



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCION GENERAL DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTION
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

Trabajo Especial de Grado
EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE
FIESTAS INFANTILES EN LA CIUDAD DE PUERTO ORDAZ ESTADO BOLIVAR

Presentado por
Osío Yépez, Mónica Graciela
para optar al título de
Especialista en Gerencia de Proyectos

Asesor
Rivas, Yaikira
Puerto Ordaz, 8 de Abril de 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCION GENERAL DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTION
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

Trabajo Especial de Grado
EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE
FIESTAS INFANTILES EN LA CIUDAD DE PUERTO ORDAZ ESTADO BOLIVAR

Presentado por
Osío Yépez, Mónica Graciela
para optar al título de
Especialista en Gerencia de Proyectos

Asesor
Rivas, Yaikira

Puerto Ordaz, 8 de Abril de 2016

CARTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR PARA INSCRIPCIÓN Y PRESENTACIÓN DE TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

Puerto Ordaz, 8 de Abril de 2016

Universidad Católica Andrés Bello
Dirección de Postgrado en Gerencia de Proyectos.
Ing. Janett Mora de Torre.
Presente.-

Estimada Director:

Me dirijo a usted en la oportunidad de hacer de su conocimiento, que he leído el Proyecto de Trabajo Especial de Grado, presentado por la participante: **Mónica Graciela Osío Yépez**, la Cédula de Identidad N°. **V-13.962.516**, para optar al Grado de Especialista en Gerencia de Proyectos, cuyo título es: “**EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE FIESTAS INFANTILES EN LA CIUDAD DE PUERTO ORDAZ ESTADO BOLIVAR**”, y que acepto asesorar a la estudiante, en calidad de Tutor, durante la etapa del desarrollo del trabajo de investigación hasta su presentación para su evaluación definitiva.

Arquitecto Yaikira Rivas

C.I. 12.644.458

DEDICATORIA

A Dios y la Virgen, quienes iluminan mi camino, y cuando me desvíó o tropiezo, me ayudan a levantarme con ánimo y fuerza de seguir adelante. Siempre a mi lado, apoyándome con paciencia en lo que me propongo. Sólo Ellos saben cuánto me ha costado alcanzar ésta meta.

A mis hijas, a mi esposo, a mi familia, que, sin lugar a dudas, son mi inspiración y mi motivo de vida, a quienes amo y quiero, todos los días de mi vida, dejarles un ejemplo a seguir.

A mis amigas del postgrado, Carola, Le Monick y la Ro, por ayudarme a ser excelente estudiante, y al final, convertir esa experiencia, en la verdadera amistad que hoy nos une.

A mi, porque finalmente logré otro de los muchos proyectos que me he propuesto, confirmando una vez mas que, el que persevera vence.

AGRADECIMIENTOS

- A Dios y a la Virgen, por acompañarme y ser mi guía.
- A mis hijas y mi esposo, por apoyarme siempre en cada reto que me impongo.
- A la Universidad Católica Andrés Bello, por formarme como Especialista en Gerencia de Proyectos.
- A mi tutora, por prestarme todo su apoyo, compartir sus conocimientos, guiarme y asesorarme en la realización de mi Tesis.
- A la Sra. Kika, por consentirnos en cada trasnocho y fin de semana, como una segunda mamá.



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCION GENERAL DE POSTGRADO
ÁREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE GESTION
POSTGRADO EN GERENCIA DE PROYECTOS

EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SALON DE
FIESTAS INFANTILES EN LA CIUDAD DE PUERTO ORDAZ ESTADO BOLIVAR

Autor: Mónica Graciela Osío Yépez

Asesor: Yaikira Rivas

Año: 2016

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación fue evaluar la factibilidad de mercado, técnica, económica y financiera para la creación de un salón de fiestas infantiles en la ciudad de Puerto Ordaz del estado Bolívar teniendo como referencia la metodología de (Blanco, 2007). El estudio se enmarcó dentro de la categoría de proyecto evaluativo con un alcance descriptivo y enfoque cuantitativo. El Estudio de Mercado se apoyó en la información obtenida a través de la aplicación de encuestas, entrevistas no estructuradas y observación directa. Este insumo sirvió para el desarrollo del Estudio Técnico y la determinación de la capacidad instalada, en función del mercado. El Estudio Económico-Financiero se proyectó para cinco (5) años, de forma tal que facilitarían la obtención de la inversión inicial, producción, financiamiento de terceros, gastos de nómina, proyección de gastos y de ingresos, estado de resultados, estimación del valor agregado, punto de equilibrio, flujo de fondos y rentabilidad para el promotor como para el propio negocio. Los resultados fueron sometidos a la variación de algunos parámetros, siendo entre los más críticos el incremento del costo de la materia prima, seguido por el incremento en la selección de los combos más económicos ofrecidos. El Estudio de Factibilidad indicó que el proyecto es factible, con márgenes de rentabilidad, las Tasas Internas de Retorno (TIR), tanto del promotor como del negocio, superaron las tasas de costo de capital y la tasa de descuento del negocio respectivamente (13% y 35%). Así mismo, el flujo de fondos resultó mayor que cero (0) desde el primer año de operaciones.

Palabras Claves: Estudio de Factibilidad Económico Financiero, Tasa Interna de Retorno, Capital de Trabajo,

Línea de Trabajo: Formulación y Evaluación de Proyectos.

INDICE DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	vi
INDICE DE FIGURAS	x
INDICE DE GRÁFICOS	xi
INDICE DE TABLAS.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento y delimitación del Problema	3
1.2 Justificación de la Investigación.....	7
1.3 Objetivos de la Investigación	8
1.3.1 Objetivo General:	8
1.3.2 Objetivos Específicos:	8
1.4 Alcance y Delimitación.....	8
1.5 Limitaciones.....	9
CAPITULO II	10
MARCO TEORICO	10
2.1 Antecedentes de la Investigación	10
2.2 Bases teóricas	14
2.2.1 Proyecto:	14
2.2.2 Estudios de Inversión	15
2.3 Estudio de factibilidad	15
2.3.1 Estudio del mercado.....	17
2.3.2 Estudio Técnico.....	19
2.3.3 Estudio económico-financiero	22
2.4 Rentabilidad Económica de un Proyecto	24
2.5 Análisis de sensibilidad.....	25
CAPITULO III	26

MARCO METODOLOGICO	26
3.1 Tipo de Investigación:	26
3.2 Diseño de la Investigación	27
3.3 Población.....	28
3.4 Muestra.....	28
3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos:.....	30
3.5.1 Encuestas	31
3.5.2 Entrevistas a locales que prestan servicios similares.....	31
3.5.3 Observación y Fuentes secundarias	32
3.6 Técnicas para el Análisis de los Datos	32
3.7 Variables de la Investigación:	32
3.7.1 Estudio de Mercado:	33
3.7.2 Estudio Técnico.....	33
3.7.3 Estudio económico-financiero	33
3.7.4 Evaluación económica-financiera.....	33
3.8 Cronograma de Trabajo.....	37
3.9 Consideraciones éticas del proyecto.	37
3.10 Estructura de Desglose de Trabajo (EDT).....	38
CAPITULO IV.....	39
MARCO REFERENCIAL	39
4.1 Elementos Claves para la Inversión en Puerto Ordaz	39
4.2 Marco Legal	43
CAPITULO V	45
ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
5.1. Presentación y análisis de los resultados.	45
5.2. Estudio de Mercado	46
5.2.1. Segmentación del mercado.....	47
5.2.2. Determinación de la Demanda.....	48
5.2.3. Determinación de la Oferta	54
5.2.4. Producto o servicio.....	56
5.2.5. Precio por servicio.....	66

5.2.6.	Promoción del servicio	66
5.3.	Estudio Técnico	67
5.3.1.	Localización del Salón de Fiestas	67
5.3.2.	Instalaciones	68
5.3.3.	Equipos y Mobiliario	72
5.3.4.	Materiales e Insumos	74
5.3.5.	Mano de Obra	74
5.3.6.	Cálculos de Gastos de Administración y Venta.....	77
5.3.7.	Horario de Trabajo	77
5.4.	Estudio Económico – Financiero	78
5.4.1.	Inversión Total.....	78
5.4.2.	Capital de Trabajo	80
5.4.3.	Financiamiento de tercero	80
5.4.4.	Amortización de la deuda.....	81
5.4.5.	Costos de producción.....	83
5.4.6.	Determinación de los ingresos	86
5.4.7.	Estado de Resultados	89
5.4.8.	Estructura del Valor de la Producción	90
5.4.9.	Punto de Equilibrio	91
5.4.10.	Flujo de Fondos	92
5.5.	Evaluación Económico – Financiero	94
5.6.	Análisis de Sensibilidad	96
5.6.1.	Análisis de Sensibilidad Fase 1.....	96
5.6.2.	Análisis de Sensibilidad Fase 2.....	99
5.6.3.	Análisis de Sensibilidad Fase 3.....	99
CAPITULO VI.....		102
EVALUACIÓN DEL PROYECTO		102
CAPITULO VII.....		105
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		105
BIBLIOGRAFIA		110

INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: <i>Distribución de los estratos sociales en Puerto Ordaz.</i>	5
Figura 2: <i>Secuencia de un Proyecto de Inversión</i>	16
Figura 3: <i>Componentes del Mercado</i>	19
Figura 4: <i>Flujograma General</i>	23
Figura 5: <i>Cronograma de Trabajo</i>	37
Figura 6: <i>Estructura Desagregada de Trabajo (EDT).</i>	38
Figura 7: <i>Las barreras y oportunidades de Ciudad Guayana con potencial para la inversión.</i>	40
Figura 8: <i>Índice de Nivel de vida a Nivel Nacional.</i>	42
Figura 9: <i>Plano de ubicación Casa proyecto.</i>	68

INDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. <i>Determinación del porcentaje de mujeres encuestadas entre 30 y 40 años de edad.</i>	51
Gráfico 2. <i>Determinación del porcentaje de mujeres encuestadas según su oficio.</i> ..	51
Gráfico 3. <i>Determinación del porcentaje de mujeres encuestadas según la zona donde viven.</i>	52
Gráfico 4. <i>Determinación del porcentaje de madres encuestadas con más de 2 hijos menores de 9 años.</i>	52
Gráfico 5. <i>Determinación del porcentaje de madres que utilizan salones de fiestas para celebrar un evento infantil.</i>	53
Gráfico 6. <i>Determinación del porcentaje de madres con intenciones de celebrar un evento infantil en un salón de fiestas.</i>	53
Gráfico 7. <i>Determinación de la frecuencia con que las madres utilizan un salón de fiestas para celebrar eventos infantiles.</i>	54
Gráfico 8. <i>Razones para utilizar un salón de fiestas para celebrar eventos infantiles.</i>	56
Gráfico 9. <i>Factores que busca en un salón de fiestas para celebrar eventos infantiles.</i>	57
Gráfico 10. <i>Preferencias en servicios que presta un salón de fiesta.</i>	58
Gráfico 11. <i>Preferencia en salones de fiestas de la zona utilizados.</i>	58
Gráfico 12. <i>Valoración del servicio prestado por los salones de fiestas de la zona.</i> ...	59
Gráfico 13. <i>Aspectos por mejorar en el servicio que prestan los salones de fiestas de la zona.</i>	59
Gráfico 14. <i>Valoración del servicio, patrón o producto a considerar para seleccionar un salón de fiesta infantil de la zona.</i>	60
Gráfico 15. <i>Factores que imperan para no utilizar un Salón de Fiestas de la zona.</i> ...	61

Gráfico 16. <i>Preferencias a la hora de tener que escoger un salón de fiestas de la zona.</i>	61
Gráfico 17. <i>Factores que justifican el tipo de salón de fiesta de su preferencia.</i>	62
Gráfico 18. <i>Servicio y/o producto impera al contratar un salón de fiestas para celebrar un evento infantil.</i>	62
Gráfico 19. <i>Promedio de número de invitados (adultos) invitados en una fiesta infantil.</i>	68

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. <i>Operacionalización de Variables y Estrategia de Recopilación de información (Estudio de Mercado)</i>	34
Tabla 2. <i>Operacionalización de Variables y Estrategia de Recopilación de información (Estudio Técnico)</i>	35
Tabla 3. <i>Operacionalización de Variables y Estrategia de Recopilación de información (Estudio Económico Financiero)</i>	36
Tabla 4. Ubicación de los salones de Fiestas en Puerto Ordaz.	47
Tabla 5. Segmento de Mercado	47
Tabla 6. Población del Estado Bolívar y Municipio.....	48
Tabla 7. Población del Estado, Municipio, Parroquia y porcentaje.....	49
Tabla 8. Población del Estado, Municipio, Parroquia y porcentaje según la edad de la mujer.	50
Tabla 9. Tipo de servicio prestado por los Salones de Fiestas de Puerto Ordaz.	55
Tabla 10. Resumen de resultados. Determinación de Productos y Servicios.	63
Tabla 11. Detalles de Productos y Servicios que ofrecerá el Salón de fiestas proyecto.....	65
Tabla 12. Tipo de Combos y precios.....	66
Tabla 13. Estimación de costos por el acondicionamiento de las instalaciones.....	71
Tabla 14. Equipos y Mobiliario	72
Tabla 15. Materiales e Insumos.	74
Tabla 16. Costos asociados a la Nómina	76
Tabla 17. Gastos de Administración y Venta.....	77
Tabla 18. Inversión Total.....	79
Tabla 19. Capital de Trabajo.	80
Tabla 20. Costos por Financiamiento de Terceros.....	81

Tabla 21. Depreciación y Amortización	82
Tabla 22. Costos de Producción	85
Tabla 23. Costo de Salones de Fiestas consultados a nivel nacional.	87
Tabla 24. Ingresos por ventas	88
Tabla 25. Estado de Resultados.	89
Tabla 26. Estructura del Valor de la Producción.	90
Tabla 27. Punto de Equilibrio.	91
Tabla 28. Flujo de Fondos.....	93
Tabla 29. Cálculo de la Tasa de descuento del Proyecto.	94
Tabla 30. Rentabilidad de la Inversión.	95
Tabla 31. Análisis de Sensibilidad Fase 1.	98
Tabla 32. Análisis de Sensibilidad Fase 2.	99
Tabla 33. Análisis de Sensibilidad Fase 3.	101

INTRODUCCIÓN

Los tiempos de hoy son tiempos de compradores, de consumo, de necesidades subjetivas que el cliente busca satisfacer, son tiempos donde el cliente no se puede identificar con un único perfil, y donde cada perfil puede determinar condiciones y características diferentes del producto, de tiempo, de especificaciones, de precio. Es evidente que los clientes han aprendido a exigir más por su dinero, y que la rapidez, seguridad, calidad y confiabilidad son características que van implícitas en el producto. Esto se traduce en que ahora un buen servicio se basa en brindar al cliente, a través de valores agregados y servicios de vanguardia, experiencias que cubran sus expectativas como consumidor.

