapidez y comodidad.

Se debe considerar la ubicación y la distribución.

De acuerdo a las encuestas realizadas en la pregunta 13, se pudo determinar que el 65% de personas demandarían este servicio que estará ubicado en las calles Camilo Egas y Medardo Angel Silva.



REALIZADO POR: Jessica Morales I.

FUENTE: Encuesta

Los factores que influyen en la aceptación de los futuros clientes son:

- Amplio local para la instalación de juegos infantiles, cancha de mini fútbol, etc.
- El local tiene un lugar específico para estacionamientos de los vehículos de los clientes, brindando seguridad.

3.1.4 Promoción

La comunicación comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa, a sus distintos canales de comercialización y al público en general.

Publicidad:

El objetivo de la publicidad es brindar una información a los consumidores con el fin de estimular o crear demanda para un producto o servicio.

Promoción de ventas:

La promoción de ventas tiene como finalidad tomar contacto en forma personal con el mercado objetivo para comunicar sobre el producto o servicio de la empresa. Los objetivos específicos de la promoción de ventas son:

- Que el consumidor pruebe el producto o servicio.
- Que se aumente la cantidad y frecuencia de consumo.
- Fortalecer la imagen del producto o servicio.
- Lograr la fidelidad del producto o servicio.

Lo más importante es obtener los mejores resultados de comunicación con los menores costos posibles y para ello es necesario detectar que estrategias son las más adecuadas para llegar a los consumidores.

La publicidad que se utilizará para promocionar "Party Time" son dípticos que contendrán la información de los servicios que se van a ofertar, también se incluirán varias fotografías de las instalaciones del local.

Para llegar a la mayor cantidad de personas del sector de las parroquias de Totoracocha y Cañaribamba, se contratará a una persona que entregue los dípticos en esta zona, el horario establecido para que se realice esta actividad es de lunes a viernes, por dos horas diarias desde las 12:00 pm hasta las 13:00 pm, los días sábado y domingo se entregará la publicidad en lugares de gran afluencia de gente como son: la salida de las escuelas, Supermercado Gran Aki, en las iglesias del

sector, Cristo Salvador de la parroquia Cañaribamba y en Maria Reina de la Paz de la parroquia de Totoracocha.

Al entregar esta publicidad en estos puntos se llegará a otras parroquias, ya que tiene que considerar que tanto a escuelas, iglesias y supermercados acuden personas de diferentes zonas de la ciudad.

Se entregarán aproximadamente 100 dípticos por día en cada uno de los puntos que se han determinado para repartir la publicidad.

Los costos están detallados en el capítulo 4.

El horario para la entrega de la publicidad es el siguiente:

HORARIO

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
9:00 - 10:00							IMRP
10:30 - 11:00							ICS
12:00 - 13:00	ESTV	EAA	EMC	ESTV	EAA	SGA	SGA
16:00 - 18:00						SGA	SGA

IMP: Iglesia Maria Reina de la Paz

ICS: Iglesia Cristo Salvador

ESTV: Escuela Sor Teresa Valse

EAA: Escuela Aurelio Aguilar

EMC: Escuela Manuela Cañizares

SGA: Supermercado Gran Aki

la fiesta a tu manera

CAPITULO IV

ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero permite valorar objetivamente, descubrir y movilizar las reservas internas.

Las herramientas del análisis financiero se dedican principalmente a una evaluación histórica de la empresa, la esencia del análisis es elaborar los indicadores esenciales que permitan influir activamente en la gestión de la empresa, que apoya a todos los departamentos de la misma. Es un asunto para el establecimiento de relaciones significativas y también para señalar cambios, tendencias y causas.

Siguiendo estas valoraciones, y considerando que en la actualidad las empresas se ven cada vez más presionadas por obtener buenos rendimientos a partir de su buen funcionamiento, se hace necesario conocer las técnicas y métodos que le permitan autoevaluarse y corregir lo que está mal.

El análisis financiero constituye la base para ejecutar el proceso de planeación financiera donde deben disminuirse o erradicarse, de ser posible, las debilidades y deficiencias que desde el punto de vista financiero presentó la empresa en el período analizado.

El análisis que se utilizará en este plan de negocios, es la comparación de los resultados proyectados en el flujo de caja, calculando la TIR y el VAN.

4.1 Supuestos para el análisis financiero

Existe un componente fundamental que muchas veces no se analiza con la debida atención cuando se quiere desarrollar un proyecto de negocio, y es el monto de dinero que se necesita para ponerlo en funcionamiento y mantenerlo. Para ello es imprescindible tomar en cuenta cuáles son los activos fijos (terrenos, inmuebles,

maquinarias, equipos, etc.) y capital de trabajo (dinero en efectivo, sueldos, compra de materias primas y materiales, publicidad, etc.) que debe tener la empresa antes de que comience a generar ingresos. Si no se realiza esta previsión, se corre el riesgo de una asfixia financiera al poco tiempo de iniciado el negocio.

4.1.1 Inversión Total

La inversión total será la suma del desembolso inicial de dinero que se realizara para que la empresa pueda iniciar sus actividades, ya sea adquiriendo activos fijo o tangibles y / o activos diferidos o intangibles.

Los activos tangibles son los que se caracterizan por tener materialidad, es decir, poseen presencia física, que se puede apreciar con los sentidos. Dentro de este grupo tenemos los edificios, maquinarias, etc.

Los activos fijos intangibles están representados por derechos de orden legal o económico, los cuales tienen como principal característica su inmaterialidad, es decir, carecen de presencia física, lo que implica que su existencia no se pueden apreciar con los sentidos. Dentro de este grupo tenemos la plusvalía, o crédito mercantil, la patente, estudios de mercado, etc.

El capital de trabajo es una partida adicional de efectivo requerido para cubrir las exigencias que demandan los renglones de activos circulantes, este efectivo necesario se basa en el hecho que mientras una empresa produce – vende – cobra un producto, suelen pasar varios meses hasta recibir ingresos generados por la venta del producto, por lo que hasta que lleguen esos ingresos el productor deberá adquirir materia prima, pagar salarios, buscar nuevos clientes, lo cual genera un déficit entre ingresos y egresos.

En este caso la inversión inicial está basada en la compra de equipos de cocina, patentes, publicidad, además de un plan de compras para que la empresa empiece a laborar.

La inversión inicial que se va a realizar es la siguiente:

INVERSION INICIAL

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Maquina de canguil	1	\$ 280,00
Maquina de algodón de azúcar	1	\$ 392,00
Dispensador de gaseosa	1	\$ 224,00
Dispensador de agua	1	\$ 22,40
Carrito de hot dog	1	\$ 134,40
Horno microondas	1	\$ 336,00
Refrigeradora	1	\$ 448,00
Juego de cuchillos	1	\$ 33,60
Cortador de pizza	1	\$ 3,36
Cuchara para helado	3	\$ 10,08
Sillas para niños	40	\$ 224,00
Sillas para adultos	40	\$ 224,00
Mesas plásticas	4	\$ 358,40
Equipo de karaoke	1	\$ 392,00
Parlantes	2	\$ 268,80
Estante para el equipo	1	\$ 44,80
Pedestal para parlantes	2	\$ 89,60
Arcos de fútbol	2	\$ 134,40
Pelota de fútbol	2	\$ 11,20
Juegos inflables	1	\$ 392,00
Resbaladera plástica	1	\$ 84,00
Columpios	1	\$ 168,00
Sube y Baja	1	\$ 168,00
Casa de muñeca	1	\$ 134,40
Pinceles	4	\$ 2,24
Kit de pintura facial	4	\$ 13,44
Basureros	4	\$ 44,80
Basureros para los baños	2	\$ 11,20
Dispensadores de papel higiénico	2	\$ 33,60
Dispensador de jabón	2	\$ 33,60
Dispensador de papel para manos	2	\$ 44,80
Espejos para el baño	2	\$ 11,20
Escobas	3	\$ 10,08
TOTAL:		\$ 4.782,40

4.1.2 Costos y gastos.

Los costos son los desembolsos de dinero que realizará la empresa para cubrir los valores dinero que están directamente relacionados con la producción, porque a mayor producción los gastos serán mayores.

Para iniciar esta proyección, se debe establecer una clasificación de los costos en fijos y variables.

Los **costos fijos** son los que permanecen constantes independientemente del nivel de producción. Son por ejemplo: Sueldos, alquileres, seguros, patentes, impuestos, servicios públicos, etc. Hay que pagarlos aún cuando no se venda nada.

Los **costos variables** son los que cambian, aumentando o disminuyendo de manera proporcional a la producción. Por ejemplo: la materia prima, los insumos directos, material de embalaje, la energía eléctrica (para la producción), etc.

La determinación de los costos no sólo se utiliza para el cálculo de rentabilidad de un negocio, sino también como una herramienta importante para fijar los precios de los bienes y servicios que se comercializan.

Los costos proyectados esta en base a la cantidad mínima de niños por evento que es de 25 invitados, a continuación se detallan los diferentes productos y servicios a ofrecer.

HOT DOG + VASO DE COLA				
INSUMOS	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD POR EVENTO	VALOR POR EVENTO
Pan	1	\$ 0,15	25	\$ 3,75
Salchicha	1	\$ 0,15	25	\$ 3,75
Mayonesa	1	\$ 0,03	25	\$ 0,75
Salsa de tomate	1	\$ 0,03	25	\$ 0,75
Cebolla	1	\$ 0,01	25	\$ 0,25
Porta hot dog	1	\$ 0,05	25	\$ 1,25
Vaso de cola	1	\$ 0,10	25	\$ 2,50
TOTAL				\$ 13,00

HAMBURGUESA + VASO DE COLA				
INSUMOS	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD POR EVENTO	VALOR POR EVENTO
Pan	1	\$ 0,15	25	\$ 3,75
Carne	1	\$ 0,13	25	\$ 3,25
Mayonesa	1	\$ 0,03	25	\$ 0,75
Salsa de tomate	1	\$ 0,03	25	\$ 0,75
Cebolla	1	\$ 0,01	25	\$ 0,25
Lechuga	1	\$ 0,02	25	\$ 0,50
Funda para hamburguesa	1	\$ 0,01	25	\$ 0,25
Vaso de cola	1	\$ 0,10	25	\$ 2,50
TOTAL				\$ 12,00

PORCION DE PIZZA + VASO DE COLA				
INSUMOS	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD POR EVENTO	VALOR POR EVENTO
Salsa para pizza	1	\$ 0,06	25	\$ 1,50
Jamón	1	\$ 0,11	25	\$ 2,75
queso	1	\$ 0,11	25	\$ 2,75
masa	1	\$ 0,25	25	\$ 6,25
Champiñones o salami	1	\$ 0,15	25	\$ 3,75
Vaso de cola	1	\$ 0,10	25	\$ 2,50
TOTAL				\$ 17,00

PORCION DE TORTA + VASO DE COLA (HELADO SE INCREMENTARA \$0.30 POR NIÑO)				
INSUMOS	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD POR EVENTO	VALOR POR EVENTO
Harina	1	\$ 0,06	25	\$ 1,50
Huevos	1	\$ 0,04	25	\$ 1,00
Crema de leche	1	\$ 0,11	25	\$ 2,75
Azúcar	1	\$ 0,25	25	\$ 6,25
Polvo de hornear	1	\$ 0,06	25	\$ 1,50
Duraznos	1	\$ 0,11	25	\$ 2,75
Vaso de cola	1	\$ 0,10	25	\$ 2,50
TOTAL				\$ 15,75

CANGUIL				
INSUMOS	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD POR EVENTO	VALOR POR EVENTO
Canguil	1	\$ 0,05	25	\$ 1,25
Empaque	1	\$ 0,01	25	\$ 0,25
TOTAL				\$ 1,50

Gastos

Los gastos son los desembolsos de dinero que realizará la empresa por la operación del negocio, es decir, gastos administrativos, de ventas y financieros, estos no dependen de la cantidad producida al mes.

Depreciaciones

La depreciación, si bien no constituye un ingreso de efectivo, se trata como una fuente, ya que reintegra la partida deducida en el estado de ganancias y pérdidas, como un elemento del costo de la mercancía vendida, concretamente como parte de los gastos generales de fabricación y que se agrupa con la utilidad en los llamados fondos generados internamente, o por las operaciones.

Para los gastos administrativos se consideró la depreciación de las diferentes maquinas que se van a utilizar en las fiestas infantiles.

DEPRECIACION EQUIPOS Y MAQUINARIAS				
DESCRIPCION	VALOR INICIAL	TIEMPO	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
Maquina de canguil	\$280	5	\$112	\$0
Maquina de algodón de azúcar	\$392	5	\$157	\$0
Dispensador de gaseosa	\$224	5	\$90	\$0
Carrito de hot dog	\$134	5	\$54	\$0
Horno microondas	\$336	5	\$134	\$0
Refrigeradora	\$448	5	\$179	\$0
Muebles y enseres	\$2,369	5	\$474	\$0
Edificios	\$8,400	10	\$840	\$4,200
Equipo de karaoke	\$392	5	\$78	\$0
Parlantes	\$269	5	\$54	\$0
TOTAL			\$2,172	\$4,200

También se consideró dentro de estos gastos el sueldo de una persona que realizará la limpieza del local.