Hoy día, la celebración de un evento infantil se ha convertido en todo un desafío para los padres. El auge de este fenómeno implica un mercado disponible para su desarrollo, pero también una tendencia social o un fenómeno de consumo.

Aunque las fiestas infantiles se caracterizan actualmente por seguir un ritual estándar ofrecido en las fiestas, los padres son los que quieren marcar una diferencia, y transformar una celebración en un hito en la historia de sus hijos. Es por esta razón que el salón se concentrará en desarrollar servicios personalizados, que se ajusten al interés propio de cada consumidor, es decir, que proponga la opción en que el cliente pueda tener la alternativa de participar en la prestación de algún servicio considerado como extra (entretenimiento o decoración) o suministro de algún producto fuera de lo básico (pasapalos, comidas o bebidas), o más bien todo incluido, en un marco de comodidades y seguridad que le garanticen una buena inversión de su dinero.

Debido al enfoque del proyecto, la metodología de formulación y evaluación de proyectos propuesta por (Blanco, 2007), permite apreciar las condiciones precisas para el estudio de mercado y realizar el análisis económico-financiero de forma

certera, con el fin de obtener suficiente información para poder tomar las respectivas decisiones del alcance del proyecto y su posible puesta en marcha.

El estudio de investigación está estructurado en cuatro capítulos y a continuación se describe una reseña breve de su contenido:

CAPÍTULO I – El problema: constituido por el planteamiento del problema, la justificación y objetivos de la investigación, el alcance y las limitaciones que se presentarán durante la realización del estudio.

CAPÍTULO II – Marco teórico, detalla los antecedentes de la investigación y los fundamentos teóricos que soportarán el estudio.

CAPÍTULO III – Marco metodológico: presenta la metodología que se utilizará para el desarrollo del trabajo, tipo y diseño de la investigación, la unidad de análisis, población y muestra, las técnicas para la recolección y análisis de los datos que se obtendrán y las variables que servirán de guía para el estudio.

CAPÍTULO IV- Marco Referencial: donde se esbozan aspectos generales y específicos que servirán de referencia con respecto al mercado en el que se desenvuelve el proyecto de factibilidad.

CAPITULO V- Evaluación de los Resultados: se presenta el análisis y evaluación de los resultados del estudio.

CAPITULO VI- Evaluación del Proyecto: donde se describen los resultados obtenidos y como estos inciden en el logro de los objetivos planteados en el proyecto.

CAPITULO VII Conclusiones y Recomendaciones: con base a los resultados obtenidos, se emiten las conclusiones y las recomendaciones que se deben tener y tomar en cuenta a la hora de poner en práctica la ejecución del proyecto.

Por último se indican las REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS utilizadas en el desarrollo de este estudio.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

El problema puede ser utilizado, constructivamente, como un buen punto de partida para determinar los límites de una investigación o estudio, y como un buen acompañante del mismo, un motivo de interés filosófico en todo su desarrollo.

1.1 Planteamiento y delimitación del Problema

Hoy día, Venezuela se ha convertido en un país donde se evidencian crecimientos y nacimientos de nuevos emprendimientos enfocados en prestar servicios o vender productos con un gran potencial en creatividad e innovación, así lo soporta la publicación de (Osuna, 2011). Tal y como allí se expone, existen muchos elementos que deben considerar para que el proyecto tenga éxito, para lo cual, es necesario la elaboración de un profundo plan de negocios que garantice la vigencia y rentabilidad del proyecto por mucho tiempo. En este sentido, se deben identificar y analizar las variables y elementos claves para el manejo de la empresa previo a su operación, así como la detección de las oportunidades y herramientas con que se cuenta.

Uno de los elementos claves a considerar es la inestabilidad económica actual en el país, generada por la fuerte caída de los precios del petróleo. Tal aseveración se describe y justifica en el (MonitorProDaVinci, 2015), el cual indica que:

“...tal situación se ha agravado desde el segundo semestre 2012, al acentuarse la inflación y la depreciación de la tasa de cambio no oficial; en medio de una creciente restricción en la entrega de divisas al sector privado que se prolongó hasta 2013 y ahora, a principios del 2015, con la aguda y fuerte caída de los precios del petróleo desde mediados de 2014, la situación del país entró en una fase de auténtica emergencia económica, pues los ingresos petroleros estimados para el 2015, son

alrededor de la mitad de los del 2014 en un escenario conservador, con bajas reservas internacionales operativas y fuerte acumulación de deuda pública y otras obligaciones comerciales”.

Por otra parte, en el marco de la búsqueda de proyectos que cubran las necesidades propias de una sociedad cada día más exigente y donde los factores que influyen en satisfacer las necesidades básicas de la misma, varían de acuerdo al tipo de población y disponibilidad de recursos, encontramos al Estado Bolívar, como una de las entidades que, por contar con una gran biodiversidad, paisajes, recursos hídricos, mineros y agropecuarios, desarrollo industrial y un dinámico capital humano, es una localidad atractiva para estudiar la posibilidad de invertir en un negocio propio y privado. Así lo expone (Moises, s/f):

“Los diversos atractivos del estado Bolívar y el desarrollo de Ciudad Guayana pilares sobre los cuales se puede erigir el estado como bisagra de Venezuela con el Mercosur, especialmente con Brasil. Perfectamente Puerto Ordaz puede ser un núcleo receptivo de centros de estudios superiores, de organismos públicos nacionales y multilaterales, así como el asiento de diversas empresas privadas que deseen enfocarse en explotar las bondades de la integración del bloque y donde se puedan intercambiar prácticas de diversa índole para mejorar el giro económico, político, social y cultural del país.”

Otros de los factores que se deben tomar en cuenta en todo proyecto de inversión es la demanda, y en el caso de Puerto Ordaz se evidencia una acentuada diferencia porcentual entre las clases socioeconómicas. Los estratos sociales existentes en Puerto Ordaz están distribuidos de la siguiente manera:

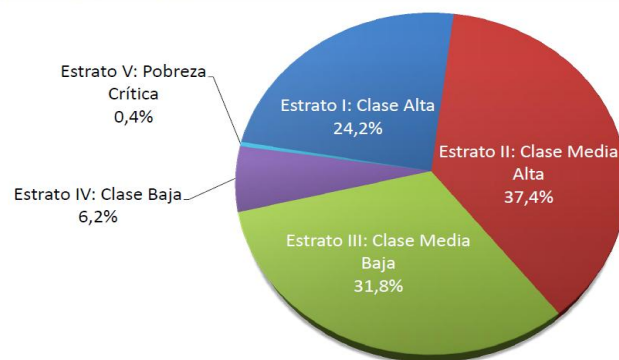


Figura 1: Distribución de los estratos sociales en Puerto Ordaz.

Fuente. Centro de Investigación para la Educación. CIEPV (2013).

Según esta figura, las clases mayoritarias están conformadas por familias de Clase alta, media alta y media baja, por lo que estamos enfocados en una ciudad cuya población tiene un nivel de ingreso alto (más de tres veces el sueldo mínimo), un buen nivel de educación (universitario / TSU), cuya fuente de ingreso proviene de un empleo o negocio formal y con vivienda propia.

Por otro lado, la construcción de centros comerciales tipo mall en la Ciudad (Orinokia Mall, Centro Comercial Ciudad Alta Vista II, Plaza Atlántico Mall, entre otros), el cual está orientado a satisfacer las necesidades de entretenimiento y mejorar la opción comercial en la prestación de servicios y ofertas de productos que hoy día existen en el mercado regional, representa para esta región un centro generador de una fuerte competencia en la prestación de servicios, y para el interés de este proyecto, servicios enfocados en el entretenimiento de un público infantil, tales como: cine, sala de maquinitas, Bowling, sala de efectos especiales en 3D, trencitos, lonas para saltar, entre otros. Sin embargo, con base al levantamiento y búsqueda de información por Internet (www.paginasamarillas.infoguia.net, s/f) así como un recorrido por las principales avenidas de la Urbanización Chilemex y zonas aledañas, se constató la ausencia de salones de fiestas similares donde se preste el servicio pionero de este proyecto, como lo es la celebración de fiestas infantiles.

Otro de los salones que ofrecen el servicio de celebración de fiestas infantiles son los centros de comida rápida de McDonald's, Wendy's y las malocas de los clubes de la zona, como el Italo, el Portugués, el Náutico, entre otros, todos bajo su esquema

bien particular. Los primeros, ofrecen paquetes donde los parques, propios de sus instalaciones, son las herramientas de distracción para los niños, en los últimos, solo ofrecen sus instalaciones para acondicionarlas al gusto y por cuenta del cliente.

Hoy día, los padres interesados en buscar un lugar que ofrezca, a parte del servicio de celebración de fiestas infantiles, un conjunto de productos innovadores y diferentes a los que el mercado ofrezca actualmente, ha traído como consecuencia la generación de un mercado cautivo interesado en nuevas tendencias, servicios y productos que les satisfaga sus requerimientos, dentro de un marco económico, cómodo y seguro. Así lo aseguran estas empresarias entrevistadas (Candia, 2014):

“Las “piñatas” o fiestas infantiles de la actualidad distan de aquellas en las que se invitaban a diez amiguitos, se ofrecía refresco y Pepito y al final se cantaba cumpleaños con una torta y quesillo. Los festejos hoy incluyen atracciones como tazas giratorias -al mejor estilo de Disneyworld-, trencitos y ruedas eléctricas, carruseles, pared de escalar, centros de bateo, pistas de hockey y tirolinas (para que el niño se deslice)...” “...Se planifican como si fueran un matrimonio”, “...La lógica diría que las fiestas se han ido minimizando, por la situación país, pero no ha sido así”, añade Peña...”

Así también lo confirma esta otra empresaria entrevistada (Candia, 2014):

“Pero quizás lo que las mamás buscan más es novedad. Y esto lo sabe Isabel Ayala, quien ofrece, a través de Mini Spa Girl, servicio de mini spa con peluquería, manicure y masajes, casas de muñecas y castillos de princesa para las más chiquitas, show de pasarela con una modelo profesional que les enseña a las invitadas foto pose, mini karaoke, chefs para decorar tortas o hacer pizzas y hasta pijamadas. “Yo llevo el video beam, la pantalla gigante, películas y recreadoras...”

La búsqueda de un salón de fiestas que cubra estas nuevas tendencias para celebrar fiestas infantiles hace que se origine la inquietud de evaluar su factibilidad económica y financiera, principalmente en una localidad donde predomina un alto poder adquisitivo (Clase alta, media alta y media baja) y, según el Centro de Investigación para la Educación en el 47% de los hogares ambos padres se encuentran trabajando (Centro de Investigación para la Educación, la Productividad

y la Vida, s/f.), con lo cual, la planificación y organización de este tipo de eventos pueda ser requerido, en mayor medida, por falta de tiempo y dedicación.

Por lo tanto, la propuesta de creación de un salón destinado a celebrar fiestas infantiles y prestar servicios de entretenimiento que amplíen y complementen los requerimientos de los padres a la hora de celebrar algún evento de sus hijos o familiares, así como para poder contar con un lugar seguro que les satisfagan sus expectativas para entretener a sus niños en épocas o días particulares, ubicado en una urbanización que centre un público joven profesional o adulto contemporáneo, de clase media o alta (tipo A, B o C), responde al entorno descrito anteriormente. Es así como surge la inquietud siguiente:

¿Será técnica y económicamente factible el desarrollo de este proyecto?

1.2 Justificación de la Investigación

La propuesta de un salón destinado a la celebración de fiestas y realización de actividades de entretenimiento infantil, nació como respuesta a una iniciativa propia de buscar un negocio alternativo enfocado en necesidades sociales detectadas insatisfechas, en un mercado que busca divertir a sus hijos y familiares de corta edad en un lugar cómodo, seguro y que disponga de métodos y equipos que se adapten a las nuevas tendencias decorativas y de entretenimiento de niños y niñas, que satisfagan sus necesidades con precios que se ajusten al promedio del mercado actual, y finalmente ofrezcan nuevas experiencias de consumo.

En este sentido, es oportuno utilizar como guía los conocimientos y las herramientas metodológicas impartidas por la Gerencia de Proyectos para evaluar la factibilidad económica financiera de la creación del proyecto objeto de estudio y así identificar los factores favorables y las situaciones de riesgo potencial a las que estará sometido el desarrollo del mismo.

1.3 Objetivos de la Investigación

Con la finalidad de dar respuesta a la interrogante planteada anteriormente, se presentaron los siguientes objetivos:

1.3.1 Objetivo General:

Evaluar la factibilidad del Proyecto para la creación de un salón de fiestas infantiles en la Urbanización Chilemex en Puerto Ordaz, estado Bolívar.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Identificar los factores que intervienen en el estudio de mercado para la creación y funcionamiento de un salón de fiestas infantiles ubicado en la Urbanización Chilemex de la Ciudad de Puerto Ordaz, estado Bolívar.
- Determinar los elementos técnicos y las normativas legales que rigen la creación y funcionamiento de un salón de fiestas infantiles en la Urbanización Chilemex de la Ciudad de Puerto Ordaz, estado Bolívar.
- Evaluar la factibilidad económica del proyecto caso de estudio.
- Analizar la sensibilidad y riesgos del proyecto, donde se plantearán diferentes escenarios que pudieran afectar sus resultados.

1.4 Alcance y Delimitación

El presente trabajo comprendió la evaluación de las variables implícitas en la búsqueda y adecuación de un salón para celebrar fiestas infantiles, basado en el modelo del análisis de mercado, técnico y económico-financieros descritas por (Blanco, 2007).

No contempló la elaboración de la ingeniería básica ni de detalle, así como tampoco la puesta en marcha ni las evaluaciones posteriores.

La metodología que se utilizó en este proyecto servirá como material de apoyo y referencia para toma de decisiones sobre nuevas fuentes de negocios que se quieran conformar y desarrollar.

1.5 Limitaciones

Se contó con un tiempo de ocho (8) semanas y con una persona para la recolección de la información necesaria para el estudio de factibilidad del presente proyecto.

Se limitó a la aplicación de las encuestas, previamente validada por tres (3) profesores especialistas en Gerencia de Proyectos, a la parroquia Cachamay, por ser la población de muestra, dándoles mayor prioridad a las familias residenciadas en apartamentos y conjuntos residenciales pequeños, donde no existen lugares destinados para la celebración de eventos, tales como churuatas, salones de fiestas internos o patios o jardines muy grandes.

El horario de aplicación de encuestas y recolección de información fue entre las cinco de la tarde (5:00 pm) y ocho de la noche (8:00 pm), que es donde se consideró que la mayor población de la muestra del proyecto se encuentra en sus hogares.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

En éste Capítulo se desarrolló la teoría que fundamenta el proyecto con base al planteamiento del problema que se ha realizado anteriormente y utilizando los enfoques teóricos válidos para este estudio.

Se partirá de una revisión de la literatura pertinente, tomando en cuenta referencias de investigaciones previas, definiciones teóricas, términos, conceptos, metodologías, informes y reportes que aporten información relacionada con la Gerencia de Proyectos, presentándola de manera organizada y coherente, que sirva de fundamento al problema planteado.

2.1 Antecedentes de la Investigación

La época en que una fiesta consistía en solo torta, gelatina, juegos entre amigos, piñata y cotillón quedó muy atrás. Ahora las celebraciones de los niños se asemejan a toda una superproducción. En el mercado se puede encontrar una gran variedad de motivos, accesorios, juegos, adornos y servicios. La decisión depende de la edad del cumpleaños y la de sus invitados, el espacio del que disponga y de su bolsillo (Rolfini, 2007).

Sin embargo, no todas las tendencias aseguran el éxito de un negocio. La evaluación de proyectos de inversión constituye una necesidad y un tema de interés para quienes desean invertir su dinero y tiempo en un posible negocio exitoso, ya que es allí donde se valora cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a una iniciativa específica.

Como primera referencia que se utilizó para la presente investigación, se tiene el trabajo presentado por (Rebolledo, 2005), **Estudio de Factibilidad para la**

Construcción y Funcionamiento de una Posada Turística en Ciudad Bolívar, Estado Bolívar, el cual se enmarca dentro de la categoría de proyecto evaluativo con un alcance descriptivo y enfoque cuantitativo apoyado en información de campo, siguiendo un diseño de investigación no experimental, transeccional. La población y la muestra se determinaron por las estadísticas proporcionadas por la Corporación de Turismo del Estado Bolívar. Las técnicas para la recolección de datos fueron la observación directa, la entrevista y la revisión documental. Con los resultados obtenidos se determinó que el proyecto no es viable financieramente, la rentabilidad del promotor como la rentabilidad del negocio no son satisfactorias, la TIR de ambos demuestra que el proyecto no es capaz de recuperar el valor real del capital invertido, lo que lo convierte en financieramente débil, por lo que el proyecto debe ser rechazado. Este proyecto suministró información valiosa para el desarrollo de este proyecto, sobre todo de lo importante de identificar las variables que puedan afectarlo favorablemente o las que impliquen un riesgo potencial que comprometan su desarrollo.

(Acosta, 2009), **Estudio de Factibilidad para la construcción y puesta funcionamiento de un parque infantil en Charallave, Estado Miranda**, emplea la metodología de (Blanco, 2007) como investigación no experimental y de tipo no evaluativo. La población se enmarca en los padres de Charallave, quienes serán los que aporten la información necesaria para determinar las características que requieren los lugares de esparcimiento para niños de esa localidad. A diferencia del Estudio de Factibilidad anterior, este proyecto destaca un escenario diferente, cuya tasa interna de retorno supera el cuatrocientos cincuenta por ciento (450%), por lo que su factibilidad de mercado, técnica económica- financiera sugieren una puesta en marcha una vez cumplidos los requisitos legales. Es por ello que, las técnicas de evaluación de factibilidad utilizadas como estudio previo antes de iniciar un proyecto, específicamente los instrumentos de recolección de información (entrevistas y encuestas), son una de las referencias que se tomaron como guía para la presente evaluación. Así como también la información suministrada sobre los diferentes tipos de parque infantiles (de atracciones, temáticos, del futuro, biológicos), su utilidad enfocada en variados gustos y necesidades de los niños, así como la tecnología que

se pretende utilizar en ese proyecto, nos aporta valiosa información para enfocar nuestro proyecto en la opción que más se ajuste al gusto de nuestra población reflejada en las encuestas aplicadas. Por último, y no menos importante, las referencia de los aspectos legales que se deben considerar, tomando como base que se tratan de proyectos similares.

Por otra parte, se busca referencias sobre la distribución y descripción de responsabilidades en negocios similares al que se pretende estudiar en el presente trabajo, y el trabajo presentado por (Carrion, 2011), **Estudio de factibilidad para la operación de un parque de eventos infantiles en Guayaquil Ecuador** sirvió como referencia. Su estudio está dirigido a una población bien específica: hombres y mujeres, entre los 25 y 45 años, con hijos en rangos de edades entre los 5 a 16 años de edad, residentes en la ciudad de Guayaquil, con ingresos económicos entre los 500 a 1000 dólares americanos, que residan en la zona norte de la ciudad o lugares aledaños. A pesar de no mostrar cálculos ni técnicas para obtener resultados, su conclusión es que su proyecto es factible y viable dentro del área de Urdesa en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Aunque la metodología de investigación y estudio de factibilidad que sigue no sirve de referencia, la descripción de los cargos y su enfoque innovador en la búsqueda de una alternativa para adaptar el salón al gusto de los adolescentes, permitió conocer una nueva visión y apertura ante la posibilidad de modificar los instrumentos de medición y así obtener información sobre nuevas variables que se puedan ofrecer en el mercado.

Así mismo, se tomó la referencia de otros trabajos elaborados bajo una metodología diferente a la del presente estudio, pero cuyo contenido es valioso para utilizarlo como orientación o motivación para incursionar en otras variables de medición en el mercado, así como para evaluar si aplica para el presente estudio los mismos elementos que conforman su Matriz F.O.D.A., sobre todo en el tema específico de estar en una economía estancada y en recesión como la presente en el país actualmente. Tal es el caso del trabajo ejecutado por (Perrot, 2009), denominado como: **Bungee, Análisis de Negocio de un Salón de Eventos Infantiles**. Este estudio se plantea como, inicialmente una investigación descriptiva, basada en

buscar información teórica disponible en Internet. Posteriormente se desarrolló una investigación cualitativa, basada en una nueva técnica denominada Focus Group. Una vez obtenido los resultados, se aplicó una investigación cuantitativa, aplicando a este grupo encuestas que permitieron conocer más el mercado y valorar el interés en los clientes potenciales en la propuesta.

Entre los resultados de este proyecto se destaca la consolidación de las ventas a partir del cuarto año, aportando al negocio un 20,5% sobre las ventas netas, el repago de la inversión se obtendrá a mediados del quinto año, con una TIR de 18,8% en ese año y 36,5% a los diez años. Esto demuestra que es un proyecto viable de implementar, aunque para los socios interesados en su desarrollo, no genera los resultados esperados, tal que justifique asumir el riesgo de llevarlo a cabo.

Otro trabajo que se tomó como referencia para la presente investigación es el Plan de Negocios para el desarrollo de una PYME de servicio de alquiler de salón para fiestas infantiles en la Ciudad de Guatemala, desarrollado por (Paz, 2007), como trabajo de Tesis para obtener el título de maestría en Administración Industrial y de Empresas de Servicios. Este trabajo parte de un estudio de mercado y cuenta con todas sus partes, mostrando no sólo la factibilidad de crear el negocio, si no toda la información necesaria para desarrollarlo. El mismo se trata de una investigación documental en la cual se evaluaron varios aspectos necesarios para analizar las diferentes partes del Plan de Negocios, y una investigación de campo que evaluó la oferta y la demanda del negocio, así como las características del grupo objetivo y sus preferencias. En general la investigación realizada es no experimental y de tipo transversal, ya que no se manipularon las variables y se recolectaron datos en un sólo momento en el tiempo. La muestra estuvo representada por 350 encuestas con un nivel de confianza de 1.96 y un porcentaje de error de 5.24%, delimitando su aplicación en zonas de la ciudad de Guatemala que se catalogaron como las de mayor proporción de clientes potenciales. El estudio financiero realizado muestra que el proyecto es viable ya que obtuvo una Tasa Interna de Retorno de 12%; que es mayor a la Tasa Mínima de Retorno Aceptable que es del 10.86%. En lo que se refiere a rentabilidad se tiene un margen de Utilidad Bruta en promedio de los 5 años de 43%. En general, se puede decir que según el desarrollo del Plan de Negocios la

empresa es viable y factible de crear, desde el punto de vista administrativo, operativo y financiero. Y desde el punto de vista mercadológico este proyecto satisface las necesidades y las expectativas del mercado como para posicionarse a corto plazo como líder en este nicho.

Este plan de negocio sirvió como referencia, no solo por el enfoque y el objetivo de buscar la factibilidad de un salón de fiestas, el cual coincide con el de este estudio, si no, en la forma de estructurar y presentar los resultados de los instrumentos de medición a sus clientes potenciales y a los considerados como los negocios competencias. Así también se puede apreciar cómo se determinan los diferentes valores que intervienen y definen si un proyecto es factible y viable técnica y económicamente y las estrategias que sugieren para convertirse en un negocio líder en ese tipo de servicios y en un mercado donde existen otros negocios que le hacen competencia.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Proyecto:

Según el punto de vista que se adopte, la definición de Proyecto puede tomar diferentes interpretaciones:

Para el autor (Palacios, 2007) da una visión particular de lo que es un proyecto, mediante esta definición: “Un proyecto es un trabajo que realiza la organización con el objetivo de dirigirse hacia una situación deseada. Se define como un conjunto de actividades orientadas a un fin común, que tienen un comienzo y una terminación.” (p.17)

Según (Project Management Institute, 2013), define: “Un proyecto es un esfuerzo temporal emprendido para crear un producto único, el servicio, o el resultado.” (p.3). Estos y otros conceptos de proyecto expresan la intención de buscar una asignación inteligente de recursos al planteamiento de un problema tendiente a resolver entre muchas, una necesidad humana.

2.2.2 Estudios de Inversión

Los proyectos de inversión de acuerdo a (Baca, 2006), son: “el plan que si se le asigna un determinado monto de capital, podrá producir un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general” (p. 15). Por lo tanto el autor comprende que los proyectos de inversión, son un conjunto de planes que tienen como objetivo principal aumentar la utilidad de una empresa, del mismo modo los proyectos de inversión, también le permitirá aumentar su eficiencia en algunas de las actividades que realicen tanto como económicas, financieras y operacionales.

Por otro lado, los proyectos de inversión de acuerdo con (Hernández Hernández & Hernández Villalobos, 2005), son: “el conjunto de planes detallados que tienen por objetivo aumentar la productividad de una empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios” (p. 3). Por consiguiente el autor explica, los proyectos de inversión son un conjunto herramientas que se emplean para llevar a cabo el desarrollo de una entidad para aumentar considerablemente sus necesidades o servicios prestados.

2.3 Estudio de factibilidad

Según (Blanco, 2007), el principal objetivo del estudio de factibilidad de un proyecto es determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN).

Así mismo, expresa que el resultado integral de la evaluación no debe centrarse sólo en los resultados que se obtengan de las herramientas financieras (valores del VPN y TIR) ya que esto dejaría de lado los aspectos económicos y sociales. Propone entonces que se de especial importancia al flujo de fondos que tenga la organización ya que de este análisis se podrá verificar el origen y su aplicación, así como el balance entre los ingresos líquidos y los egresos líquidos.

Esto nos indica la pertinencia de la evaluación como un todo de los aspectos del mercado, técnicos, económicos y financieros, ya que cada uno de estos aspectos permite obtener información crítica para evaluar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto.