ROL DE SUELDOS						
	SUELDO MENSUAL	AP. PATR IECE SECAP	DECIMO 3ER SUELDO	DECIMO 4TO SUELDO	SUBTOTAL CARGAS SOC	REMUNER. MENSUAL
PERSONAL LIMPIEZA	\$ 124	\$ 27	\$ 10	\$ 18.33	\$ 56	\$ 180

Para la impresión de los dípticos se contratarán los servicios de la empresa Soluciones Gráficas, se solicitarán 1000 dípticos y también la impresión de tarjetas de presentación.

Para los gastos de ventas se tomo en consideración los siguientes valores, sueldo de persona encargada de entregar la publicidad en los lugares determinados para esta actividad, el valor de la elaboración de los dípticos y tarjetas de presentación.

INVERSION EN VENTAS

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Dípticos	3000	\$0,03	\$90,00
Tarjetas de presentación	1000	\$0,03	\$30,00
Sueldo de persona para entregar publicidad	1	\$180,00	\$180,00
TOTAL			\$300,00

Otros costos que influyen en el flujo de caja son los de menaje y decoración del local.

MENAJE

INSUMOS	CANTIDAD UNITARIA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD POR EVENTO	VALOR POR EVENTO
Vasos	1	\$0,05	50	\$2,50
Platos para torta	1	\$0,08	25	\$2,00
Cucharas	1	\$0,03	30	\$0,90
Servilletas	1	\$0,01	100	\$1,00
Invitaciones	1	\$0,05	25	\$1,25
TOTAL				\$7,65

DECORACION DEL LOCAL

INSUMOS	CANTIDAD UNITARIA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD POR EVENTO	VALOR POR EVENTO
Globos	1	\$0,06	35	\$2,10
Serpentinas	1	\$0,05	10	\$0,50
TOTAL				\$2,60

Al ser el terreno propio no se registrarán egresos por arriendo, lo cual reduce los costos del local, además el local ya cuenta con las instalaciones de servicios básicos, agua, luz y teléfono.

La adecuación del local se lo realizará en un plazo de 2 meses, según el cronograma presentado por el arquitecto que estará encargado de la obra, el presupuesto de esta construcción asciende a \$ 8,400.00, se incluyeron todos los costos directos que son los materiales, el personal que realizará el trabajo, instalaciones eléctricas, y los costos indirectos como son las aprobaciones de los planos, permisos de construcción y otros gastos que se deban realizar en el Municipio de Cuenca.

INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Inversión inicial	1	\$ 4.845,00	\$ 4.845,00
Adecuación del local	1	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
Diseño e instalación de letrero	1	\$ 168,00	\$ 168,00
TOTAL			\$ 13.413,00

4.2 Financiamiento

Si no se cuenta con el dinero necesario para cubrir la inversión inicial se debe recurrir a alguna fuente de financiamiento, ya sea bancaria, de proveedores u otro origen y evaluar si es posible afrontar con los ingresos que genere el proyecto las obligaciones financieras que se van a adquirir.

Para llevar a cabo este plan de negocios, se solicitará un crédito bancario para realizar las adecuaciones necesarias para que el local pueda funcionar sin ningún contratiempo.

Los socios del local aportarán el 50% de la inversión total, esto se realizará con la finalidad de reducir los costos de financiamiento por préstamos bancarios e incrementar la utilidad esperada.

El crédito bancario se solicitará por el plazo de 36 meses, monto de \$ 8,000.00 con una tasa de interés fija del 16,27 %, este financiamiento será solicitado para completar la inversión que esta planificada para el funcionamiento del local.

Para solicitar el crédito bancario se deben presentar los siguientes requisitos:

- Copia de la cédula de identidad
- Copia del certificado de votación
- Certificado de ingresos
- Copia del pago de un servicio básico, agua, luz o teléfono.

El garante también deberá presentar los requisitos mencionados anteriormente.

Este proceso toma aproximadamente 5 días hábiles desde la entrega de documentos hasta el desembolso del crédito.

4.3 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es un instrumento financiero que permite determinar las necesidades de capital en los distintos momentos de desarrollo del negocio.

Su utilidad radica en el hecho de poder pronosticar con suficiente anticipación las necesidades de capital y tomar las precauciones necesarias para evitar contratiempos en el desarrollo del negocio.

El realizar el flujo de caja se analizará la inversión inicial del proyecto, como también los ingresos y egresos en los que se van a incurrir en cada periodo.

Además se debe tener en cuenta que la amortización y depreciación de maquinarias y equipos no son desembolsos reales de dinero, porque estos ya se realizaron en el momento de la compra, por el contrario son gastos que servirán para disminuir los pagos tributarios por lo que se esta recuperando la inversión al aumentar los costos y pagar menos tributos, de manera que los rubros de estas cuentas no serán restados en el flujo de caja.

4.3.1 Ingresos

Para realizar el análisis financiero, primero se determinará cuál es la plena ocupación del local, para tomar este punto como referencia para proyectar las ventas que se van a registrar.

Se va a utilizar el siguiente supuesto, tener la contratación de eventos de lunes a domingo, este horario de atención va a ser similar al ofertado por la competencia.

De lunes a jueves se podrá contratar el local con los paquetes 2 y 3.

El día viernes se proyecta que se llevará a cabo el paquete 4.

El día sábado en la mañana tendremos la contratación del paquete 3 y paquete 1 en la mañana y el paquete 4 en la tarde.

El día domingo en la mañana se llevará a cabo la fiesta con la contratación del paquete 2.

HORARIO PARA ATENCION AL PUBLICO

HORARIO	LUNES A JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
10:00 - 14:00			P3 Y P1	P 2
14:00 - 18:00	P2 Y P3	P 4	P 4	

P1: Paquete 1

P2: Paquete 2

P3: Paquete 3

P4: Paquete 4

la fiesta a tu manera

En el siguiente cuadro se detallan las ventas proyectadas durante el mes con plena ocupación del local para fiestas infantiles.

INGRESOS PROYECTADOS AL MES PLENA OCUPACION

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	INGRESO MENSUAL
PAQUETE 1	2	\$100.00	\$200.00
PAQUETE 2	3	\$148.00	\$444.00
PAQUETE 3	4	\$213.00	\$852.00
PAQUETE 4	8	\$253.00	\$2,024.00
TOTAL	17		\$3,320.00

Con este supuesto se proyectarán los ingresos que se recibirán por la contratación de los diferentes paquetes que se van a presentar.

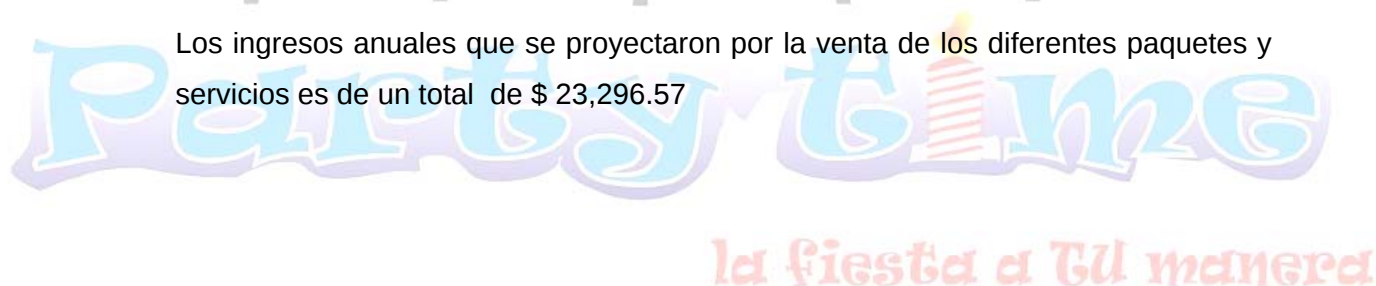
De información obtenida de la competencia se considerará una ocupación del 50% de la capacidad instalada.

INGRESOS PROYECTADOS AL MES

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	INGRESO MENSUAL
PAQUETE 1	1	\$100.00	\$100.00
PAQUETE 2	2	\$148.00	\$296.00
PAQUETE 3	2	\$213.00	\$426.00
PAQUETE 4	3	\$253.00	\$759.00
TOTAL	8		\$1,481.00

Se considerará un incremento del 3% en los precios y en los servicios adicionales a partir del mes 6 debido a la inflación.

Los ingresos anuales que se proyectaron por la venta de los diferentes paquetes y servicios es de un total de \$ 23,296.57



PROYECCION DE VENTAS													
DESCRIPCION	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL ANUAL
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
Invitados	1.481,00	1.481,00	1.481,00	1.481,00	1.481,00	1.525,43	1.571,19	1.618,33	1.666,88	1.716,88	1.768,39	1.821,44	
1 animador adicional			\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
			120,00	120,00	120,00	123,60	127,31	131,13	135,06	139,11	143,29	147,58	
Refrigerio extra	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	150,00	150,00	150,00	150,00	200,00	206,00	212,18	218,55	225,10	231,85	238,81	245,97	
Servicio extra							\$	\$	\$	\$	\$	\$	
							80,00	82,40	84,87	87,42	90,04	92,74	
TOTAL MENSUAL	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	1.631,00	1.631,00	1.751,00	1.751,00	1.801,00	1.855,03	1.990,68	2.050,40	2.111,91	2.175,27	2.240,53	2.307,74	23.296,57

4.3.2 Egresos

Los egresos son las salidas de dinero para producir un bien o un servicio.

Dentro de los costos se consideran, los sueldos, gastos administrativos, gastos de ventas, materia prima, decoración del local, menaje y el pago de servicios básicos, agua, luz y teléfono.

Con estos supuestos se realizará el flujo de caja para proyectar los egresos e ingresos que se obtendrá por la actividad del negocio, por el periodo de 5 años, a partir de estos resultados se determinará la viabilidad del proyecto que se esta presentando en esta monografía.

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversiones	\$ 4.845					
Activos Fijos	\$ 8.400					
INVERSION TOTAL	\$ (13.245)					
FLUJO OPERATIVO						
Ventas		\$ 23.297	\$ 25.160	\$ 27.173	\$ 29.347	\$ 31.695
INGRESOS		\$ 23.297	\$ 25.160	\$ 27.173	\$ 29.347	\$ 31.695
Servicios básicos		\$ 348	\$ 376	\$ 406	\$ 438	\$ 473
Gastos Administrativos		\$ 2.160	\$ 2.333	\$ 2.519	\$ 2.721	\$ 2.939
Gastos de Ventas		\$ 3.600	\$ 3.888	\$ 4.199	\$ 4.535	\$ 4.898
Menaje		\$ 734	\$ 793	\$ 857	\$ 925	\$ 999
Decoración del local		\$ 250	\$ 270	\$ 291	\$ 314	\$ 340
Depreciaciones		\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172
EGRESOS		\$ 9.264	\$ 9.831	\$ 10.444	\$ 11.106	\$ 11.820
FLUJO ANTES DE IMPUESTOS	-	\$ 14.033	\$ 15.329	\$ 16.729	\$ 18.241	\$ 19.874
Impuestos para trabajadores		\$ 2.105	\$ 2.299	\$ 2.509	\$ 2.736	\$ 2.981
Impuesto a la renta		\$ 2.982	\$ 3.257	\$ 3.555	\$ 3.876	\$ 4.223
FLUJO DE CAJA DESPUES DE IMPUESTOS	-	\$ 8.946	\$ 9.772	\$ 10.665	\$ 11.629	\$ 12.670
Depreciaciones		\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172
FLUJO OPERACIONAL	-	\$ 11.118	\$ 11.944	\$ 12.837	\$ 13.801	\$ 14.842
VALOR RESIDUAL						\$ 4.200
FLUJO DEL PROYECTO	\$ (13.245)	\$ 11.118	\$ 11.944	\$ 12.837	\$ 13.801	\$ 19.042

VAN	\$ 21.758,45	TIR	87,28%
------------	--------------	------------	--------

Tasa de corte:25%

FINANCIAMIENTO BANCARIO						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DEL PROYECTO	\$ (13.245)	\$ 11.118	\$ 11.944	\$ 12.837	\$ 13.801	\$ 19.042
Préstamo bancario	\$ 8.000					
Pago de Capital		\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.600
Pago intereses 17%		\$ 1.360	\$ 1.088	\$ 816	\$ 544	\$ 272
ESCUDO FISCAL INTERES (GASTO* IMPUESTO)		\$ 544	\$ 435	\$ 326	\$ 218	\$ 109
FLUJO BENEFICIO INVERSIONISTA	\$ (5.245)	\$ 8.702	\$ 9.691	\$ 10.747	\$ 11.874	\$ 17.278

VAN	\$ 30.064,00	TIR	176,13%
------------	--------------	------------	---------

Tasa de corte CPPK:17,15%

COSTO PONDERADO DE CAPITAL CPPK						
DESCRIPCION	INVERSION	% PARTICIPACION	COSTO	ESCUDO FISCAL	COSTO FINAL	CPPK
Recursos Propios	\$ 5.245	40%	25%		25%	11,75%
Prestamos Bancarios	\$ 8.000	60%	17%	-6,8%	10,20%	5,4%
TOTAL	\$ 13.245	100%				17,15%

la fiesta a tu manera

4.4 Cálculo del VAN y TIR

4.4.1 Valor Actual Neto (VAN)

Consiste en actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), y compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos.

Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por lo tanto que es conveniente invertir en este proyecto.

El VAN se define como la diferencia entre los valores actuales de sus futuros ingresos y egresos netos de operación.

Esto significa que todo que todo flujo neto actual se descontará al punto cero del tiempo (es decir a la partida de su implementación) a una tasa de descuento determinada.

El valor actual neto de una inversión corresponde al flujo neto de caja actualizado con una determinada tasa de descuento, la misma que tendrá un valor que puede ser calculada en función del aporte propio y al monto financiado.

4.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial.

Esto significa que se buscará una tasa que iguale a la inversión inicial a los flujos netos de operación del proyecto, que es lo mismo que buscar una tasa igual que haga el VAN cero.

La TIR muestra al inversionista la tasa de interés máxima a la que debe contraer préstamos, sin que incurra en futuros fracasos financieros.

Para lograr esto se busca aquella tasa que aplicada al flujo neto de caja hace que el van sea igual a cero.

A diferencia del VAN, donde la tasa de actualización se fija de acuerdo a las alternativas de Inversiones externas, aquí no se conoce la tasa que se aplicará para encontrar la TIR; por definición la tasa buscada será aquella que reduce el VAN de un proyecto a cero. En virtud a que la TIR proviene del VAN, primero se debe calcular el VAN.

El VAN que se obtuvo del flujo de caja del proyecto "Party Time" es de \$ 31,325.00.

La TIR que se tiene como resultado de los cálculos realizados es de 91.57%.

4.5 Simulaciones

Se realizará 2 simulaciones para verificar el éxito del proyecto, con un escenario optimista y un escenario pesimista.

4.5.1 Escenario Optimista

Para el escenario optimista se considera un incremento del 10% en las ventas con un crecimiento del 3% debido a la inflación.

FLUJO DE CAJA (ESCENARIO OPTIMISTA INCREMENTO EN VENTAS 10%)						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversiones	\$ 4.845					
Activos Fijos	\$ 8.400					
INVERSION TOTAL	\$ (13.245)					
FLUJO OPERATIVO						
Ventas		\$ 26.914	\$ 29.067	\$ 31.392	\$ 33.903	\$ 36.616
INGRESOS		\$ 26.914	\$ 29.067	\$ 31.392	\$ 33.903	\$ 36.616
Servicios básicos		\$ 348	\$ 376	\$ 406	\$ 438	\$ 473
Gastos Administrativos		\$ 2.160	\$ 2.333	\$ 2.519	\$ 2.721	\$ 2.939
Gastos de Ventas		\$ 3.600	\$ 3.888	\$ 4.199	\$ 4.535	\$ 4.898
Menaje		\$ 734	\$ 793	\$ 857	\$ 925	\$ 999
Decoración del local		\$ 250	\$ 270	\$ 291	\$ 314	\$ 340
Depreciaciones		\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172
EGRESOS		\$ 9.264	\$ 9.831	\$ 10.444	\$ 11.106	\$ 11.820
FLUJO ANTES DE IMPUESTOS	-	\$ 17.650	\$ 19.236	\$ 20.948	\$ 22.798	\$ 24.795
Impuestos para trabajadores		\$ 2.647	\$ 2.885	\$ 3.142	\$ 3.420	\$ 3.719
Impuesto a la renta		\$ 3.751	\$ 4.088	\$ 4.451	\$ 4.845	\$ 5.269
FLUJO DE CAJA DESPUES DE IMPUESTOS	-	\$ 11.252	\$ 12.263	\$ 13.354	\$ 14.534	\$ 15.807
Depreciaciones		\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172
FLUJO OPERACIONAL	-	\$ 13.424	\$ 14.435	\$ 15.526	\$ 16.705	\$ 17.979
VALOR RESIDUAL						\$ 4.200
FLUJO DEL PROYECTO	\$ (13.245)	\$ 13.424	\$ 14.435	\$ 15.526	\$ 16.705	\$ 22.179

VAN	\$ 28.791,88	TIR	105,80%
------------	---------------------	------------	----------------

Tasa de corte: 25%

FINANCIAMIENTO BANCARIO						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DEL PROYECTO	\$ (13.245)	\$ 13.424	\$ 14.435	\$ 15.526	\$ 16.705	\$ 22.179
Préstamo bancario	\$ 8.000					
Pago de Capital		\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.600
Pago intereses		\$ 1.360	\$ 1.088	\$ 816	\$ 544	\$ 272
ESCUDO FISCAL INTERES (GASTO* IMPUESTO)		\$ 544	\$ 435	\$ 326	\$ 218	\$ 109
FLUJO BENEFICIO INVERSIONISTA	\$ (5.245)	\$ 11.008	\$ 12.182	\$ 13.437	\$ 14.779	\$ 20.416

VAN	\$ 38.483,77	TIR	219,87%
------------	---------------------	------------	----------------

Tasa de corte CPPK:17,15%

COSTO PONDERADO DE CAPITAL CPPK						
DESCRIPCION	INVERSION	% PARTICIPACION	COSTO	ESCUDO FISCAL	COSTO FINAL	CPPK
Recursos Propios	\$ 5.245	40%	25%		25%	11,75%
Prestamos Bancarios	\$ 8.000	60%	17%	-6,8%	10,20%	5,40%
TOTAL	\$ 13.245	100%				17,15%

4.5.2 Escenario Pesimista

Para este escenario se utilizo el supuesto de un decrecimiento del 10% de las ventas y manteniendo un incremento del 3% en los precios por la inflación.

FLUJO DE CAJA (ESCENARIO PESIMISTA DECRECIMIENTO EN VENTAS 10%)						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversiones	\$ 4.845					
Activos Fijos	\$ 8.400					
INVERSION TOTAL	\$ (13.245)					
FLUJO OPERATIVO						
Ventas		\$ 22.837	\$ 24.664	\$ 26.637	\$ 28.768	\$ 31.070
INGRESOS		\$ 22.837	\$ 24.664	\$ 26.637	\$ 28.768	\$ 31.070
Servicios básicos		\$ 348	\$ 376	\$ 406	\$ 438	\$ 473
Gastos Administrativos		\$ 2.160	\$ 2.333	\$ 2.519	\$ 2.721	\$ 2.939
Gastos de Ventas		\$ 3.600	\$ 3.888	\$ 4.199	\$ 4.535	\$ 4.898
Menaje		\$ 734	\$ 793	\$ 857	\$ 925	\$ 999
Decoración del local		\$ 250	\$ 270	\$ 291	\$ 314	\$ 340
Depreciaciones		\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172
EGRESOS		\$ 9.264	\$ 9.831	\$ 10.444	\$ 11.106	\$ 11.820
FLUJO ANTES DE IMPUESTOS	-	\$ 13.573	\$ 14.833	\$ 16.193	\$ 17.663	\$ 19.249
Impuestos para trabajadores		\$ 2.036	\$ 2.225	\$ 2.429	\$ 2.649	\$ 2.887
Impuesto a la renta		\$ 2.884	\$ 3.152	\$ 3.441	\$ 3.753	\$ 4.090
FLUJO DE CAJA DESPUES DE IMPUESTOS	-	\$ 8.653	\$ 9.456	\$ 10.323	\$ 11.260	\$ 12.271
Depreciaciones		\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172	\$ 2.172
FLUJO OPERACIONAL	-	\$ 10.825	\$ 11.628	\$ 12.495	\$ 13.432	\$ 14.443
VALOR RESIDUAL						\$ 4.200
FLUJO DEL PROYECTO	\$ (13.245)	\$ 10.825	\$ 11.628	\$ 12.495	\$ 13.432	\$ 18.643

VAN	\$ 20.865,06	TIR	84,90%
------------	--------------	------------	--------

Tasa de corte: 25%

FINANCIAMIENTO BANCARIO						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DEL PROYECTO	\$ (13.245)	\$ 10.825	\$ 11.628	\$ 12.495	\$ 13.432	\$ 18.643
Préstamo bancario	\$ 8.000					
Pago de Capital		\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.600
Pago intereses		\$ 1.360	\$ 1.088	\$ 816	\$ 544	\$ 272
EFICIENCIA FLUJO SOBRE INTERES (GASTO* IMPUESTO)		\$ 544	\$ 435	\$ 326	\$ 218	\$ 109
FLUJO BENEFICIO INVERSIONISTA	\$ (5.245)	\$ 8.409	\$ 9.375	\$ 10.405	\$ 11.505	\$ 16.880

VAN	\$ 28.994,51	TIR	170,57%
------------	--------------	------------	---------

Tasa de corte CPPK:17,15%

COSTO PONDERADO DE CAPITAL CPPK						
DESCRIPCION	INVERSION	% PARTICIPACION	COSTO	INFLACION	COSTO ESCUDO FISCAL	CPPK
Recursos Propios	\$ 5.245	40%	25%		25%	11,75%
Prestamos Bancarios	\$ 8.000	60%	17%	-6,8%	10,20%	5,40%
TOTAL	\$ 13.245	100%				17,15%

4.6 Análisis de resultados

De los resultados que se obtuvieron de las proyecciones realizadas, se puede concluir lo siguiente:

- Al realizar un aporte de capital propio, se reduce el gasto financiero y de esta manera se incrementa la utilidad del negocio, debido a que no se realizan egresos de dinero para el pago de la deuda.
- El análisis se lo realizó considerando un 50% de utilización de la capacidad instalada, lo cual genero ingresos anuales de \$23,296.57.
- Para calcular el VAN se utilizó una tasa de descuento del 20%, obteniendo como resultado \$ 21,758.45, que al ser positivo se considera al proyecto como exitoso.
- Las simulaciones realizadas en los escenarios pesimista, normal y optimista, también generaron resultados positivos en el flujo de caja.

CONCLUSIONES

El plan de negocios presentado en esta monografía, se realizó con el objetivo de analizar la viabilidad de la creación del complejo para fiestas infantiles “Party Time”, obteniendo resultados positivos, demostrando que si es factible la implementación de la empresa que se analizó, siendo el beneficio mayor que los costos en los que se van a incurrir.

Se plantearon 3 escenarios, optimista con el incremento de las ventas en un 10%, pesimista con un decrecimiento de las ventas en un 10% y un escenario normal, y también se obtuvieron resultados positivos, en el escenario pesimista se obtuvo un VAN de \$ 20,865.06, en el escenario normal se registro un VAN de \$ 21,758.45 y en el escenario optimista se obtuvo un VAN de \$28,791.88.

En estos 3 escenarios se consideraron una tasa de descuento del 25%, y una tasa de inflación del 3% en los costos y en las proyecciones de las ventas.

Se realizó un estudio de mercado Para determinar si en el sector de la Empresa Eléctrica existe demanda para el complejo de fiestas infantiles “Party Time”, en las parroquias de Totoracocha y Cañaribamba, en las Escuelas, iglesias y locales comerciales del sector, para conocer las opiniones de los potenciales demandantes del servicio, y sobre todo obtener una muestra heterogénea en las encuestas realizadas, la respuesta que se obtuvo el 65% de aceptación, por lo que se considera viable la creación del local para fiestas infantiles “Party Time” en este sector.

A través del estudio de mercado se pudo obtener información sobre la experiencia de varios padres de familia que realizaron fiestas en locales similares en la ciudad de Cuenca, conociendo los gustos y preferencias de los demandantes.