Por lo anteriormente expuesto, un estudio de factibilidad para los proyectos de inversión se compone de:

- a. Estudio de mercado
- b. Estudio técnico
- c. Estudio económico –financiero

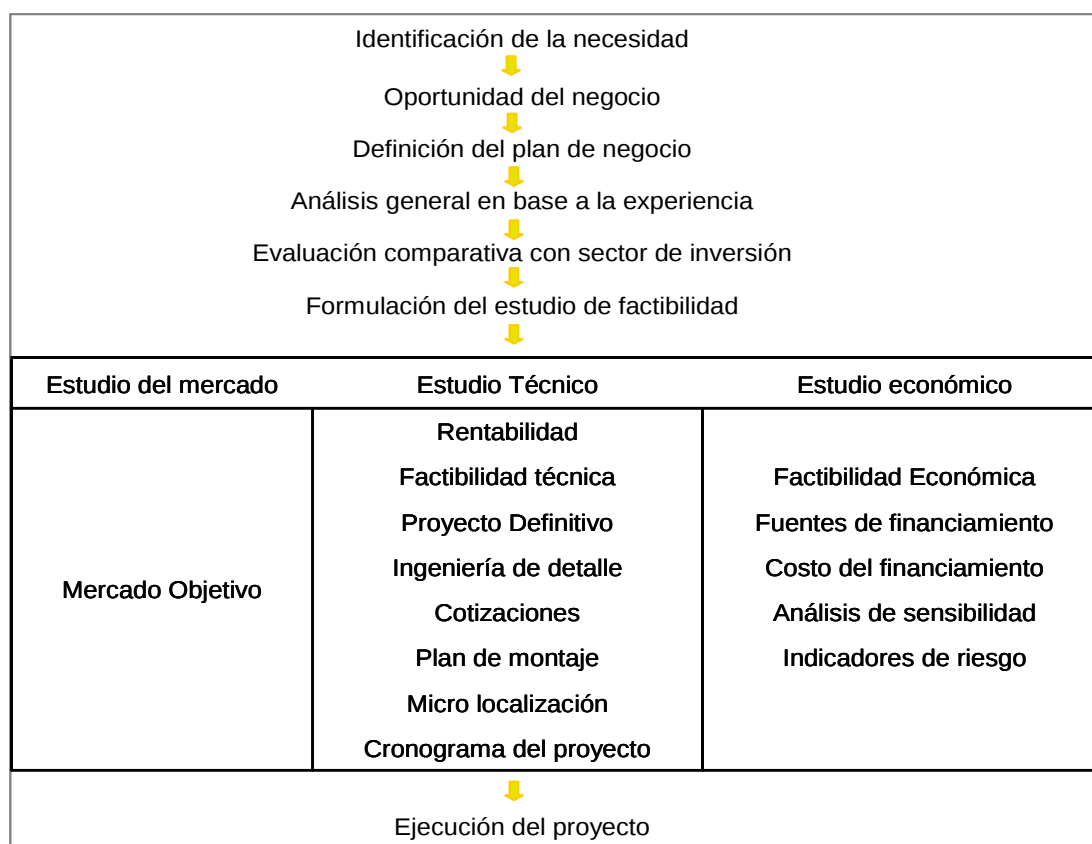


Figura 2: Secuencia de un Proyecto de Inversión

2.3.1 Estudio del mercado

Según (Briceño & Garrido, 2005), el objetivo principal del estudio de mercado es verificar la posibilidad del producto, ya sea un bien o servicio, de penetrar un mercado para determinar así la capacidad y perspectiva de generación de ingresos en el período bajo estudio, como también los riesgos concurrentes a los que se expone el inversionista.(p. 35).

Según (Blanco, 2007), el objetivo general que persigue un estudio de mercado es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado para poder medir el riesgo de su colocación y sus posibilidades de éxito.

(Blanco, 2007) y (Palacios, 2005) coinciden que el estudio de mercado comprende lo siguiente:

- a. **Descripción del producto o servicio, características y usos:** se debe definir de forma precisa el producto o servicio, para ellos se debe realizar la descripción de las características medibles (en caso de ser un producto o bien) o intangibles (en caso de un servicio), a quién está dirigido y si es para consumo intermedio o final.
- b. **Demanda:** consiste en tratar de estimar la cantidad de unidades del producto o servicio que requieren los posibles consumidores al cual están orientados.
- c. **Oferta:** en este punto se cuantifica la cantidad de un producto que podrán estar disponibles en el mercado, para esto es necesario conocer los factores cualitativos y cuantitativos de los competidores; cantidad, ubicación, capacidad instalada y utilizada, características de sus productos. Esto permite destacar las ventajas competitivas y comparativas del producto o servicio con respecto al de los competidores.
- d. **Mercado potencial:** la diferencia que se obtiene entre la demanda y la oferta indica la existencia o no de la demanda insatisfecha, si no existe demanda insatisfecha, las estrategias deben orientarse al logro de un

mercado que ya está cubierto o de un mercado con posibilidad de expansión.

- e. **Formación del precio:** es la determinación del valor en términos monetarios del producto o servicio. Para ello se realiza un estudio de campo de los precios de productos similares o sustitutos. Es importante considerar que este precio es el que se debe considerar en el cálculo de ingresos.
- f. **Canales de comercialización:** Consiste en definir la forma de colocación del producto desde su producción hasta el consumidor final debido a que esta actividad puede generar costos importantes lo que constituye la única fuente de costos relacionados al estudio de mercado.

El Producto	El Precio
Su investigación va amarrada con el estudio de la demanda, y deben considerar los siguientes aspectos:	Es el regulador entre la oferta y la demanda, sin embargo si estamos en presencia de economías restrictivas, el precio no cumple esta labor por el exceso de controles. Es el valor monetario del equilibrio alcanzado entre oferentes y demandantes por un bien o servicio determinado en un momento o lugar dado. En un análisis de factibilidad, el análisis de precio debe comprender:
Cuál es el uso actual del producto y sus posibles usos alternativos.	Parámetros que inducirán posibles cambios en el precio.
La forma del empaque o presentación, sobretodo en mercados muy competitivos, esto puede ayudar.	Determinación del precio de venta óptimo.

Los requerimientos en cuanto a calidad en relación al precio del producto.	Identificación de la elasticidad del precio.
Normativas legales para la producción y comercialización del producto.	Tendencias del comportamiento del precio futuro.
La Oferta	La Demanda
Es la disponibilidad de bienes o servicios en el mercado por parte de los productores para que sean adquiridos por los consumidores	Es la relación multidimensional entre la cantidad consumida y los factores que determinan cuanto se consume. Surge cuando un consumidor desea adquirir un bien o servicio conocido por ellos que está o estuvo disponible en el mercado.

Figura 3: *Componentes del Mercado*

2.3.2 Estudio Técnico

Según (Briceño & Garrido, 2005), consiste en “materializar los resultados obtenidos en el estudio de mercado, es decir, de acuerdo a los recursos con que cuente el inversionista y volúmenes de producción, para escoger la tecnología mas adecuada” (P.35).

Para (Blanco, 2007), el estudio técnico persigue determinar la capacidad instalada y utilizada de la empresa. Involucra además costos de inversión, costos de operación durante el proceso de producción.

Para este mismo autor, el estudio técnico debe contener:

a. Cronograma de la proyección:

Consiste en indicar el tiempo de vigencia del proyecto, desde que se inicia la instalación y/o adecuación de la infraestructura del mismo, hasta el final de la proyección ya en etapa operativa.

b. Localización del proyecto:

En este punto se especifica la ubicación geográfica del proyecto; la planta u oficina y sus sucursales si las hay.

c. Infraestructura de servicios:

Se especifica la facilidad de acceso a servicios públicos como luz eléctrica, aguas blancas, sistema de cloacas, telefonía fija, telefonía móvil, vías de comunicación.

d. Tecnología utilizada:

Aquí se definen los detalles del equipamiento necesario para los procesos de producción, así como también se detalla su alcance, características, costos, beneficios que aporta y si se trata de tecnología contratada o propia.

e. Proceso de producción:

El formulador va a definir y detallar todos los pasos que conforman los procesos productivos, lo cual facilita la identificación de los costos asociados a ellos. Este punto está relacionado con los resultados del estudio de mercado y con lo obtenido del estudio técnico.

f. Desechos y pérdidas del proceso:

Aquí se identifica la existencia de desperdicios nocivos y las pérdidas en la línea de producción. Así mismo se detallan los costos que éstos generan y las medidas necesarias, tanto técnicas como financieras, para enfrentarlos.

g. Control de calidad:

Se debe especificar cuáles son los controles de calidad a aplicar, personal necesario, inversión necesaria en activos para llevarla a cabo y en que parte del proceso productivo.

h. Volumen de ocupación:

En este punto se detalla la estructura organizativa; turnos de trabajo diario, número de horas laborables por jornada, días laborables por mes y por año, definición de cargos y número de personas en cada uno, definición de sueldos por cargo durante el primer año, porcentaje de prestaciones sociales. Toda esta información es de vital importancia para la estimación de los costos operativos.

i. Capacidad instalada y utilizada:

La capacidad instalada es el máximo nivel de producción que se tiene como meta a alcanzar en algún momento de la proyección, se puede expresar de forma porcentual (100% de la capacidad) o de forma absoluta (cantidad de unidades producidas). Luego, la capacidad utilizada va a depender del comportamiento del mercado.

2.3.3 Estudio económico-financiero

Con los estudios previos se logra obtener los costos tanto de inversión como de operación y los ingresos. Para (Blanco, 2007), este estudio se construye con la información resultante del estudio de mercado y estudio técnico y la transforma en valores, es por ello que el objetivo principal de este estudio es organizar y procesar la información que se tiene para la obtención de resultados que sirvan de base para su evaluación.

Según el mismo autor, para lograr esta evaluación es necesario analizar los siguientes elementos:

- Elementos de infraestructura y estructura
- Maquinaria y equipos de producción
- Estudios y proyectos
- Inversión total
- Depreciación y amortización
- Financiamiento de terceros
- Nómina
- Materias primas
- Ingresos
- Gastos de fabricación
- Estado de resultado

A partir de lo anterior, y utilizando un modelo que se conecta con los resultados previos, se efectúa la evaluación del proyecto en términos del cálculo y análisis de indicadores financieros, enunciados a continuación por (Palacios, 2005) como:

- Valor Presente Neto (VPN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad

- Inversión Total
- Depreciación y amortización
- Financiamiento de Terceros
- Nómina
- Gastos de fabricación
- Estado de resultados
- Valor agregado
- Punto de equilibrio
- Capital de trabajo

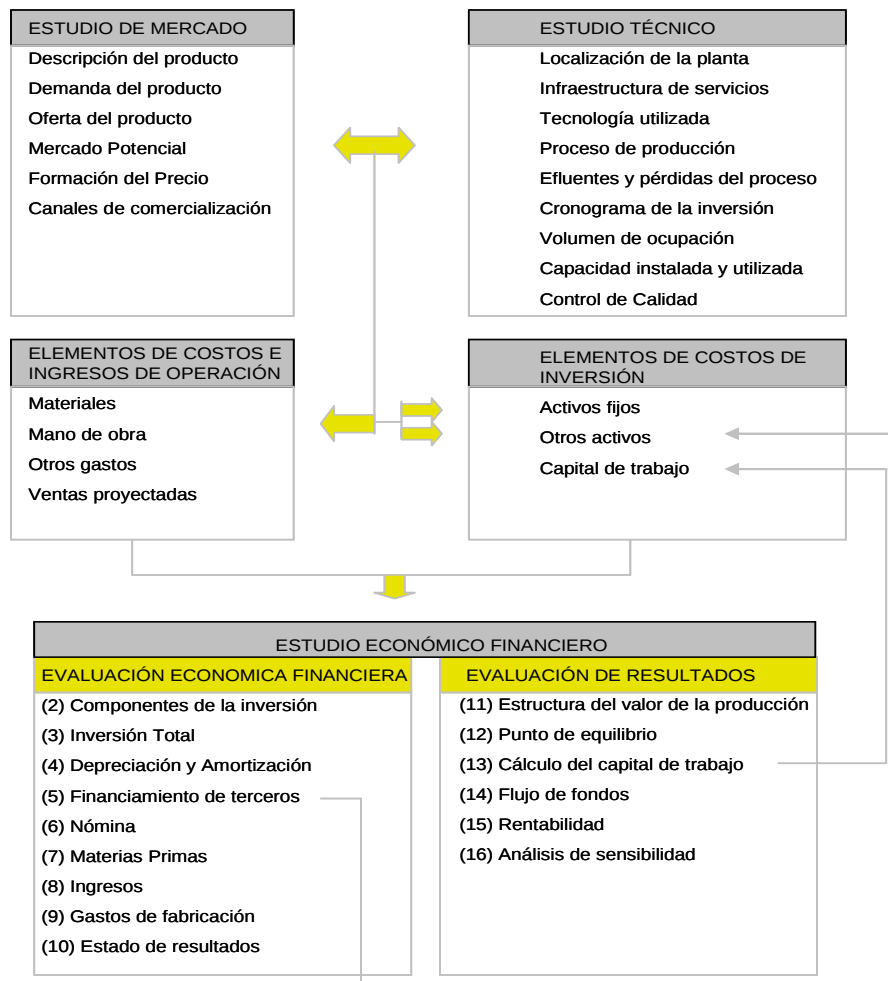


Figura 4: Flujograma General

Fuente: Blanco, A. (2007)

2.4 Rentabilidad Económica de un Proyecto

Para evaluar la rentabilidad económica, se requiere la elaboración de un modelo, a través del cual se estiman las variables descritas previamente y miden los principales indicadores económicos.

(Blanco, 2007) presenta un modelo que contempla:

- Cálculos de los elementos de inversión total, los cuales a su vez, derivan el cálculo de las cuotas de amortización y depreciación de activos fijos y otros activos, que se reflejan en el estado de resultados por tratarse de un gasto contable, aparte se obtiene lo referente al financiamiento de terceros.
- Cálculo del costo financiero del crédito y los pagos de capital e intereses para amortizarlo.
- Cálculo de elementos de costos e ingresos operacionales.
- Con base en lo anterior se obtiene el estado de resultados. La información obtenida constituye de utilidad para soportar decisiones gerenciales y controlar el proyecto.

Todo lo anterior lo denomina la evaluación económica-financiera.

Con los resultados anteriores, se calcula además el aporte al Producto Interno Bruto (PIB), que según (Blanco, 2007) es el valor de todos los bienes y servicios producidos y vendidos en el mercado durante un año. Luego se determina el punto de equilibrio, establecido por el nivel de producción que hace que los ingresos sean iguales a los egresos.

Una vez completadas ambas evaluaciones anteriores, se procede a calcular el capital de trabajo, concepto que se refiere al monto generado producto del rezago que se presenta entre los ingresos y egresos, y también se calcula el saldo de caja.

2.5 Análisis de sensibilidad

Para (Blanco, 2007) adicional a los estudios ya mencionados, recomienda realizar el estudio de sensibilidad a fin determinar las posibles desviaciones que se pueden presentar a los resultados obtenidos cuando se somete al proyecto a ciertos factores de riesgos. Esto significa que este análisis permite observar el comportamiento de los indicadores al variar ciertas cifras claves para el resultado final, de este modo se puede observar cuan sensible es el proyecto.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

Partiendo de la formulación del problema de investigación y la definición de los objetivos, se desarrolla el marco metodológico, de manera de servir de guía y orientación al investigador en cuanto a los métodos que se emplearán en la investigación, fuentes y tratamiento de la información, de manera lógica, ordenada y sistemática para la consecución del conocimiento de los problemas y por ende de posibles soluciones.

La metodología, se entiende entonces, como la estructura sistematizada que se sigue durante la realización de un estudio o investigación para lograr pleno conocimiento de las variables que intervienen o influyen en determinada situación o fenómeno, a fin de dar respuesta a las inquietudes que generan en un problema o caso de estudio particular.

3.1 Tipo de Investigación:

La naturaleza del presente estudio se enmarca dentro de una modalidad de proyecto factible, donde se investigó la posibilidad de instalar y poner en funcionamiento un salón destinado a la celebración de fiestas y realización de actividades de entretenimiento infantil en la Urbanización Chilemex de Puerto Ordaz Estado Bolívar, haciendo propuestas y diseños de programas de entretenimiento innovadores, tomando como referencia salones similares de otras zonas y los factores y variables que sean identificados como áreas de oportunidad en la población de estudio a través de encuestas y entrevistas.

Este tipo de investigación demanda una serie de nociones del área que se investiga. Para ((U.P.E.L), 2006), un proyecto factible consiste en, "... la investigación,

elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales”. (p.21).

Así también, esta investigación se clasifica como de campo, la cual es definida por (Palella & Martins, 2006) como: Aquella que consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta y desenvuelve el hecho. (p. 97).

Por lo tanto, la naturaleza del presente trabajo se enmarca dentro de la modalidad de un proyecto evaluativo y de campo.

3.2 Diseño de la Investigación

El diseño de investigación no es más que la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. Para (Arias, 2006), el diseño de la investigación es “la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado” (p. 21)

En atención al diseño, la investigación se clasifica en: documental, de campo y no experimental.

Para (Palella & Martins, 2006) este se define como:

“Aquel que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica sino que se observan las que existen. Las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, lo que impide influir sobre ellas para modificarlas” (p. 96).

Esta investigación no solo busca el conocimiento por el conocimiento mismo, sino que se destina inmediatamente a un uso determinado y por su naturaleza es una

investigación aplicada, pues los conocimientos que se logren serán de uso práctico. Y de acuerdo al objeto es una investigación de campo porque va al estudio del objeto mismo, lo observa y lo encuesta.

3.3 Población.

Según (Arias, 2006) denomina población al “Conjunto finito e infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”. (p.81).

El Municipio Caroní está conformado por siete (7) Parroquias: Universidad, Chirica, Vista al Sol, Dalla Costa, 11 de Abril, Cachamay y Unare. Según la proyección del ((INE), 2011), en el Censo 2011, la población para el año 2015 se encuentra representada por ochocientos setenta y siete mil quinientos cuarenta y siete (877.547) habitantes, de los cuales, cincuenta y tres mil seiscientos treinta (53.630) corresponden a la población de la Parroquia Cachamay.

Para esta investigación, la población en estudio está conformada por mujeres cuya edad represente un estado conveniente para tener hijos pequeños, para ellos se seleccionó un rango entre treinta y treinta y nueve (30-39) años. Para el caso de la Parroquia Cachamay, esta población está representada por cuatro mil doscientos doce (4.212) mujeres.

3.4 Muestra

(Arias, 2006), lo define como un conjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible, la cual se realizará de manera selectiva en un número que pueda proporcionar la información necesaria, sin obedecer a una determinación científica.

La atención de este proyecto se concentra principalmente en las urbanizaciones que conforman una de las siete (7) Parroquias del Municipio Caroní, específicamente la Parroquia Cachamay, sin embargo, aspira difundir sus servicios a otras zonas, de

manera de garantizar un mayor éxito, tales como Parroquia Universidad y Parroquia Unare.

La Parroquia Cachamay no cuenta con salones de fiesta que preste servicio todo incluido o con otras alternativas que le permita a los padres celebrar los eventos y fechas importantes de sus niños.

Se aplicarán las encuestas a las madres que habiten en esta parroquia y cuya edad (entre 30 a 39 años) represente un margen conservador para garantizar que tengas niños pequeños, específicamente que vivan en edificios o casas que no cuenten con suficiente espacio para hacer fiestas o celebraciones infantiles. También se toma en consideración la situación económica de estas mujeres, ya que los servicios que ofrecerá el salón de fiestas representan un lujo dentro de los gastos básicos de cualquier familia, por lo que se toma en consideración el 2,3% de la muestra, que es la que está representada por el estrato A y B, ya que se toma como referencia que el 80% de los consumidores se encuentran en los estratos D y E (Datanalisis, 2011).

Con respecto a la población de mujeres, se tomó un muestreo aleatorio simple, el cual garantiza que cada muestra de algún tamaño dado, tenga la misma probabilidad de ser seleccionada. Para poder determinar el tamaño de la muestra, se utilizó la fórmula de población finita, la cual está representada de la siguiente forma según (Murray & Larry, 2009):

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

- **n:** Tamaño de la muestra
- **N:** Tamaño de la población (en este caso se toma como referencia la mujeres entre treinta y treinta nueve (30-39) años que vivan en la Parroquia Cachamay.
- **Z:** desviación normal o nivel de error.
- **p:** proporción de casos que se consideran favorables.
- **q:** proporción de casos que se consideran desfavorables.
- **i:** error de muestreo o máximo admisible (precisión).

Si se sustituyen los valores de la fórmula, se asume que el intervalo de confianza o desviación normal es de noventa y cinco por ciento (95%) del promedio de la población, lo que es igual a un valor de z de 1,96 (según la tabla de distribución normal).

El siguiente valor es la población, que está representada por cuatro mil doscientos doce (4.212) mujeres que habitan en la Parroquia Cachamay. Este valor se obtiene de la proyección de la población al 30 de junio, según entidad federal, municipios y parroquias en el lapso 2000-2050 por ((INE), 2011) y se toma el 3.06% (porcentaje que representan los habitantes de la Parroquia Cachamay con respecto a la población total del Estado Bolívar) de 137.644 mujeres de 30 a 39 años que habitan en el Estado Bolívar.

Para determinar la probabilidad a favor (P) y en contra (Q), se toma el valor de cincuenta por ciento (50%) de manera de garantizar que cualquier valor tomado tenga la misma probabilidad de ser escogido, ya que su selección es al azar. El error de muestreo se asume en un cinco por ciento (5%), ya que se considera que cualquier margen de error por encima del diez por ciento (10%), le resta confianza a los resultados.

Al sustituir estos valores en la fórmula, se tiene:

n= Tamaño de la muestra p= 0,5

N= $0,023 \times 4212 = 96,876$ q= 0,5

z= 1,96 d= 0,05

$n = (96,876 \times 0,5 \times 0,5 \times 1,96^2) / (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 + 0,05^2 (96,876 - 1))$

n= 77,37.

Es decir, se aplicarán setenta y ocho (78) encuestas a mujeres que tengan entre treinta y treinta y nueve (30-39) años de la Parroquia Cachamay.

3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos:

Según (Hernández, Fernández y Baptista, 2008), al referirse a las técnicas e instrumentos de recolección de datos, explican que “los principales métodos para la

recolección de datos son la observación, la entrevista, los grupos de enfoque, la recolección de documentos y materiales, y las historias de vida”. (p. 581).

La fase de recopilación de información o toma de muestra se realizó a través de fuentes directas o primarias (encuestas), a fin de recopilar información de primera mano. Se seleccionó un grupo representativo de madres, con edades comprendidas entre 30 y 39 años, con hijos pequeños que, principalmente viven en edificios o conjuntos residenciales que no cuenten con espacios para hacer fiestas, ubicados donde se pretende instalar el salón de fiestas infantiles: Parroquia Cachamay del Municipio Caroni del Estado Bolívar.

3.5.1 Encuestas

Esta técnica permitió la interacción directa con las personas que posiblemente pudieran estar interesadas en el proyecto (mercado potencial), así como de los que son considerados para nuestro proyecto, como competencia, y la información que se obtuvo de este instrumento de medición, fue archivada en formatos elaborados que permitieron el análisis posterior y la determinación de variables como la demanda, la oferta, el mercado y los precios.

3.5.2 Entrevistas a locales que prestan servicios similares

Se utilizaron fuentes secundarias para identificar los lugares y locales que prestan el servicio de celebración de fiestas infantiles y de una manera directa, se aplicaron entrevistas que permitieron obtener información valiosa para el estudio, tales como: precio, tamaño, distribución física, variedad de servicios y productos, canales de comercialización, publicidad, tecnología que utilizan, los riesgos, el estilo y tipo de decoración, entre otros.

3.5.3 Observación y Fuentes secundarias

Se hicieron visitas directas a locales y lugares donde se celebran fiestas infantiles en las zonas cercanas al lugar seleccionado para instalar el salón de fiestas propuesto en este estudio, así como también se consultaron redes sociales (facebook e instagram) que publican eventos infantiles dentro y fuera de nuestro país, y se tomó información sobre las nuevas tendencias en decoración, servicios, tipo de música, recreaciones, comida, horarios, entre otros, a fin de utilizarlo como información valiosa para este estudio.

3.6 Técnicas para el Análisis de los Datos

En cuanto al análisis de los datos (Balestrini, 2006), destaca, que el mismo “implica el establecimiento de categorías, la ordenación y manipulación de los datos para resumirlos y poder sacar algunos resultados en función de las interrogantes de la investigación”. (p.169) Para el análisis cuantitativo se utilizaran técnicas estadísticas y se incorporarán tabulaciones ajustadas a los datos obtenidos y una debida representación gráfica de los valores que reflejen los mismos.

De igual forma se tomó en consideración la utilización de las técnicas establecidas por la Gerencia de Proyectos para realizar los estudios de mercado, técnico y la evaluación económica - financiera.

3.7 Variables de la Investigación:

Este estudio de factibilidad está conformado por tres variables principales, las cuales han sido diseñadas de acuerdo al objetivo de este proyecto y están conformadas a su vez por variables que pueden definirse de manera conceptual (teóricamente) y de manera operacional, esta última, a manera de concluir que es posible su medición. Estas variables son:

3.7.1 Estudio de Mercado:

Consiste en la identificación y estudio del consumidor (demanda), especificaciones del servicio y producto motivo del estudio (producto), determinación del volumen de ventas (oferta) y del precio de las mismas (precio), y promoción que serán utilizados en el Salón de fiestas infantiles ubicado en la Ciudad de Puerto Ordaz.

3.7.2 Estudio Técnico

Consiste en el estudio de cuatro grandes áreas: determinación del tamaño del Proyecto, de su localización, de la ingeniería del proyecto (tecnología básica, maquinarias y equipos, obras civiles, calidad de los servicios, diagrama y distribución en planta, entre otros), y la organización de la empresa (consideraciones legales, aspectos tributarios y recursos humanos).

3.7.3 Estudio económico-financiero

Este estudio abarca tres aspectos principales: el cálculo de las inversiones, el presupuesto de costos e ingresos y el financiamiento.

3.7.4 Evaluación económica-financiera

Se refiere al análisis integral de los resultados del estudio económico y financiero, a través del cálculo y análisis de indicadores.

A continuación se presenta un cuadro resumen donde se descomponen las variables principales, con sus respectivas dimensiones e indicadores:

Objetivo	Variable	Indicadores	Técnicas de recolección de datos
Factibilidad de la Creación de Local para celebrar fiestas infantiles en la Urbanización Chilemex en Puerto Ordaz	Estudio de Mercado	Demanda (# de personas interesadas en celebrar algún evento infantil en el local)	Entrevistas
		Producto (Tipo de servicio o bien mayormente consumido por la población de estudio)	Entrevistas
		Producto (Tipo de servicio o bien requerido por la población de estudio)	Entrevistas
		Oferta (Tipo de empaque, producto físico y marca del producto ofrecido por los locales de fiesta infantil existentes en la zona)	Entrevistas y Observación
		Oferta (Tipo de servicio o bien ofrecido por los locales de fiesta infantil existentes en la zona)	Entrevistas y Fuentes secundarias (Publicidad)
		Precio (Precios promedio del consumo por persona en los locales de fiesta infantil de la zona)	Entrevistas y Fuentes secundarias (Publicidad)
		Promoción (Tipo de publicidad que ofrecen los locales infantiles existentes en la zona)	Entrevistas y Observación
		Promoción (Cupones o combos de consumo que ofrecen los locales infantiles existentes en la zona)	Entrevistas y Observación
		Promoción (Exhibidores, mueblería e infraestructura que ofrecen los locales infantiles existentes en la zona)	Entrevistas y Observación

Tabla 1. Operacionalización de Variables y Estrategia de Recopilación de información (Estudio de Mercado)

Factibilidad de la Creación de Local para celebrar fiestas infantiles en la Urbanización Chilemex en Puerto Ordaz	Estudio Técnico	Tamaño (determinación del mercado objetivo y potencial)	Mercado potencial y mercado objetivo.
		Tamaño (determinación de la tecnología a utilizar y su disponibilidad en el mercado).	Fuentes secundarias: referencias en el mercado de la zona.
		Tamaño (evaluar el financiamiento para la obtención del local que se acondicionará como salón de fiestas infantiles).	Fuentes secundarias: referencias en los bancos y precio de alquileres y venta de locales.
		Tamaño (No. De personas para prestar el servicio).	Fuentes secundarias: Entrevistas y observación.
		Localización (evaluar la localización más conveniente del local en función a: transporte, mano de obra, insumos, economías de aglomeración y descentralización).	Elaboración de una matriz ponderada en función de la incidencia de cada uno de los factores en el estudio.
		Ingeniería de proyecto (identificar la tecnología básica, maquinaria y equipos utilizados en los establecimientos que prestan el mismo servicio que se pretende ofrecer).	Fuentes secundarias: entrevistas y observación a dueños y locales similares que presten el servicio.
		Ingeniería de proyecto (identificar la calidad de los servicios prestados por los establecimientos similares al que se pretende crear en la zona).	Fuentes secundarias: entrevistas y observación a dueños y locales similares que presten el servicio.
		Organización de la empresa (establecer el perfil necesario del personal a contratar, su clasificación e incidencia en los costos y capital de trabajo, sus beneficios y prestaciones).	Fuentes secundarias: referencias y modelaje matemático.
		Organización de la empresa (una vez constituida la empresa legalmente y caracterizada, se procede al cálculo de los ingresos, costos y renta bruta).	Fuentes secundarias: referencias y modelaje matemático.
		Organización de la empresa (determinación de las tarifas e impuestos).	Fuentes secundarias: referencias y modelaje matemático.