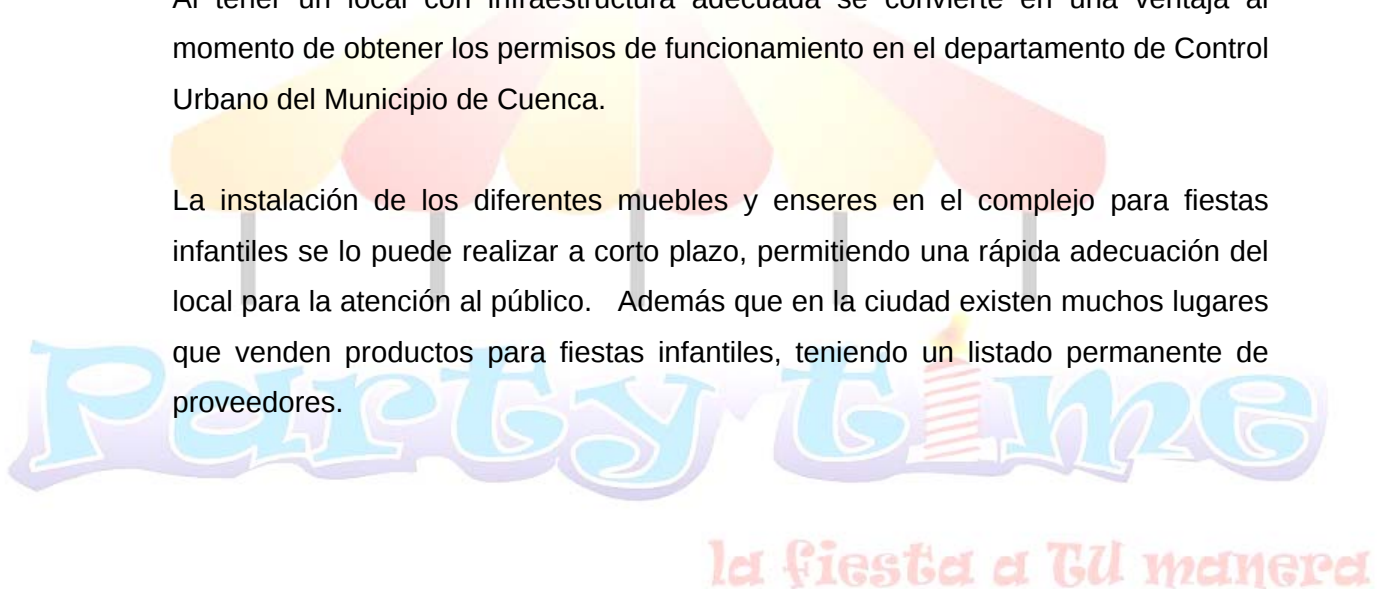
En el estudio de mercado se realizó una investigación de la competencia que se tiene en la ciudad, obteniendo información sobre la infraestructura del local, refrigerios y servicios que se ofertan, precios, etc.

En la encuesta realizada se presentó la estrategia del local “La fiesta a tu manera”, que consiste en ofrecer a los padres de familia la alternativa de crear una fiesta de acuerdo a su presupuesto, eligiendo varias opciones de un listado de refrigerios y actividades ofertados por la empresa, obteniendo como resultado una fiesta infantil con todos los elementos necesarios basado en su presupuesto.

El terreno en el que va a funcionar el complejo para fiestas infantiles “Party Time” es de una superficie de 300 m², en donde se pueden instalar varios juegos infantiles, cancha de mini fútbol, y también se puede construir un salón para el normal desarrollo de la fiesta infantil, y para la seguridad de los padres de familia, se adecuará un espacio para un parqueadero interno.

Al tener un local con infraestructura adecuada se convierte en una ventaja al momento de obtener los permisos de funcionamiento en el departamento de Control Urbano del Municipio de Cuenca.

La instalación de los diferentes muebles y enseres en el complejo para fiestas infantiles se lo puede realizar a corto plazo, permitiendo una rápida adecuación del local para la atención al público. Además que en la ciudad existen muchos lugares que venden productos para fiestas infantiles, teniendo un listado permanente de proveedores.



RECOMENDACIONES

Después de revisar los resultados obtenidos en el análisis financiero, se recomienda a los inversionistas que se lleve a cabo el proyecto, al considerarlo rentable, según las proyecciones realizadas.

Se debería trabajar con el escenario normal, para que se siga una línea conservadora con respecto a los ingresos que se proyectan, y si se quiere tener una proyección aún más conservadora se recomienda trabajar con el escenario pesimista, debido a que según los resultados obtenidos bajo estos parámetros el proyecto es rentable para los inversionistas.

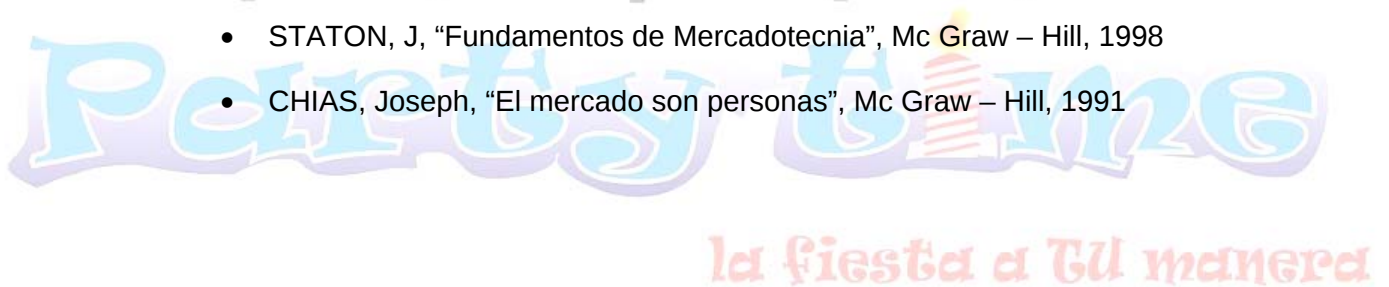
Otro factor que influye en la recomendación a los inversionistas para que sigan adelante con el proyecto, es la aceptación de este servicio en el mercado potencial, porque la propuesta es novedosa, además de que se ajusta al presupuesto del padre de familia que puede tener diferentes niveles de ingresos y de esta manera se puede cubrir obtener una mayor demanda.

Al tener un terreno propio se puede realizar con mayor facilidad las adecuaciones para el complejo de fiestas infantiles, y la superficie del terreno es grande, razón por la cual se pueden instalar varios tipos de juegos infantiles, y de esta manera se presentará una mayor variedad de entretenimiento para los niños que están invitados a la fiesta.

En la ciudad se tienen varios proveedores de artículos para fiestas infantiles, siendo una ventaja estratégica, porque se pueden tener alternativas tanto en precios como en productos.

BIBLIOGRAFÍA

- GOMEZ, Guillermo, "Planificación y organización de empresas", Octava Edición Editorial Mc Graw – Hill, 1995.
- CHIAVENATO, Idalberto, "Introducción a la teoría general de la Administración", Segunda Edición, Editorial Mc Graw – Hill, 1981.
- ARNAL LOSILLA, José Carlos "Creación de empresas: los mejores textos" Primera Edición, Editorial Ariel, 2003
- GRAHAM, Friend, "Como diseñar un plan de negocios" Primera Edición Editorial The Economist, 2008.
- KINNEAR, Thomas C., TAYLOR James R., "Investigación de mercados, un enfoque aplicado" , Editorial Mc Graw – Hill.
- VANEGAS, Paúl, "Formulación de pequeños proyectos Rurales", Primera Edición, Artes Gráficas Patria, 2006.
- SAPAG, Nassir, "Estructura económica de mercado, planificación de mercado" Tercera Edición Editorial Mc - Graw Hill, 1998
- STATON, J, "Fundamentos de Mercadotecnia", Mc Graw – Hill, 1998
- CHIAS, Joseph, "El mercado son personas", Mc Graw – Hill, 1991



ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA

Reciba un cordial saludo, la presente encuesta tiene como objeto conocer los gustos y preferencias para la organización de fiestas infantiles, por lo cual solicitamos a Usted se sirva responder las siguientes preguntas

1. Tiene ud niños entre las edades de 1 - 9 años? Si su respuesta es negativa, le agradecemos por su gentileza.

SI ☐

NO ☐

2. Usted a realizado una fiesta infantil en un local dedicado para estos eventos? Si su respuesta es negativa, le agradecemos por su gentileza.

SI ☐

NO ☐

3. Indique el nombre del local *:

* En el caso de ser más de un nombre llenar otra encuesta

4. Califique la infraestructura del local

EXCELENTE
MUY BUENO
BUENO

☐
☐
☐

REGULAR
PESIMO

☐
☐

5. Califique el servicio del local

EXCELENTE
MUY BUENO
BUENO

☐
☐
☐

REGULAR
PESIMO

☐
☐

6. Que refrigerio recibió en el local?

Pastel
Vaso de cola
Canguil
Algodón de azúcar

☐
☐
☐
☐

Hot dog
Papás fritas
Helado

☐
☐
☐

Otro: _____

Pizza

☐

7. Que actividades se realizaron en la fiesta

8. Ud. Contrataría los servicios de este local otra vez?

SI ☐

NO ☐

Por que?: _____

9. Para cuantos niños contrato este servicio?

10. Cual fue el precio que tuvo que cancelar por este servicio?

11. Como califica el precio del local que contrato?

MUY ELEVADO

☐

MODERADO

☐

BAJO

☐

la fiesta a tu manera

12. Marque las razones por las que contrataría un local de fiestas infantiles?

Falta de tiempo para la organización

Su domicilio no cuenta con el espacio suficiente

Comodidad

Otros:

13. Si a Ud. Le ofrecieran el servicio de un local para fiestas infantiles en el Sector de la Empresa Eléctrica, lo contrataría?

SI ☐

NO ☐

Por que?

14. De las siguientes alternativas para fiestas infantiles, escoja la que le motivaría para contratar un local para fiestas infantiles

El local de fiestas infantiles,

☐

Tenga alternativas ya establecidas

El local de fiestas infantiles

☐

me permite personalizar la fiesta y ajustarlo a mi presupuesto.

15. Estaría de acuerdo a cancelar los siguientes valores por los servicios y alimentación?

REFRIGERIO	VALOR	SI	NO
Hot dog + vaso de cola	\$ 0.80		
Hamburguesa + vaso de cola	\$ 0.80		
Porción de pizza + vaso de cola	\$ 1.00		
Porción de canguil	\$ 0.30		
Algodón de azúcar	\$ 0.40		
Vasos de gelatina	\$ 0.30		
Papas fritas	\$ 0.30		

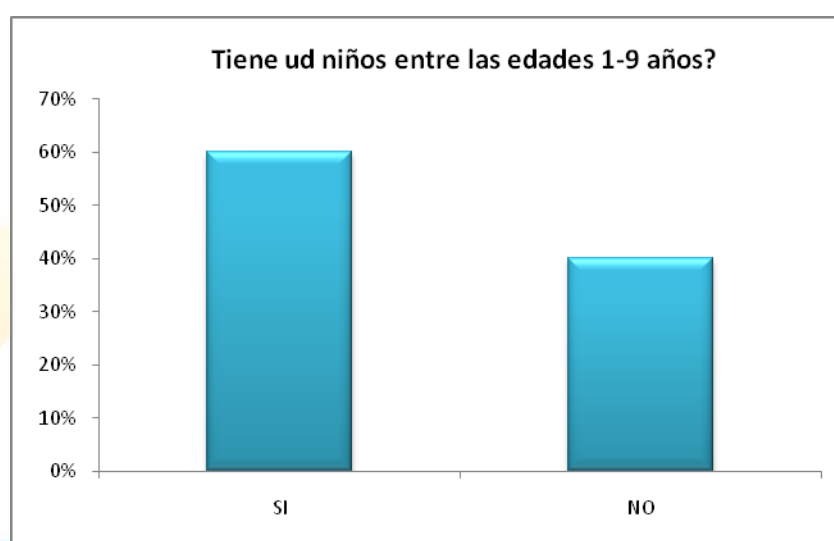
SERVICIO	VALOR	SI	NO
Caritas Pintadas	\$ 0.60		
Animación 1 persona	\$ 60.00		
1 persona adicional	\$ 40.00		
Sorpresas	\$ 2.00		
Piñata	\$ 20.00		

Anexo 2

Análisis de los resultados

1. Tiene ud niños entre las edades de 1 - 9 años? Si su respuesta es negativa, le agradecemos por su gentileza.

SI	NO
60%	40%



De la encuesta realizada se pudo observar que el 60% de las personas de las parroquias de Totoracocha y Cañaribamba tienen niños entre las edades de 1 a 9 años.

2. Usted ha realizado una fiesta infantil en un local dedicado para estos eventos? Si su respuesta es negativa, le agradecemos por su gentileza.