Tabla 2. Operacionalización de Variables y Estrategia de Recopilación de información (Estudio Técnico)

Objetivo	Variable	Indicadores	Técnicas de recolección de datos
Factibilidad de la Creación de Local para celebrar fiestas infantiles en la Urbanización Chilemex en Puerto Ordaz	Estudio Económico Financiero	Inversión Inicial (costos).	Modelo matemático
		Estado de Ganancia y Pérdidas	Modelo matemático
		Balance General.	Modelo matemático
		Rentabilidad del Proyecto.	Modelo matemático
		Valor presente neto	Modelo matemático
		Período de Recuperación	Inversión Total / Utilidad promedio anual
		Relación beneficio Costo	Relación beneficio: costo mayor a 1, se acepta; igual a 1, es indiferente; menor a
		Punto de equilibrio	$P.E = \text{costo} / (1 - (\text{costo variable} / \text{ventas}))$ para un mismo período.
		Tasa Interna de Retorno (TIR)	Modelo matemático
		Análisis de Sensibilidad	Modelo matemático

Tabla 3. Operacionalización de Variables y Estrategia de Recopilación de información (Estudio Económico Financiero)

3.8 Cronograma de Trabajo

El proyecto de estudio se desarrolló en un tiempo de diez (10) semanas, lo que permitió estimar y alcanzar los objetivos propuestos, tal y como se puede ver en el siguiente Figura 8.

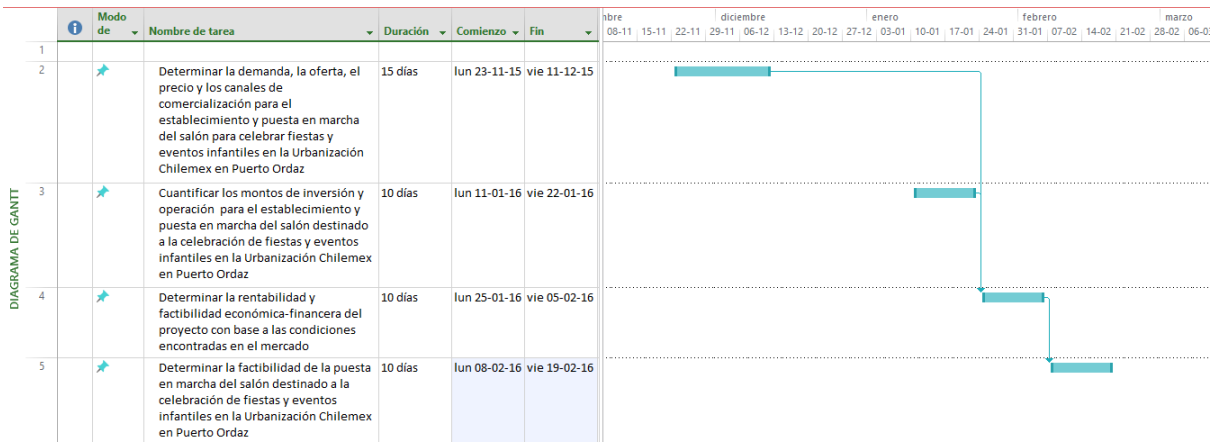


Figura 5: Cronograma de Trabajo

3.9 Consideraciones éticas del proyecto.

En esta investigación se respetará la propiedad intelectual y los derechos de autor de los creadores de los documentos, textos e investigaciones que sirven de soporte. Referencia y apoyo al estudio del proyecto, manteniendo y conservando el propósito y objetivo de hacer lo correcto. El resultado de esta investigación es profesional, ya que parte de análisis y resultados comprobados con formulas empíricas, así como citas y consultas bibliográficas debidamente consultadas.

Por otra parte, también se considerarán las contempladas en el Código de ética y Conducta Profesional del (Project Management Institute (PMI), 2013) en las que están contenidos los cuatro valores identificados como los más importantes para la comunidad de la dirección de proyectos: responsabilidad, respeto, equidad y honestidad.

Por último, no menos importante, también se toma en cuenta el código de ética profesional vigente del Colegio de Ingenieros de Venezuela (CIV), principal disciplina que sustenta los proyectos de este estudio.

3.10 Estructura de Desglose de Trabajo (EDT)

La EDT que se muestra incluye el desarrollo de los tres (3) objetivos específicos planteados en el Capítulo I del presente documento:

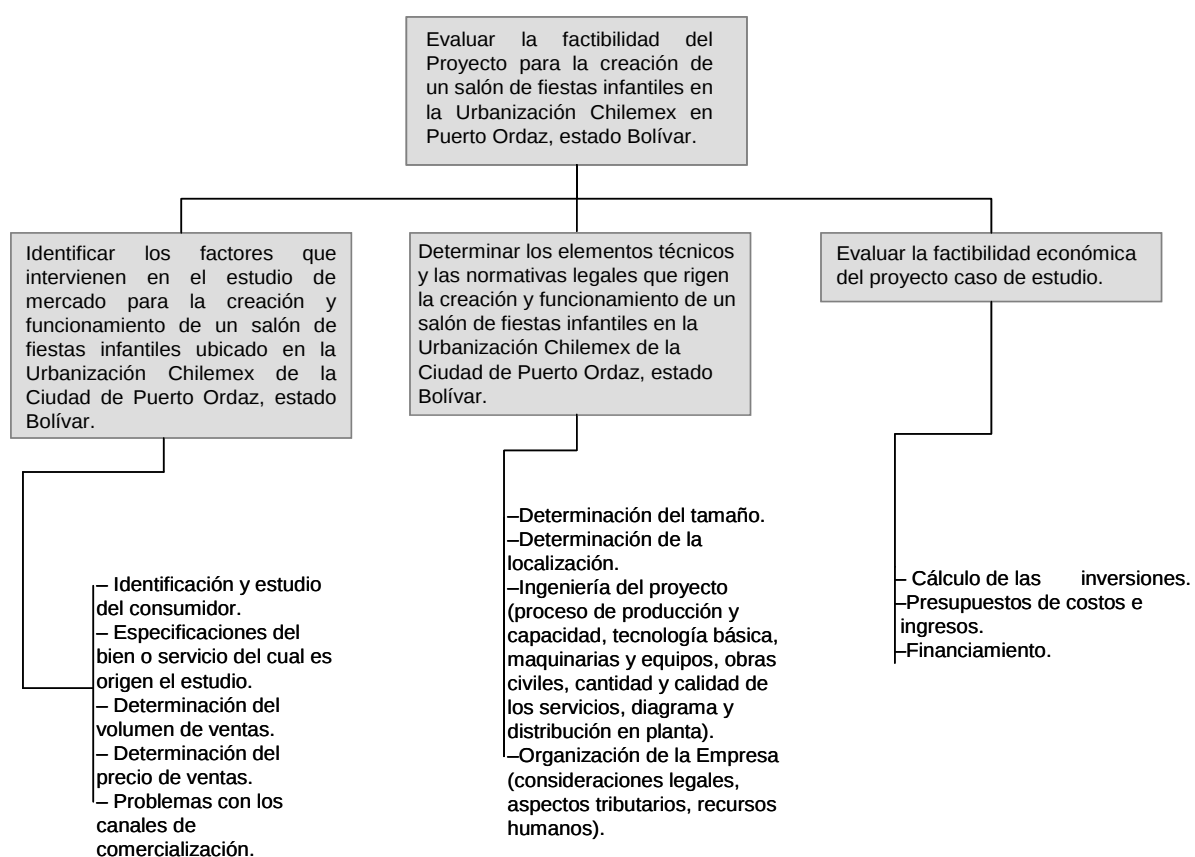


Figura 6: Estructura Desagregada de Trabajo (EDT).

CAPITULO IV

MARCO REFERENCIAL

Para mejorar la comprensión del desarrollo del proyecto en estudio, así como la interpretación de los resultados obtenidos, se hizo necesario considerar aspectos generales y específicos que sirvan de referencia con respecto al mercado en el que se desenvuelve el proyecto de factibilidad para la Creación de un salón para la celebración de fiestas infantiles en la Urbanización Chilemex en la Ciudad de Puerto Ordaz.

4.1 Elementos Claves para la Inversión en Puerto Ordaz

Son múltiples los factores que los inversionistas toman en cuenta al momento de iniciar un nuevo negocio, con el objeto de minimizar la inversión inicial y los costos de procesamiento, optimizar los procesos de comercialización y asegurar las condiciones para el futuro crecimiento. De allí que los vínculos entre el sector empresarial y el entorno social deben basarse en un conocimiento preciso de las fortalezas y debilidades que caracterizan el lugar donde se asiente la actividad productiva.

El Consejo Nacional de Promoción de Inversiones (CONAPRI) elabora un Estudio para determinar las Ciudades Más Atractivas para Invertir en Venezuela” (Conapri, 2011). En su VII edición los técnicos de Conapri dieron continuidad a la metodología empleada en las presentaciones previas, destacando el Índice de Atracción de Inversiones (IAI) que "ofrece una visión panorámica o de conjunto de todos aquellos factores que inciden en la atracción de inversiones".

Ese Índice agrupa un compendio de datos y estadísticas que son clasificados en dos subíndices, el del entorno micro y el del macro; en el primero se incluyen variables como Recursos Humanos, Infraestructura (vialidad, transporte terrestre y aéreo), Servicios Públicos y Calidad de Vida y, en el segundo, se considera el Tamaño (población, hogares no pobres, hogares con televisión por cable y vehículos) y el Desempeño Económico (consumo eléctrico, cartera de créditos de la banca universal, número de empleados públicos por cada 1000 habitantes, tasa de desempleo). Este índice permite comparar el atractivo de cada estado, considerando los factores de recursos humanos, infraestructura, servicios básicos, calidad de vida, tamaño y desempeño. En esta medición publicada en el año 2011, se ubica al Estado Bolívar en sexto lugar en cuanto a su atractivo para invertir en él, recuperando el lugar que ocupaba en 2006.

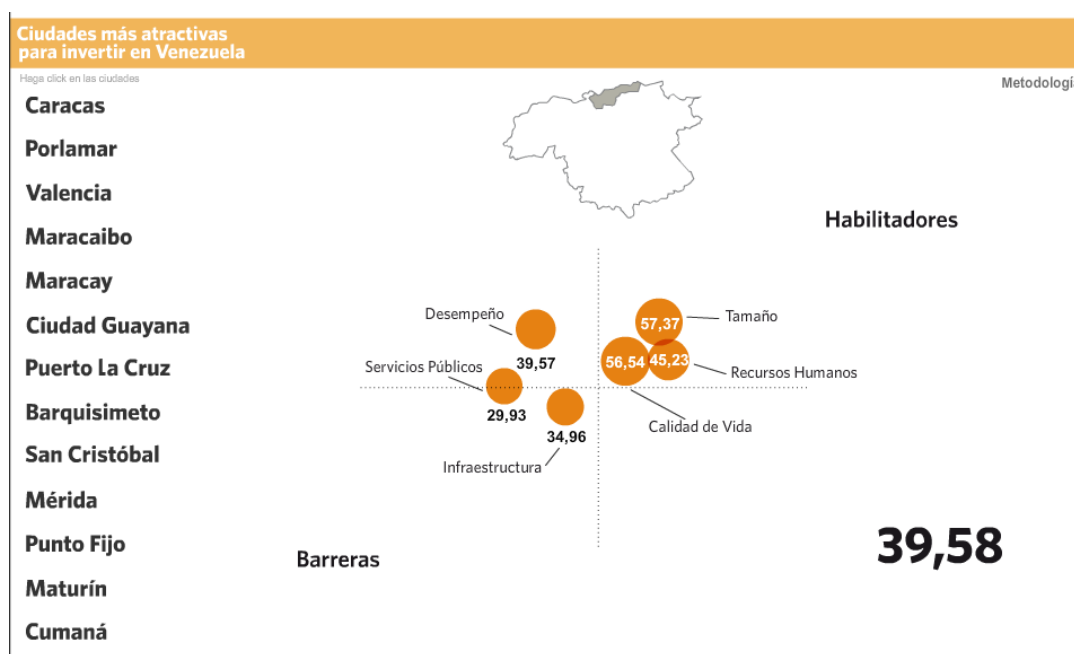


Figura 7: Las barreras y oportunidades de Ciudad Guayana con potencial para la inversión.

Fuente: Consejo Nacional de promoción de inversiones (Conapri). (2011).