SI	NO
55%	45%

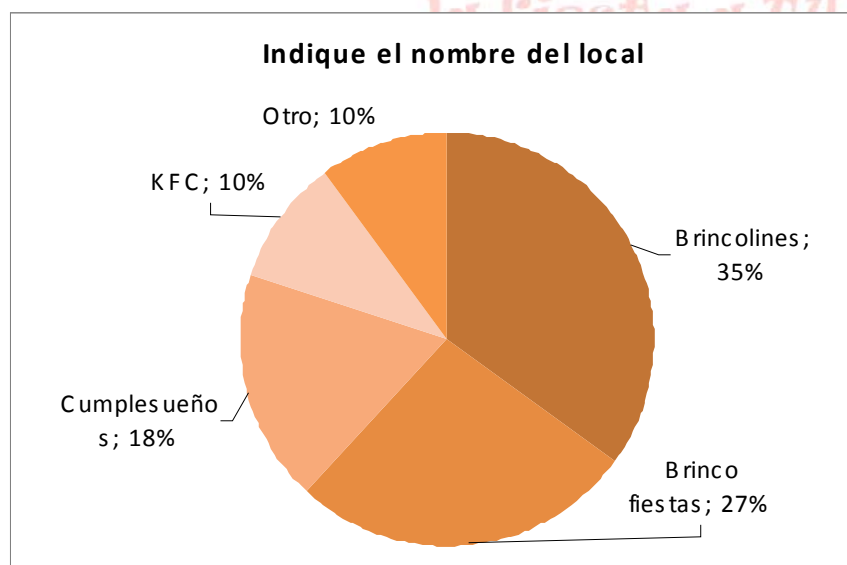


El 55% de las personas que tienen niños entre las edades de 1 a 9 años, han realizado las fiestas infantiles en un local dedicado para este tipo de eventos, por lo cual se puede considerar que pueden convertirse en clientes potenciales de “Party Time”.

3. Indique el nombre del local*

- En el caso de ser más de un nombre llenar otra encuesta

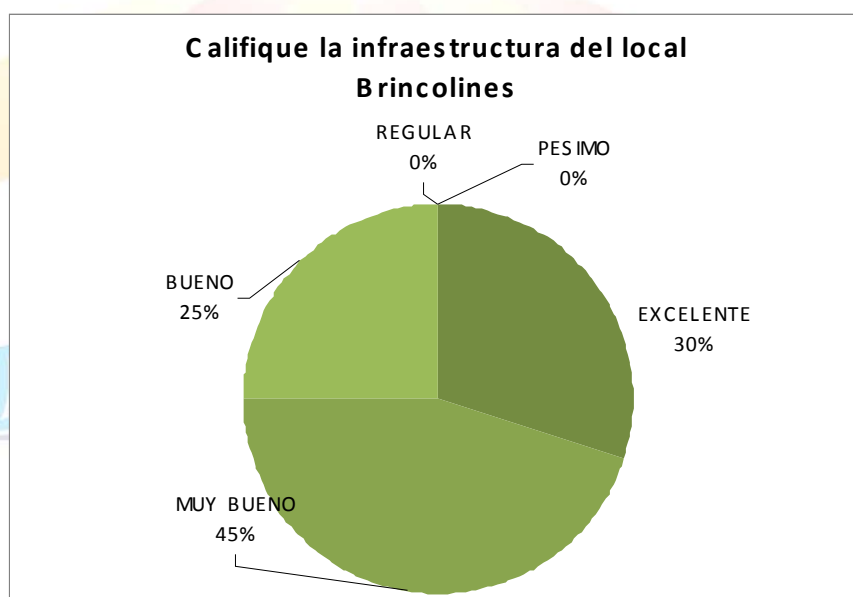
Brincolines	35%
Brinco fiestas	27%
Cumplesueños	18%
KFC	10%
Otro	10%



En la encuesta se pudo observar la preferencia de las personas, ubicándose en el primer lugar el local Brincolines con el 35%, luego Brincofiestas el 27%, Cumple sueños 18%, y KFC 10% y otros lugares que no tienen una representación mayoritaria se los ubico en la sección otros con el 10%.

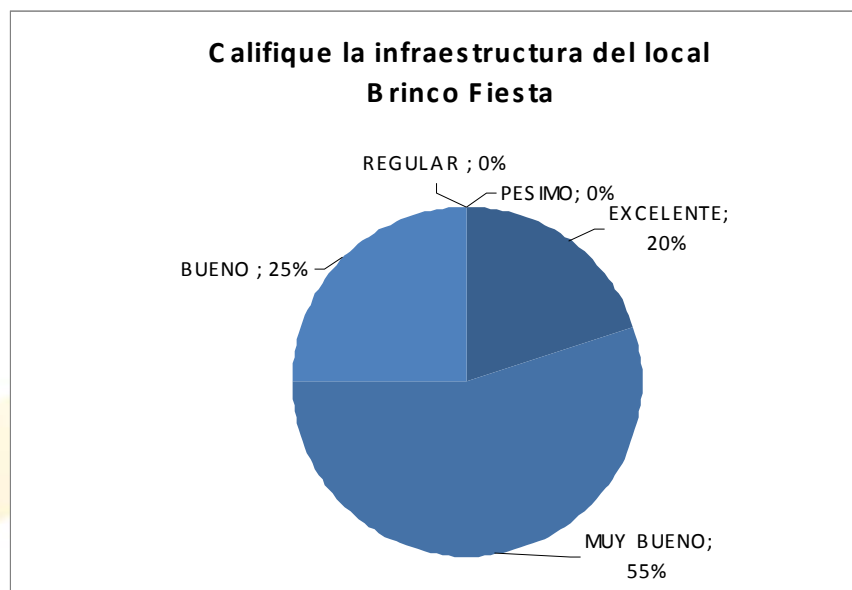
4. Califique la infraestructura del local

BRINCOLINES	
EXCELENTE	30%
MUY BUENO	45%
BUENO	25%
REGULAR	0%
PESIMO	0%



Los encuestados calificaron al local de Brincolines de la siguiente manera: 30% Excelente, 45% muy bueno y 25% bueno.

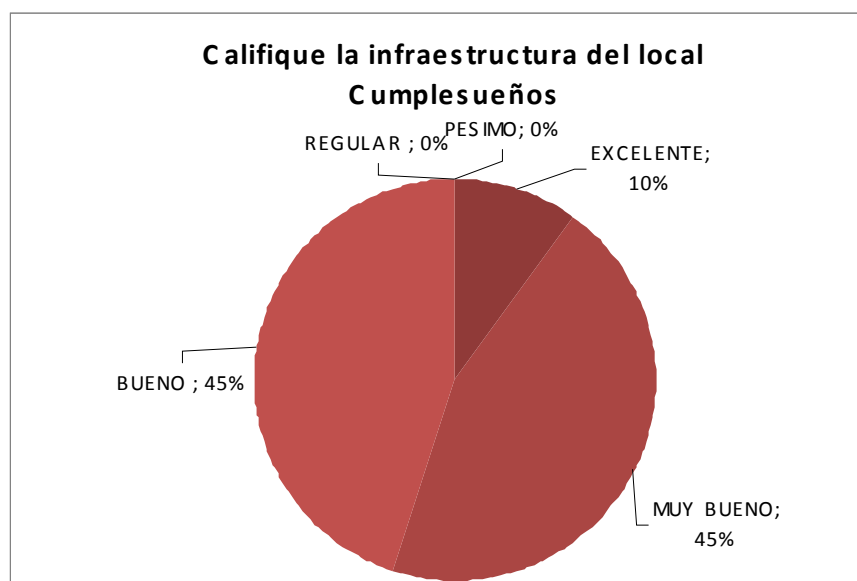
BRINCO FIESTA	
EXCELENTE	20%
MUY BUENO	55%
BUENO	25%
REGULAR	0%
PESIMO	0%



Al local Brinco fiesta los encuestados calificaron de la siguiente manera: 20% excelente, 55% muy bueno, 25% bueno.

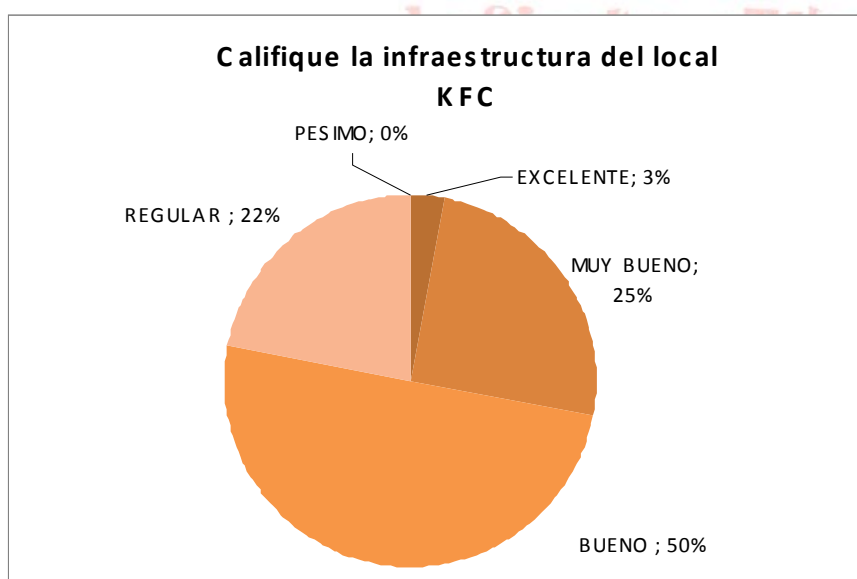
CUMPLESUEÑOS	
EXCELENTE	10%
MUY BUENO	45%
BUENO	45%
REGULAR	0%
PESIMO	0%

la fiesta a tu manera



El local Cumplesueños tuvo la siguiente calificación, 10% excelente, 45% muy bueno, 45% bueno.

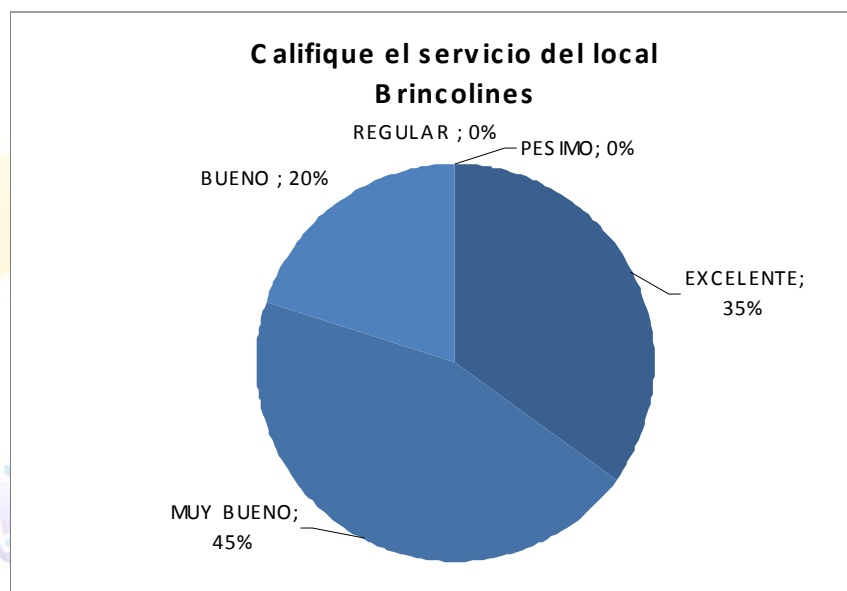
KFC	
EXCELENTE	3%
MUY BUENO	25%
BUENO	50%
REGULAR	22%
PESIMO	0%



Los encuestados dieron la siguiente calificación al local del KFC: 3% excelente, 25% muy bueno, 50% bueno y el 22% regular.

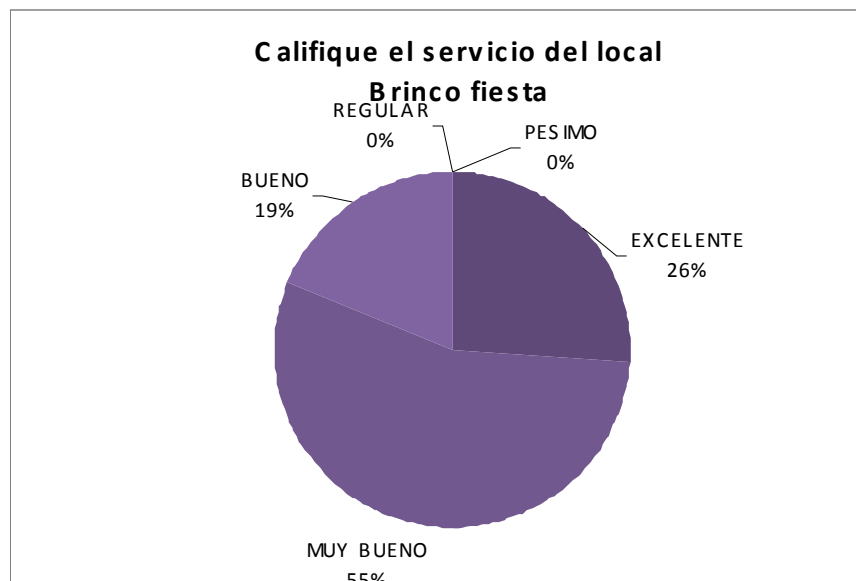
5. Califique el servicio del local

BRINCOLINES	
EXCELENTE	35%
MUY BUENO	45%
BUENO	20%
REGULAR	0%
PESIMO	0%



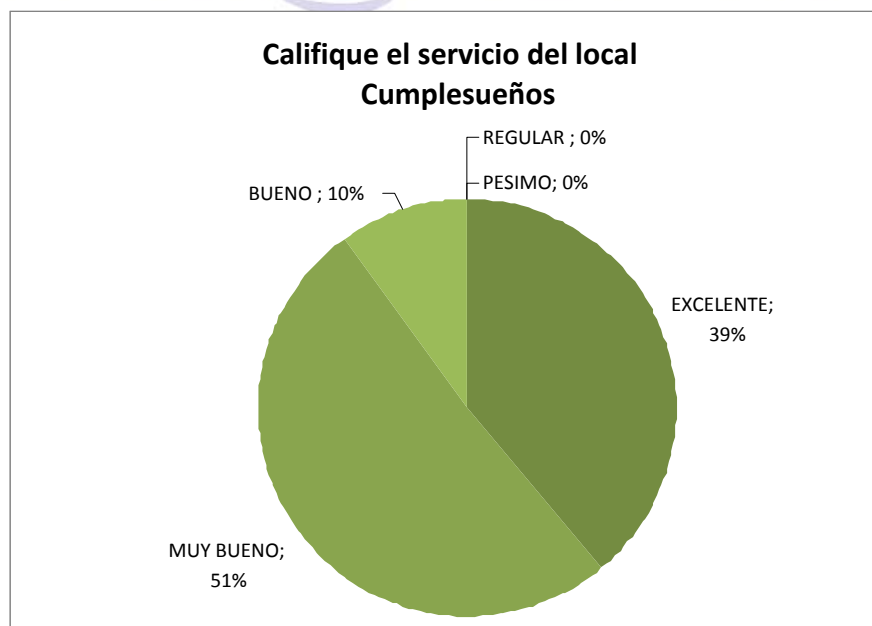
El servicio brindado en Brincolines registró la siguiente calificación de los encuestados: 35% excelente, 45% muy bueno, 20% bueno.

BRINCOFIESTA	
EXCELENTE	26%
MUY BUENO	55%
BUENO	19%
REGULAR	0%
PESIMO	0%



Los encuestados calificaron el servicio de Brincofiesta de la siguiente manera:
26% excelente, 55% muy bueno, 19% bueno.

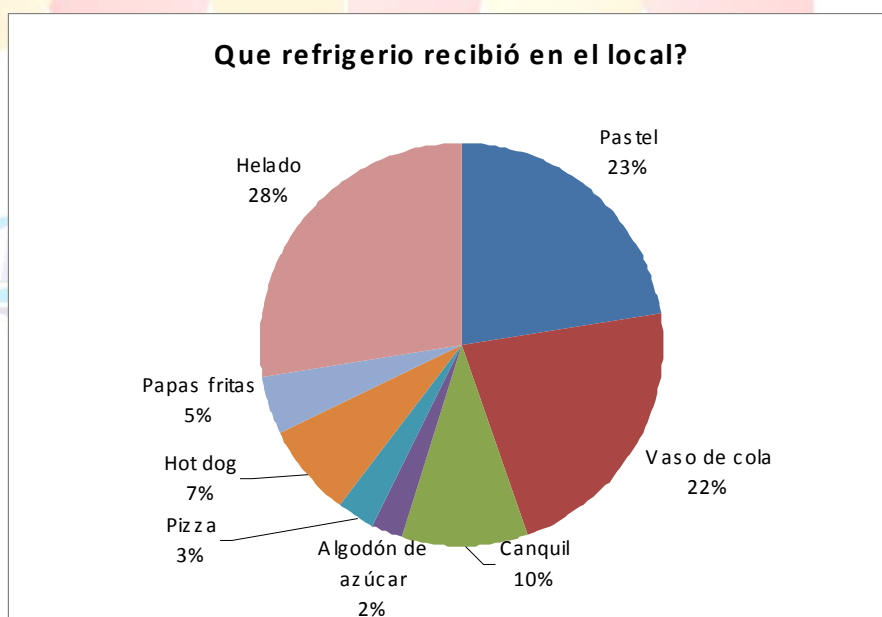
CUMPLESUEÑOS	
EXCELENTE	39%
MUY BUENO	51%
BUENO	10%
REGULAR	0%
PESIMO	0%



El servicio del local de Cumpleaños tuvo la siguiente calificación: 39% excelente, 51% muy bueno, 10% bueno.

6. Que refrigerio recibió en el local?

Pastel	45%
Vaso de cola	45%
Canguil	20%
Algodón de azúcar	5%
Pizza	6%
Hot dog	15%
Papas fritas	10%
Helado	55%



En las encuestas se pudo observar que en el refrigerio que se recibió en el local para fiestas infantiles están los siguientes: 28% helado, 23% pastel, 22% vaso de cola, 10% canguil, 7% hot dog, 5% papas fritas, 3% pizza y el 2% algodón de azúcar.

7. Que actividades se realizaron en la fiesta

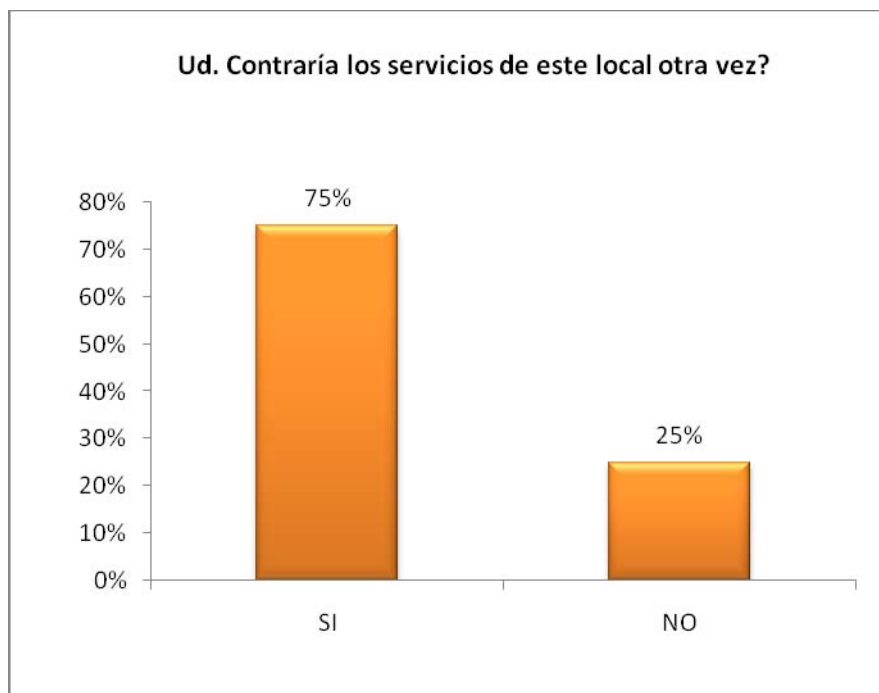
Globoflexia	25%
Caritas pintadas	56%
Función de títeres	10%
Hora loca	5%
Otros	4%



Las actividades más comunes que se realizaron en las fiestas son: 56% caritas pintadas, 25% globoflexia, 10% función de títeres, 5% hora local, y entre otras actividades que no tuvieron una representatividad en la encuesta se los ubico dentro de la categoría de otros 4%.

8. Ud. Contrataría los servicios de este local otra vez?

SI	NO
75%	25%



Del 100% de los encuestados que contrataron el servicio de un local para fiestas infantiles, respondieron que el 75% volvería a contratar el local.

9. Para cuántos niños contrato este servicio?

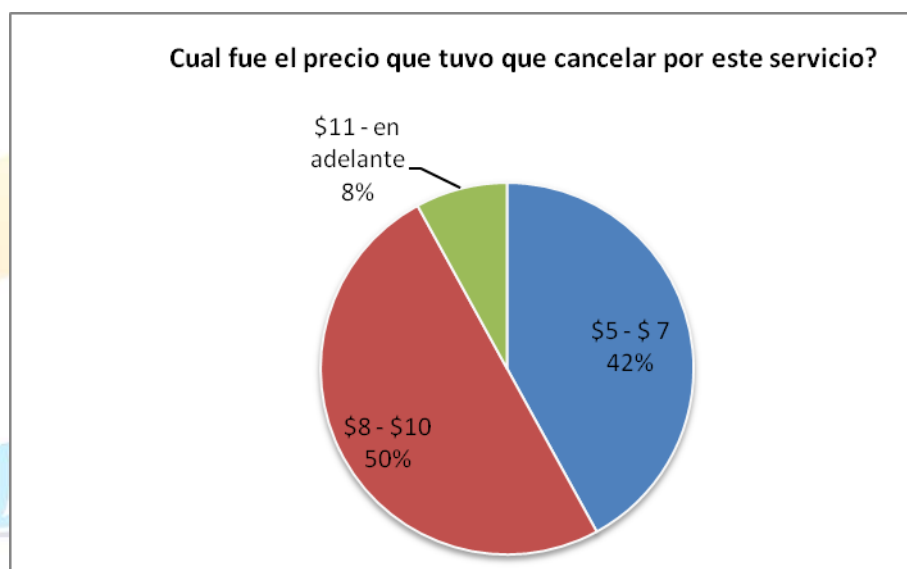
No. NIÑOS	TOTAL
15 - 25	35%
26 - 35	55%
36 - 45	10%



El número de niños para los que se contrataron los locales para fiestas infantiles fueron: 15 a 25 niños 35%, 26 a 35 niños 55%, y de 36 a 45 niños 10%.

10. Cual fue el precio que tuvo que cancelar por este servicio?

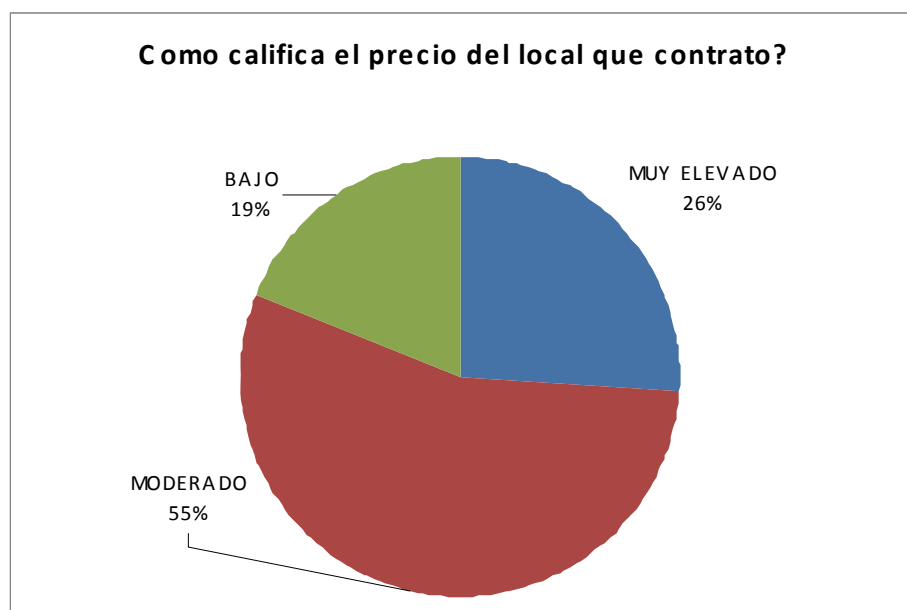
PRECIO POR NINO	TOTAL
\$5 - \$ 7	42%
\$8 - \$10	50%
\$11 - en adelante	8%



El 50% de los encuestados cancelo un precio entre \$ 8 - \$10 por niño, el 42% entre \$5 - \$7, y el 8% de \$11 en adelante.

11. Como califica el precio del local que contrato?

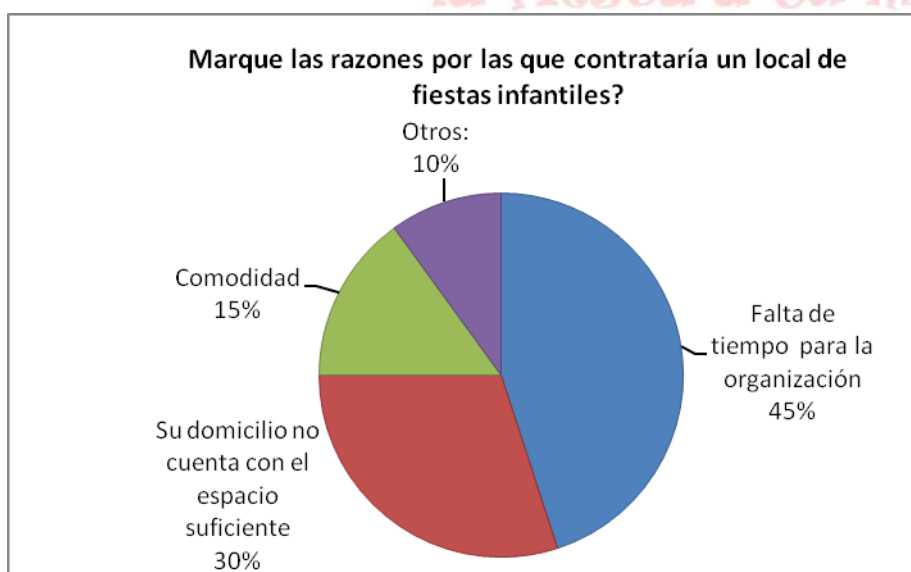
MUY ELEVADO	26%
MODERADO	55%
BAJO	19%



A los encuestados se les pregunto como calificaban el precio contratado por la fiesta infantil y los resultados fueron: 55% moderado, 26% muy elevado, y el 19% bajo.