Los principales factores que contribuyen al nivel de atractivo del Estado Bolívar son la Calidad de Vida, el Tamaño y los Recursos Humanos; en tanto que los Servicios

Públicos, el Desempeño y la Infraestructura de la región son puntos de atención porque pueden pasar de habilitadores a barreras para nuevas inversiones. (CONAPRI, 2011)

Según el Censo de población hecho por el INE en el año 2011, el crecimiento de la población en el Estado Bolívar para el año 2015 será de 16.3% con respecto a la del 2001, siendo el Municipio Caroní el que ocupa el primer lugar en ambas fechas censales, concentrando más del 50% de la población total de la entidad. Esto se debe al gran movimiento y desarrollo económico conseguido por la inversión del Estado en grandes Proyectos como: la remodelación y adecuación del Aeropuerto internacional Ciudad Guayana, la construcción del segundo puente sobre el río Orinoco, la construcción de la represa Caruachi, y próximamente Tocoma.

En el campo del comercio de bienes y servicios, Puerto Ordaz se ha convertido en otras de las ciudades donde gran parte de la inversión privada se ha enfocado en la construcción de centros comerciales. Entre ellos se pueden mencionar el centro comercial Babilonia, Biblos, Porto Fino, la segunda etapa del centro comercial Ciudad Alta vista, y, uno de los más modernos centros comerciales del país, el Orinokia Mall.

Este Mall es el centro de ventas de bienes y servicios más importante del estado. Además de otros servicios, el 12,07% de los locales corresponde a oferta gastronómica, en específico restaurantes temáticos, locales de comida rápida, tiendas de bombones, chocolates y dulces, heladerías, y, finalmente, panaderías y pastelerías. Este proyecto generó la contratación de más de 30 subcontratistas, y la inmigración de inversionistas de pequeñas y grandes empresas.

Otro de los factores que convierte a Ciudad Guayana en una localidad con modernas infraestructuras y ventajas claras en servicios, es su condición de sede de grandes empresas básicas, específicamente en Puerto Ordaz, tales como SIDOR, EDELCA, VENALUM, FERROMINERA, entre otras.

Aunque el índice del nivel de vida es un parámetro cuantificable pero no toma en cuenta todas las dimensiones imaginables, subjetivas y objetivas, en Bolívar, según el INE, este índice ha descendido (ver Gráfico 2) desde el 2005 al 2010, sin embargo siempre se muestra por encima de la media nacional, siendo este resultado

importante a la hora de evaluar las variables que impactan en la selección de un servicio en el que se pretenda invertir y que no sea de primera necesidad.

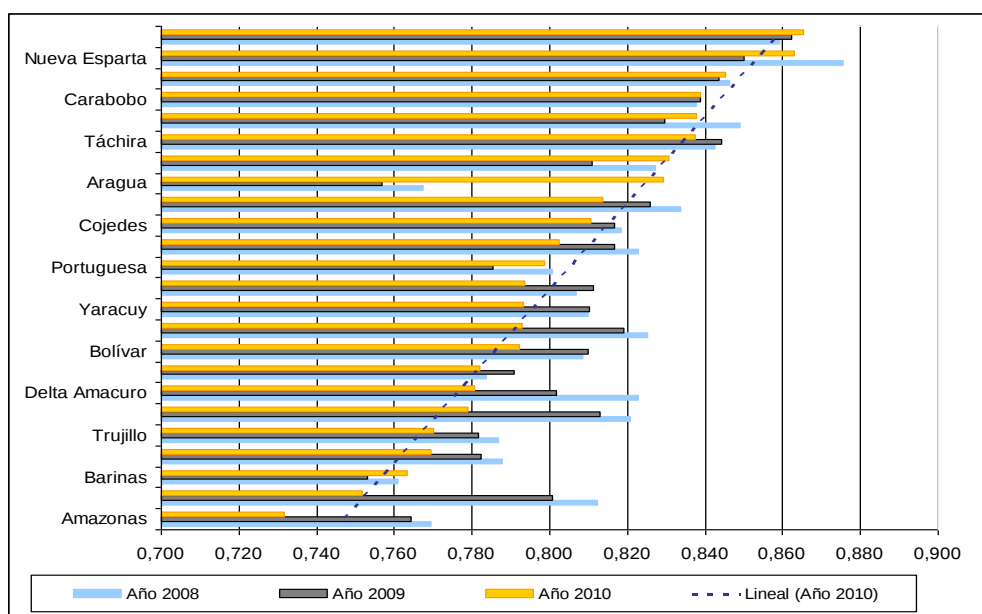


Figura 8. Índice de Nivel de vida a Nivel Nacional.

Fuente: INE (2011).

No se puede obviar que aunque se exponen muchas variables favorables para incentivar la inversión en Puerto Ordaz, hay un factor que afecta a nivel nacional y en especial, en esta localidad, la definición del proyecto: la inseguridad.

Según el Informe del Observatorio Venezolano de Violencia (EFE, 2014), los resultados obtenidos nos indican que conservadoramente podían estimar que el año 2014 concluiría con 24.980 fallecidos y una tasa de 82 muertes violentas por cada 100 mil habitantes. Esta tasa muestra un leve incremento con relación a la reportada para el año 2013, una vez ajustada la base poblacional del cálculo, lo cual indica que no han existido avances en el control del delito y la violencia en el país, a pesar de los importantes anuncios y planes desarrollados por las autoridades. Con esta tasa, o con otra todavía más conservadora calculada por la Organización Mundial de la Salud (OMS-WHO, 2014), Venezuela está ubicado como el segundo país con la más alta tasa de homicidios del mundo, sólo superado en su magnitud por Honduras (con

una tasa de 104 por 100mil/hab.), quien ocupa el primer lugar. En Venezuela se cometen muchos más asesinatos que en países considerados tradicionalmente violentos como Jamaica (con una tasa de 45 por 100mil/hab.), El Salvador (con 44 por 100mil/hab.), Colombia (44 por 100mil/hab.) y con una tasa mucho más elevada que la de Brasil (32 por 100mil/hab.) o México (22 por 100mil/hab.) No obstante, por otro lado, según el estudio de la Organización Civil Mexicana Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública (CCSP), por quinto año consecutivo, Ciudad Guayana se posiciona entre las primeras 20 ciudades más violentas del mundo para el año 2014. (Dam, 2014)

Yendo hacia el plano nacional, según cifras oficiales del Ministerio del Poder Popular de Relaciones Interiores y Justicia (MPPRJ), de los 24 estados que conforman el territorio, nueve son los más peligrosos con diez mil cuatrocientos veintiún (10.421) muertes y acaparan el 75% de los homicidios en 2010. De estos nueve estados, Bolívar se ubica en el puesto siete (7) con seiscientos veinticinco (625) homicidios registrados en ese año. Esto nos lleva a la conclusión de que, cualquier proyecto que se quiera emprender debe considerar esta variable como potencial antes los riesgos a los que estará expuesto el mismo.

4.2 Marco Legal

El Marco legal de este estudio se rige bajo las siguientes leyes, Normas y Procedimientos:

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 20 de Diciembre de 1999.
- Ley Orgánica del Trabajo de los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT), Decreto Presidencial Nro. 8.938, Publicado en la Gaceta Oficial Extraordinaria Nro. 6.076 de fecha 7 de mayo de 2012: Trata las relaciones y situaciones jurídicas derivadas de la relación laboral como hecho social.
- Ley Orgánica de Ordenación Urbanística, Gaceta Oficial N° 33.868 de fecha 16 de diciembre de 1987: Tiene por objeto la ordenación del

desarrollo urbanístico en todo el Territorio Nacional con el fin de procurar el crecimiento armónico de los centros poblados.

- Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social, Gaceta Oficial n° 37.600 de fecha 30 de diciembre de 2002: establece y regula la rectoría, organización, funcionamiento y financiamiento, la gestión de sus regímenes prestacionales y la forma de hacer efectivo el derecho a la seguridad social por parte de las personas sujetas a su ámbito de aplicación, como servicio público de carácter no lucrativo, de conformidad con lo dispuesto en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y en los tratados, pactos y convenciones sobre la materia, suscritos y ratificados por Venezuela.
- Ley de Política Habitacional
- Ley que regula el Sistema de Paro Forzoso y Capacitación Laboral, Gaceta Oficial Extraordinario n° 5.392 de fecha 22 de octubre de 1999: desarrolla los principios, derechos y obligaciones de los trabajadores afiliados, empleadores y entes que intervienen en la dirección, regulación, financiamiento, administración, supervisión y utilización de los servicios y prestaciones dinerarias del Sistema, de conformidad con las disposiciones contenidas en la Ley Orgánica de Seguridad Social.
- Ley Sobre el Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES).
- Ley de Impuesto Sobre la Renta, Gaceta Oficial N° 5.566 Extraordinario de fecha 28 de diciembre de 2001.

CAPITULO V

ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Presentación y análisis de los resultados.

En este Capítulo se muestran los resultados obtenidos de la investigación que se efectuó aplicando las técnicas de recolección de información y siguiendo la metodología descrita en el capítulo III (Marco Metodológico) para obtener los objetivos, general y específicos.

En primer lugar se aplicaron las encuestas a la población y muestra específica para este estudio, luego se hicieron las entrevistas y visitas directas a los locales de la zona que prestan servicios similares a fin de obtener, por medio de la observación, datos importantes sobre las tendencias de las fiestas de niños, y paralelamente se ingresó en los espacios de acceso público de la web (instagram y facebook) enfocados en la publicación de eventos y celebraciones infantiles para tomar tips acerca de enfoques y nuevas alternativas que se presentan en el mercado.

Luego, esta información se clasificó y organizó de tal manera que facilitara su manejo para procesarla a través de métodos cuantitativos (estadística) e identificar los principales componentes del mercado, para posteriormente determinar la factibilidad económica-financiera del proyecto en estudio. Para la presentación de los resultados se utilizaron tablas y cuadros que facilitaron su comprensión a lo largo del estudio y desarrollo del proyecto.

Este estudio propone “**Evaluar la factibilidad del Proyecto para la creación de un salón de fiestas infantiles en la Urbanización Chilemex en Puerto Ordaz, estado Bolívar**”, como una opción a las familias residentes o que vivan cerca de esta zona, que deseen celebrar algún evento infantil, en un salón de fiestas equipado y acondicionado para prestar excelente servicio y atención, desde la planificación

hasta el desarrollo del evento, ofreciendo precios competitivos y accesibles, y una variedad de opciones en decoración, recreación y servicios extras, que les permita seleccionar la que se ajuste mejor a su presupuesto. Para ello se determinó la posición actual del mercado frente a la posible incursión de este negocio, para determinar los factores de riesgos y las probabilidades de éxito.

A continuación se presenta el análisis basado en los resultados obtenidos, explicando detalladamente los puntos críticos y claves para determinar que el proyecto es factible.

5.2. Estudio de Mercado

Para el estudio de mercado se hizo un muestreo no probabilístico intencional de los locales que prestan el servicio de celebración de fiestas infantiles en zonas cercanas a la Urbanización Chilemex. Con esto se pretendió identificar los servicios y productos que la población está dispuesta o interesada en adquirir a los precios establecidos por el mercado existente. Para ello se aplicó la observación directa en sus instalaciones y la aplicación de entrevistas a dueños y encargados, y se pudo conocer las limitaciones y parámetros presentes en los mismos, así como las variables comparativas de unos con otros, tales como: servicios, precios, decoración, productos, entre otros. Con esta información se pudo determinar la oferta del servicio que actualmente existe en la zona.

En la Tabla 4 se presenta un resumen de los locales de fiestas identificados como competencia potencial ya que fueron los que, por los resultados en las encuestas aplicadas (Ver Grafico 11) tienen la mayor preferencia en las madres y que, a pesar de no estar dentro de la zona donde se instalará el Salón de Fiestas de este Proyecto (Urbanización Chilemex), pudieran representar una referencia de mercado.

Tabla 4. Ubicación de los salones de Fiestas en Puerto Ordaz.

Nombre del parque infantil	Ubicación
McDonald's con parque	4 Locaciones con parque dentro de sus instalaciones: Carrera la Paragua, Puerto Ordaz. Calle Caura, Puerto Ordaz. Av.Norte Sur 03, Puerto Ordaz y Monte Carmelo, Puerto Ordaz.
Fiesta Park	Centro Comercial Ciudad Alta Vista II, en el 2do piso, diagonal a la Pista de Hielo, dentro de las instalaciones del parque Ciudad Alta Vista Park. Puerto Ordaz. Edo. Bolívar
Espejito Espejito	C.C. Ciudad Altavista II Local 120 Puerta 7, Puerto Ordaz.

5.2.1. Segmentación del mercado

Puerto Ordaz es una de las dos (2) regiones que conforman Ciudad Guayana, y es un punto geográfico importante y estratégico, no solo para la economía propia del Estado Bolívar, sino también del país.

En la siguiente Tabla se presentan las principales variables que se consideraron para determinar el segmento del mercado del proyecto:

Tabla 5. Segmento de Mercado

Variables Demográficas	
Ingresos	Familias con ingreso superior al salario mínimo (11.578 Bs).
Hogares	Familias con niños hasta diez (10) años
Variables Geográficas	
Ciudad	Puerto Ordaz
Municipio	Caroní
Zona	Urbana
Región	Ciudad Guayana
Estado	Bolívar

La Urbanización Chilemex se caracteriza por estar conformada por una serie de conjuntos residenciales y edificios cuyos propietarios cuentan con un poder adquisitivo alto (Clase media a media alta, estratos sociales tipo A y B), por lo que

buscan productos y servicios de alta calidad y de precios atractivos. Así mismo, muchas de estas residencias no cuentan con instalaciones apropiadas para la celebración de eventos y fiestas, por lo que este tipo de salones presenta una solución a un mercado cautivo y que, demás, no existe en gran cantidad y variedad en Puerto Ordaz.

Por lo tanto, el segmento de mercado del proyecto lo constituyen las familias que viven, tanto en esta zona, como en las más cercanas, cuya fuente de ingreso supera el salario mínimo mensual.