12. Marque las razones por las que contrataría un local de fiestas infantiles?

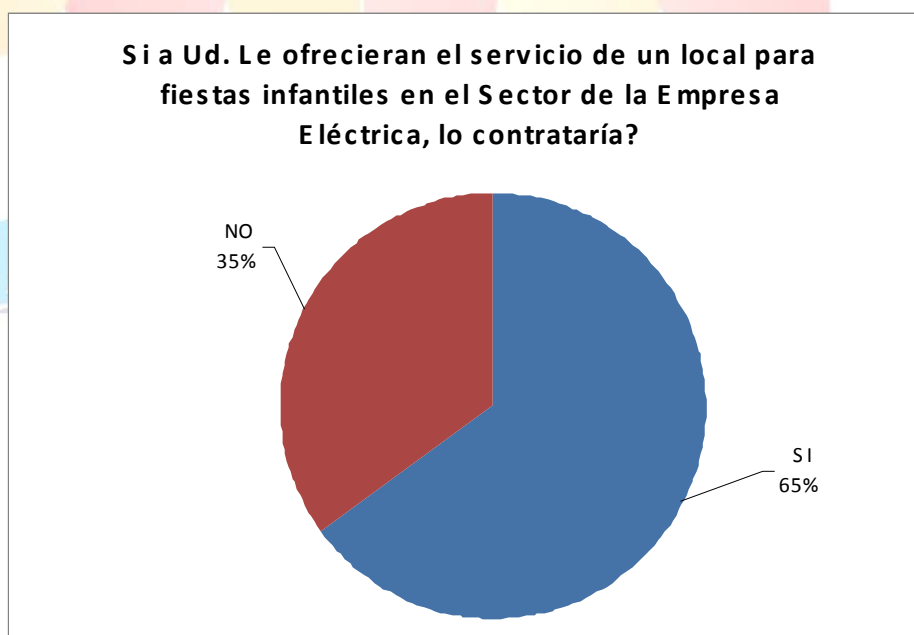
Falta de tiempo para la organización	45%
Su domicilio no cuenta con el espacio suficiente	30%
Comodidad	15%
Otros:	10%



Dentro de las razones que influyen en los demandantes para contratar un local para fiestas infantiles, se obtuvo la siguiente respuesta: falta de tiempo para la organización 45%, el domicilio no cuenta con el espacio suficiente 30%, comodidad 15% y dentro de otros se ubicaron varias respuestas que no fueron significativas y que agrupadas dieron un resultado del 10%.

13. Si a Ud. Le ofrecieran el servicio de un local para fiestas infantiles en el Sector de la Empresa Eléctrica, lo contrataría?

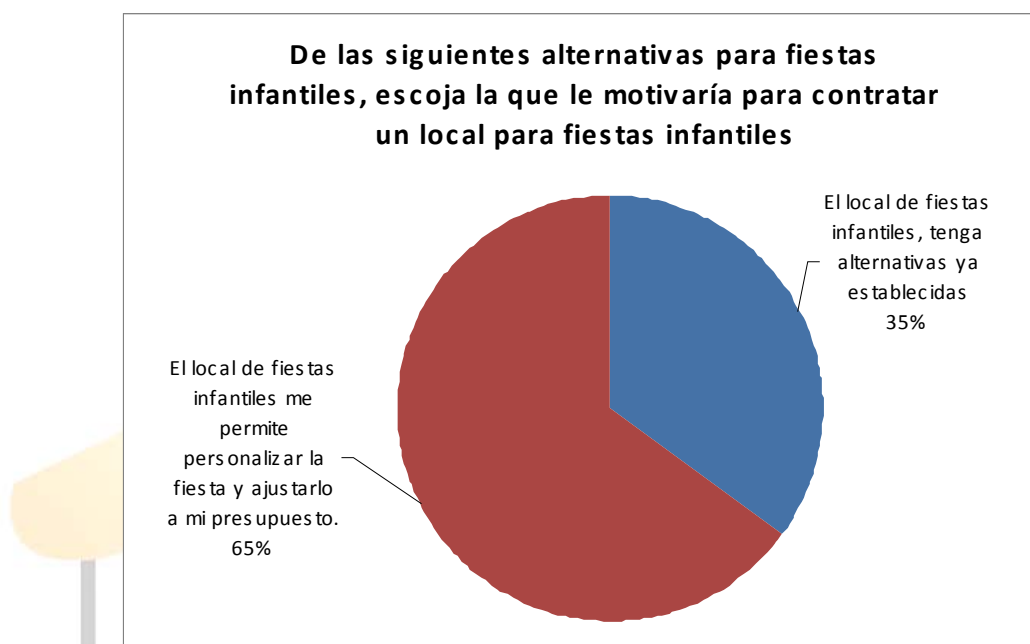
SI	65%
NO	35%



Para conocer la aceptación potencial del local para fiestas infantiles “Party Time” en el sector de la Empresa Eléctrica se obtuvo una aceptación del 65%, y con una negativa del 35%.

14. De las siguientes alternativas para fiestas infantiles, escoja la que le motivaría para contratar un local para fiestas infantiles

El local de fiestas infantiles, tenga alternativas ya establecidas	35%
El local de fiestas infantiles me permite personalizar la fiesta y ajustarlo a mi presupuesto.	65%

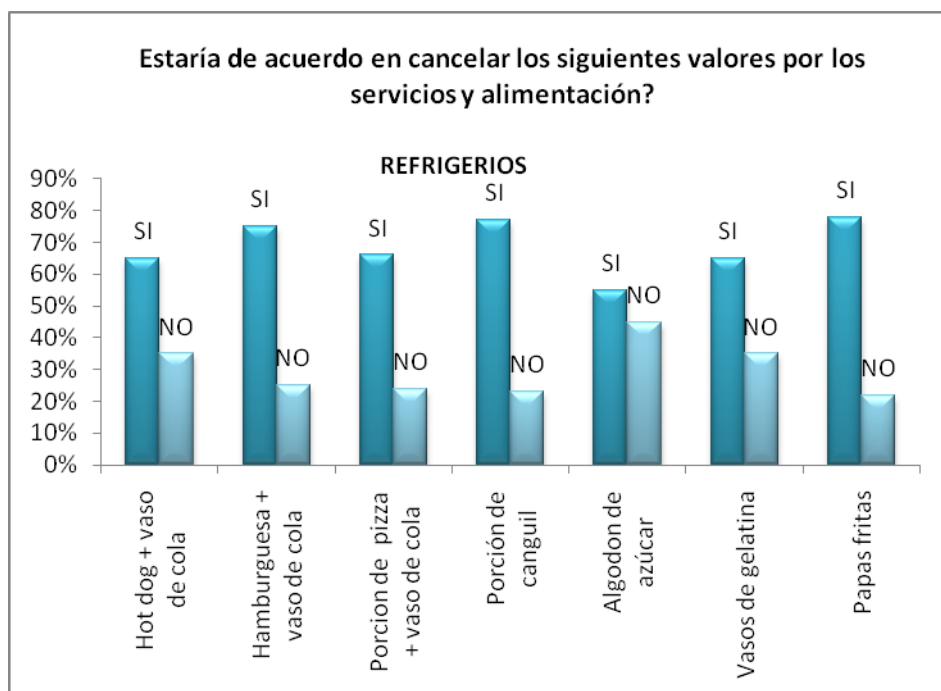


El 65% de las personas encuestadas prefieren un local para fiestas infantiles que les permita personalizar y ajustar la fiesta infantil de acuerdo a su presupuesto, y el 35% prefieren tener paquetes de servicios y refrigerios ya establecidos por el local.

la fiesta a tu manera

15. Estaría de acuerdo en cancelar los siguientes valores por los servicios y alimentación?

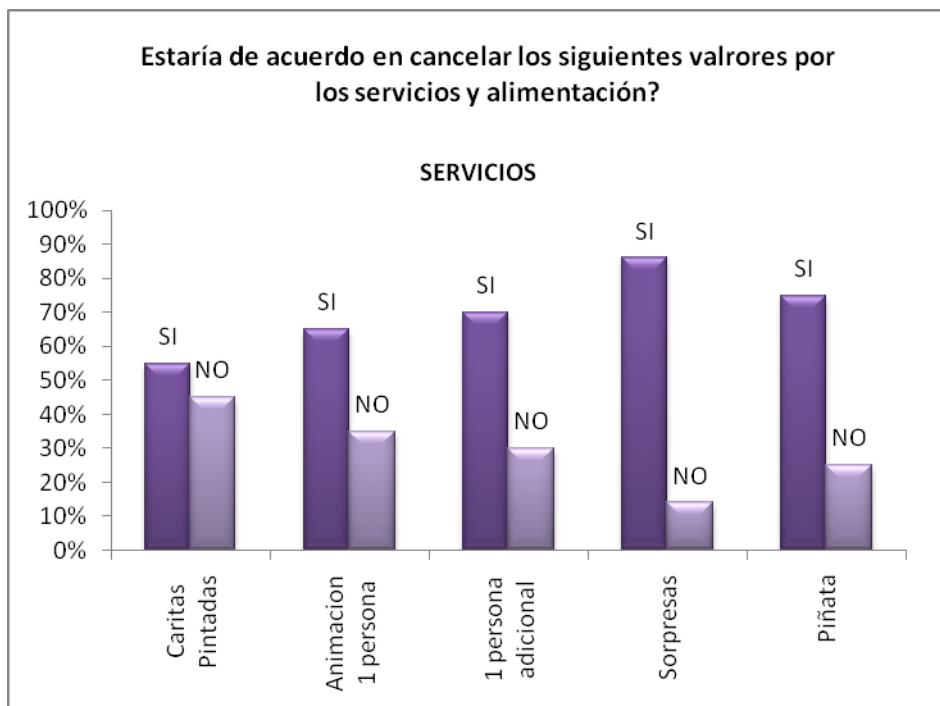
REFRIGERIO	SI	NO
Hot dog + vaso de cola	65%	35%
Hamburguesa + vaso de cola	75%	25%
Porción de pizza + vaso de cola	66%	24%
Porción de canguil	77%	23%
Algodón de azúcar	55%	45%
Vasos de gelatina	65%	35%
Papas fritas	78%	22%



Los precios que se presentaron en la encuesta son similares a los de la competencia por lo tanto se tuvo una aceptación en todos los precios de los diferentes refrigerios que se van a ofertar.

SERVICIOS	SI	NO
Caritas Pintadas	55%	45%
Animación 1 persona	65%	35%
1 persona adicional	70%	30%
Sorpresas	86%	14%
Piñata	75%	25%

fiesta a tu manera



Los precios de los servicios ofertados también tuvieron aceptación por los encuestados.

Party time

la fiesta a tu manera



Cuenca, 16 de diciembre del 2008.

Economista

Luis Mario Cabrera

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Ciudad

Señor Decano

Yo, Jessica Morales Iglesias alumna del decimo ciclo de la Escuela de Economía, me dirijo a Usted y por su intermedio al Consejo de Facultad, para solicitarle la aprobación del diseño de monografía presentado con el tema: Análisis de la factibilidad financiera para la creación del complejo para fiestas infantiles "Party Time"; como requisito previo para la obtención del título de economista, así como, la asignación del director correspondiente.

Por lo que me permito sugerirle el nombre del Econ. Lenin Zúñiga, como director de tesis, por cuanto ha sido la persona que me ha brindado su asistencia, y por contar con su valiosa aceptación.

Por la acogida que sepa dar a la presente, anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

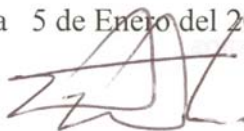
Jessica Paola Morales Iglesias.

Cod 21442

SR.DR.ROMEL MACHADO CLAVIJO SECRETARIO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION.

CERTIFICO .Que, El H. Consejo de Facultad en sesión del 19 de Diciembre conocio el informe del señor profesor de la Junta Academica de la Escuela de Economia de la señorita Jessica Paola Morales Iglesias en base a esta ,aprobo la denuncia de la Monografía con el tema. ANALISIS DE LA FACTIVILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACION DEL COMPLEJO PARA FIESTAS INFANTILES "PARTY TIME" se ratifica como Director al Economista Lennin Zuñiga Condo y como miembro del Tribunal al Señor Economista Vladimir ProañoRivera la denunciante tiene un plazo minimo de un mes , y un máximo de cuatro meses contados a partir de la fecha de aprobación, es decir hasta el 19 de abril del 2009.

Cuenca 5 de Enero del 2009 .



Cuenca, 17 de diciembre del 2008

Economista

Luis Mario Cabrera G.

DECANO DE LA FACULTAD

Su despacho

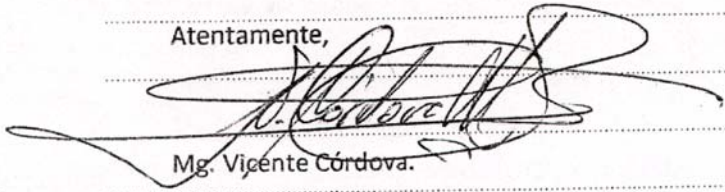
De mi consideración:

Me permito informar que el diseño de monografía denominado: Análisis de la factibilidad financiera para la creación del complejo para fiestas infantiles "Party Time" realizado por la egresada de la Escuela de Economía Jessica Morales Iglesias, cumple con todas las condiciones teóricas y metodológicas requeridas dentro del método inductivo deductivo utilizado para la planificación de la investigación.

El enfoque con el que se va a realizar la investigación es original metodológicamente se adecua con los métodos inductivo y deductivo, a través de la formulación de hipótesis realizadas coherentemente con el marco teórico, los problemas y objetivos de la investigación.

Por lo anotado anteriormente recomiendo la aprobación del presente diseño y el nombramiento de un director conocedor del tema.

Atentamente,


Mg. Vicente Córdova.


Econ. Lenin Zúñiga



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Economía

**ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA
CREACIÓN DEL COMPLEJO PARA FIESTAS INFANTILES "PARTY
TIME"**

Monografía previa a la obtención del título de Economista

Autor; Jessica Morales I.

Director: Econ. Lenín Zuñiga C.

CUENCA – ECUADOR

2008



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

1- TEMA DE MONOGRAFIA

Análisis de la factibilidad financiera para la creación del complejo para fiestas infantiles "Party Time"

2- SELECCIÓN Y DELIMITACION DEL TEMA

Este tema ha sido seleccionado con la finalidad de analizar la factibilidad financiera de la creación de un complejo para fiestas infantiles, la ubicación geográfica está previsto alrededor del sector de la Empresa Eléctrica.

El contenido de esta monografía se desarrollará dentro de la cátedra de proyectos, ya que se realizará un análisis del entorno del negocio, análisis del mercado, nicho de mercado al cual va a estar dirigido el proyecto. Además de conocer a la competencia actual y la estrategia que se utilizará para llegar al cliente final.

3- DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Durante los últimos años se ha registrado un crecimiento de la población de la ciudad de Cuenca, entre las edades de los 5 hasta los 10 años según datos obtenidos del INEC, lo que ha generado un incremento en la demanda de servicios especializados, como es el caso de organización de eventos, para este sector de la población.

Otro factor que ha tenido una variación es la demanda de viviendas o departamentos, pero por la ubicación geográfica de la ciudad de Cuenca y por el alto costo de vida, los constructores se han visto en la necesidad construir viviendas con precios económicos, compensados con un espacio de construcción mucho menor, sacrificando el área social de la vivienda.

Complementariamente, la dolarización permite tener una economía estable en el nivel de ingresos y por ende, los padres de familia pueden apalancar los gastos que implican la organización de eventos sociales.

4- PROBLEMATIZACIÓN

Problema general

Con el paso de los años la población a generado nuevas necesidades, y esto se ve reflejado en un crecimiento de la demanda de servicios, como es el caso de la organización de eventos, sean estos: matrimonios, bautizos, cumpleaños, y de manera especial fiestas infantiles.

Además cabe indicar que no existe un lugar apropiado en el cual brinde servicios de alimentación, entretenimiento además de tener una logística adecuada, que cuente con seguridad y con la infraestructura necesaria para brindar un servicio de calidad.

Problemas específicos

- No se ha desarrollado un plan de negocios adecuado para este negocio.
- En otros lugares que organizan fiestas infantiles no cuentan con todos los servicios para la organización.
- No esta definida la estrategia comercial que se va a utilizar para este negocio.
- Todavía no se conoce cual es la rentabilidad del negocio.

5- OBJETIVO

Objetivo General

Realizar un plan de negocios para analizar la viabilidad financiera de crear un local para fiestas infantiles, en el sector de la Empresa Eléctrica.

Objetivos específicos

- Realizar el plan de negocios
- Analizar a la competencia que existe en el mercado.
- Establecer la estrategia comercial que se va a utilizar.
- Determinar la rentabilidad del negocio.

6- JUSTIFICACION DEL TEMA

Criterio teórico. Se analizará la factibilidad de la creación de una empresa de servicios dedicada a la organización de fiestas infantiles, mediante los conocimientos adquiridos en la materia de proyectos.

Criterio institucional. El desarrollo de esta monografía tendrá los lineamientos exigidos por la universidad como requisito previo para la obtención del título de Economista.

Criterio personal. He decidido desarrollar este tema, porque cuando se crea una nueva empresa se pueden generar fuentes de trabajo.

Impactos. En esta monografía se recopilarán datos, con los que se podrán analizar la factibilidad de crear una nueva empresa.

MARCO TEÓRICO

El presente trabajo esta enfocado a realizar un plan de negocios para analizar la viabilidad financiera de crear un local para fiestas infantiles en el sector de la Empresa Eléctrica.

Se utilizaran proyecciones para determinar la inversión inicial, los equipos y el capital de trabajo que se necesitarán para poner en marcha el negocio.

Con la ayuda del TIR, VAN y el punto de equilibrio se podrá establecer la viabilidad del negocio, ya que determinaremos en que tiempo vamos a recuperar la inversión inicial y cual será la utilidad del negocio con la utilización de Estados Financieros.

Los conceptos que sustentan el presente trabajo son los siguientes:

Plan de negocios

Es un documento en donde se va a estructurar la idea del negocio, en donde se mostrarán los pasos a seguir para convertir la idea en realidad, siendo un soporte para manejar el negocio en el futuro.

Resumen ejecutivo

Esta parte del Plan de Negocios, sólo puede ser preparada cuando finalice la elaboración del mismo, debe ser colocada al principio del documento, es decir, antes de la descripción del Plan de Negocios, e inmediatamente después de la carátula. Ello se debe a que este Resumen, con una extensión no mayor a las 2 páginas tiene como propósito atraer la atención del lector, mediante una síntesis descriptiva, en la que usted destaca lo que considera importante para conseguir ese objetivo.

Costos fijos

Son los que permanecen constantes independientemente del nivel de producción. Por ejemplo: Sueldos, alquileres, seguros, patentes, impuestos, servicios públicos, etc. Hay que pagarlos aún cuando no se venda nada

Costos variables

Son los que cambian, aumentando o disminuyendo de manera proporcional a la producción. Por ejemplo: la materia prima, los insumos directos, material de embalaje, la energía eléctrica (para la producción), etc.

Que es el crédito?

Es la obtención de recursos por parte de los agentes económicos, buscando la opción menos costosa, es decir con el interés mas bajo, durante un período determinado.

El crédito comercial, es la opción más utilizada por las empresas para obtener el financiamiento necesario para la compra de materia prima, inversión en capital de trabajo, etc.

7- ESQUEMA TENTATIVO

ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DEL COMPLEJO PARA FIESTAS INFANTILES "PARTY TIME"

INTRODUCCION

CAPITULO I

RESUMEN EJECUTIVO

1.1 Descripción del negocio

1.1.1 Misión

1.1.2 Visión

1.2 Estrategia del negocio

1.2.1 Objetivos que se van a alcanzar

1.2.2 Localización e infraestructura

1.2.3 Requerimientos de Funcionamiento

1.2.4 Análisis FODA

1.2.5 Ventajas competitivas

CAPITULO II

ANALISIS DEL MERCADO

2.1 Perfil del cliente potencial

2.2 Determinar el tamaño del mercado

2.3 Por que los clientes potenciales necesitan el servicio que se va a ofrecer.

2.4 Segmentación del mercado

2.5 Análisis de la competencia actual

2.6 Por que nos diferenciamos de la competencia

CAPITULO III

ESTRATEGIA COMERCIAL

3.1 Las 4 P

3.1.1 Producto

3.1.2 Plaza

3.1.3 Precio

3.1.4 Promoción

CAPITULO IV

ANALISIS FINANCIERO

4.1 Supuestos para el análisis financiero

4.2 Financiamiento

4.3 Cálculo del TIR y VAN

4.4 Análisis de resultados

4.5 Flujo de caja proyectado

4.6 Simulaciones

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

ANEXOS

METODOLOGIA

Método Deductivo: Analizar la viabilidad financiera para crear un local para fiestas infantiles, en el sector de la Empresa Eléctrica, ya que se partirá de un hecho general para obtener conclusiones particulares

Método Descriptivo: se analizarán las variables que son objeto de estudio, a través del análisis de los resultados obtenidos del plan de negocios.

Procedimiento Analítico: Se realizará una descomposición de los componentes en estudio, y se los analizará para un correcto estudio de las mismas.

Técnica para realizar la tesis: se utilizará la técnica de la entrevista, para obtener información de los potenciales clientes, que demandarán el servicio y aportarán de esta manera la información necesaria para el desarrollo del presente trabajo.

Sector: el presente estudio, está enfocado a prestar un servicio que no está disponible en el sector de la Empresa Eléctrica, por lo que se trabajará con las parroquias de Cañaribamba y Machángara.

Fases del trabajo:

Fase de diagnóstico:

1. Describir el proyecto para la creación del complejo de fiestas infantiles "Party Time"
2. Analizar la competencia que existe en el sector
3. Evaluar la información obtenida

Fase de realización

1. Definir la estrategia Comercial que se va a utilizar.
2. Identificar los servicios que se van a ofrecer
3. Identificar los recursos que se van a necesitar para la operatividad del negocio

Fase de evaluación

1. Levantamiento de supuestos para el análisis financiero
2. Cálculo de TIR y VAN

RECURSOS

HUMANOS

Responsable del trabajo: Jessica Paola Morales Iglesias

Director: Econ. Lenín Zuñiga C.

MATERIALES

- Computadora
- Fotocopiadora
- Impresora
- CDS, memorias USB

- Internet

- Hojas

FINANCIEROS

El presupuesto se encuentra en el anexo 1

CRONOGRAMA

- El cronograma se encuentra en el anexo 2

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- ETTINGER, Kart: "Distribución y Ventas" Cuarta edición, Editorial Herrera Hermanos, 1974
- GRAHAM, Friend: "Como diseñar un plan de negocios" Primera Edición Editorial The Economist, 2008
- SAPAG, Nassir: "Estructura económica de mercado, planificación de mercado" Tercera Edición Editorial Mc - Graw Hill, 1998

INTERNET

- MORALES, Iglesias Ivonne: "Como concretar mi idea de negocio"
www.innpulsar.com , Agosto 2008

ANEXO 1

PRESUPUESTO

N.	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	JUSTIFICACION
1	Cartucho de tinta (negra)	2	\$ 30	\$ 60	Impresión.
2	Cartucho de tinta (colores)	1	\$ 35	\$ 35	Impresión gráficos.
3	Hojas A4	500	\$ 0.02	\$ 10	Presentación borradores
4	CD's	2	\$ 0.50	\$ 1	Grabar información.
5	Copias	500	\$ 0.02	\$ 10	Documentos.
6	Carpetas	6	\$ 0.12	\$ 1	Presentación de borradores.
7	Internet	Ilimitado	\$ 25	\$ 125	Recolección de información.
8	Anillados	3	\$ 2	\$ 6	Entrega Diseño de Monografía.
9	Suministros			\$ 15	Elaboración de borradores.
10	Empastados	5	\$ 7	\$ 35	Presentación de monografía.
11	Derechos de Tesis	1	\$ 300	\$ 300	Reglamentos de la U.
12	Imprevistos			\$ 50	
	TOTAL			\$ 648	

ANEXO 2

CRONOGRAMA

N.-	ACTIVIDADES	TIEMPO EN SEMANAS												MES 1				MES 2				MES 3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Recolección de la información	■																							
1.1	Recolección de la información cuantitativa	■																							
1.2	Recolección de la información cualitativa	■																							
1.3	Revisión bibliográfica	■																							
2	Procesamiento de información		■																						
2.1	Procesamiento de información cuantitativa		■																						
2.2	Procesamiento de información cualitativa		■																						
3	Análisis de la información		■																						
3.1	Análisis de la información cuantitativa		■																						
3.2	Análisis de la información cualitativa		■																						
4	Redacción del informe					■																			
4.1	Redacción del Capítulo 1					■																			
4.2	Redacción del Capítulo 2						■																		
4.3	Redacción del Capítulo 3							■																	
4.4	Redacción del Capítulo 4								■																
5	Revisión de la tesis por parte del director																								
5.1	Correcciones																								
6	Presentación final																								
6.1	Encuadernación de Monografía																								
7	Presentación en Secretaría																								
8	Imprevistos																								