5.2.2. Determinación de la Demanda

El Estado Bolívar está conformado por once (11) Municipios, entre los que se encuentra el Municipio Caroní, cuya población es de 892.269 habitantes, con base al censo 2011, según entidad federal y municipios, 2000-2050, publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Tabla 6. Población del Estado Bolívar y Municipio.

Entidad Federal / Municipio	1.780.899
Caroní	892.269
Cedeño	101.800
El Callao	25.338
Gran Sabana	37.930
Heres	414.154
Piar	124.476
Bolivariano Angostura	52.205
Roscio	27.226
Sifontes	62.798
Sucre	24.327
Padre Pedro Chien	18.376

Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas (2011).*

La atención de este proyecto se concentró principalmente en las urbanizaciones que conforman una de las siete (7) Parroquias del Municipio Caroní, específicamente la Parroquia Cachamay, sin embargo, aspira difundir sus servicios a otras zonas, de

manera de garantizar un mayor éxito, tales como Parroquia Universidad y Parroquia Unare.

Tabla 7. Población del Estado, Municipio, Parroquia y porcentaje.

Estado Bolívar	1.780.899	% con respecto a la Población Edo. Bolívar
Municipio Caroní	892.269	50
Parroquia Cachamay	54.530	3
Parroquia Chirica	120.122	7
Parroquia Dalla Costa	87.771	5
Parroquia Once De Abril	108.885	6
Parroquia Simón Bolívar	91.344	5
Parroquia Unare	218.251	12
Parroquia Universidad	69.459	4
Parroquia Vista Al Sol	102.634	6
Parroquia Pozo Verde	27.503	2
Parroquia Yocoima	8.864	0
Parroquia Cinco de Julio	2.906	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (2011).

Según esta proyección del INE, la población para el 2016 de la Parroquia Cachamay será de 54.530 habitantes, que corresponden al 3,06% de la población total del Estado Bolívar. Así mismo, según se muestra en la siguiente Tabla, la población de mujeres en el Estado Bolívar en edades comprendidas entre treinta (30) y treinta y nueve (39) años está representada por ciento treinta y nueve mil ochocientos noventa y cuatro (139.894) habitantes y si se toma el mismo porcentaje anterior para calcular la población de mujeres en ese mismo rango de edades pero para la Parroquia Cachamay, el valor sería de cuatro mil doscientos ochenta y una (4.281) mujeres. Sin embargo, se tomó en consideración que el 2,3% de la población (según página web www.datanalisis.com el 1 de julio del 2011) está representado por estratos

A y B, es decir noventa y ocho (98) mujeres, que a fin de cuentas, son las que cuyo poder adquisitivo le permitirá gastar su presupuesto en servicios como los que ofrecerá este proyecto.

Tabla 8. Población del Estado, Municipio, Parroquia y porcentaje según la edad de la mujer.

Mujeres	884.907	Total de mujeres	% 3,06 de la Población	Total de mujeres
0- 4	78.945		2.416	
5- 9	80.588		2.466	
10- 14	80.093		2.451	
15- 19	78.760		2.410	
20- 24	77.118		2.360	
25- 29	77.020		2.357	
30- 34	74.051	139.894	2.266	4.281
35- 39	65.843		2.015	
40- 44	58.324		1.785	
45- 49	52.936		1.620	
50- 54	45.413		1.390	
55- 59	35.548		1.088	
60- 64	26.025		796	
65- 69	19.315		591	
70- 74	13.477		412	
75- 79	9.181		281	
80- 84	6.022		184	
85- 89	3.558		109	
90- 94	1.802		55	
95- 99	733		22	
100 y Más	157		5	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas. Proyección de la población al 30 de junio 2011, según grupos de edad y sexo, 2000-2050.

De esta cantidad de mujeres, se desconoce el porcentaje de madres que estará dispuesta económicamente para afrontar ese gasto. Por lo tanto, la aplicación de encuestas permitió determinar ese porcentaje. Así mismo, también se pretendió calcular el porcentaje de aquellas mujeres de la muestra que pudieran, independientemente de su estrato social (obviando el 2,3 % determinado por

Datanalisis en el 2011), gastar su presupuesto en un servicio como el que pretende prestar este Salón de Fiesta en estudio.

Como primer resultado tenemos que el 75% de las encuestadas resultaron ser mujeres entre treinta (30) y cuarenta (40) años de edad, es decir, de la muestra de cuatro mil doscientos ochenta y una (4.281) mujeres, tres mil doscientos diez (3.210) mujeres están en ese rango de edad.

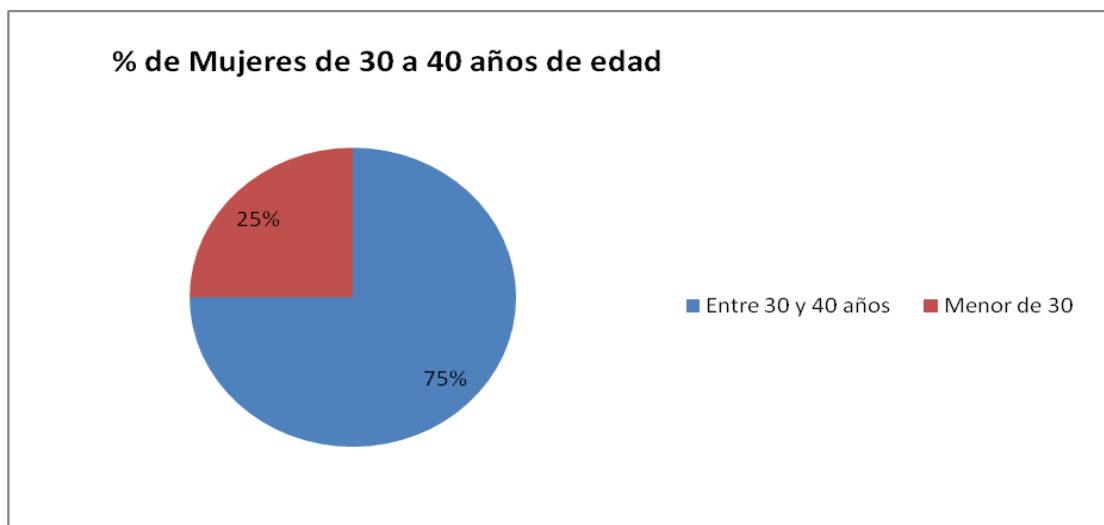


Gráfico 1. *Determinación del porcentaje de mujeres encuestadas entre 30 y 40 años de edad.*

Aunque el 51% de ellas son empleadas, no tomamos en cuenta este valor, ya que actualmente ese no sería un indicador que afecte directamente la disponibilidad de presupuesto para este tipo de gastos. Podemos encontrar familias en los estratos A y B, cuya madre es ama de casa.

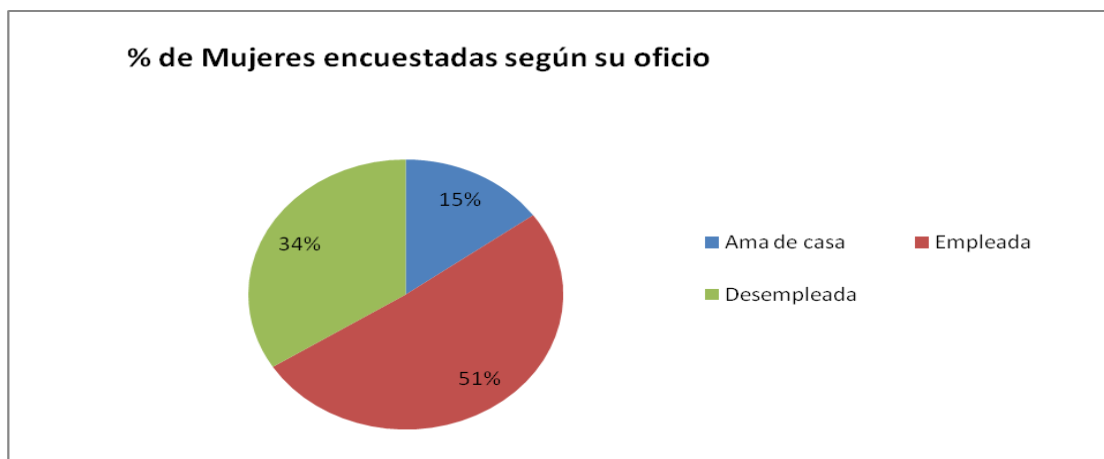


Gráfico 2. *Determinación del porcentaje de mujeres encuestadas según su oficio.*

Seguidamente tenemos que el 89% viven en la Parroquia Cachamay, es decir, dos mil ochocientos cincuenta y ocho (2.858) mujeres.

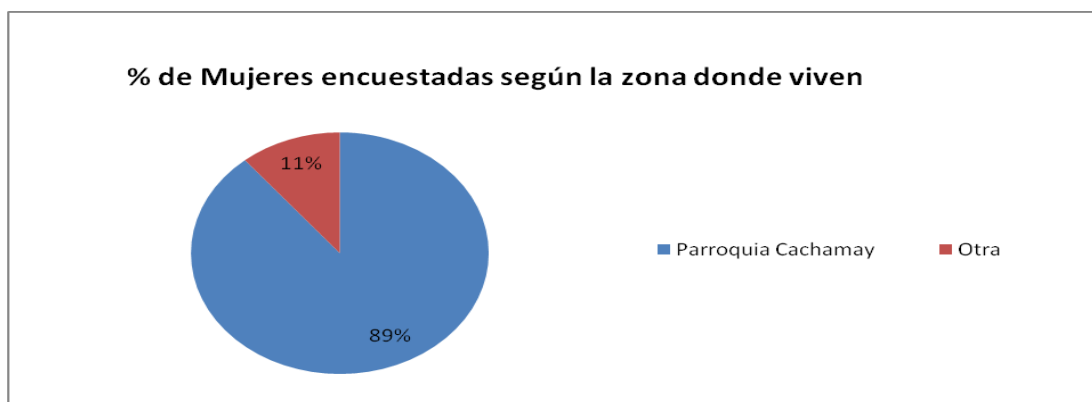


Gráfico 3. Determinación del porcentaje de mujeres encuestadas según la zona donde viven.

También encontramos que 89% tienen más de 2 hijos menores de nueve (9) años es decir, aproximadamente dos mil quinientos cuarenta y tres (2.543) mujeres.

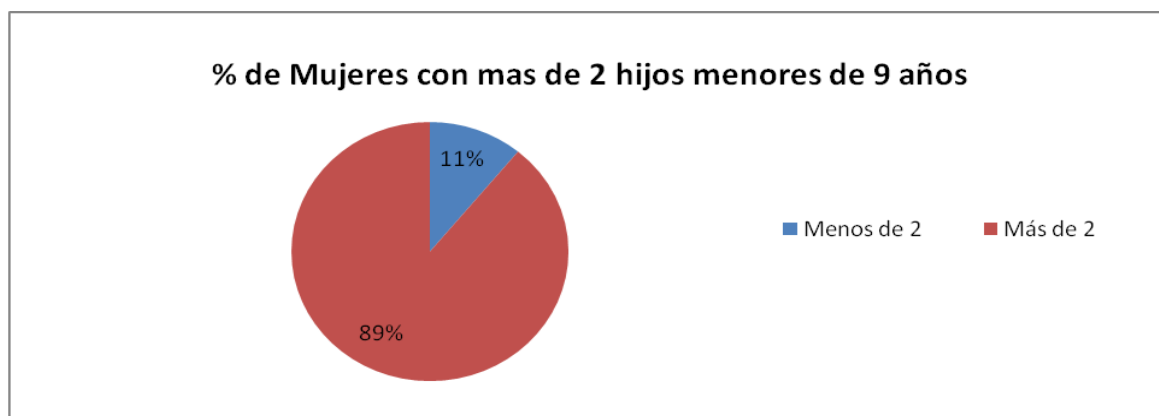


Gráfico 4. Determinación del porcentaje de madres encuestadas con más de 2 hijos menores de 9 años.

Con ese último número determinamos que, al menos, dos mil quinientos cuarenta y tres (2.543) mujeres que viven en la zona donde se encontrará el Salón de Fiestas de este proyecto, tienen las primeras características que consideramos como punto de partida para identificarlas como mercado potencial.

No obstante, al aplicar las encuestas, se determinó un alto porcentaje de mujeres que no han contratado (54%) o no quieren seguir contratando los servicios de un salón de fiestas para celebrar un evento infantil (63%), tal y como se puede evidenciar en los siguientes gráficos.

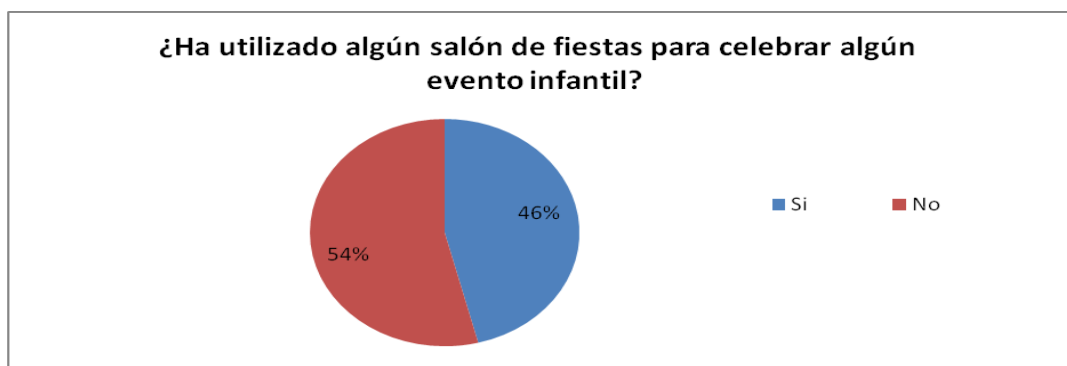


Gráfico 5. *Determinación del porcentaje de madres que utilizan salones de fiestas para celebrar un evento infantil.*

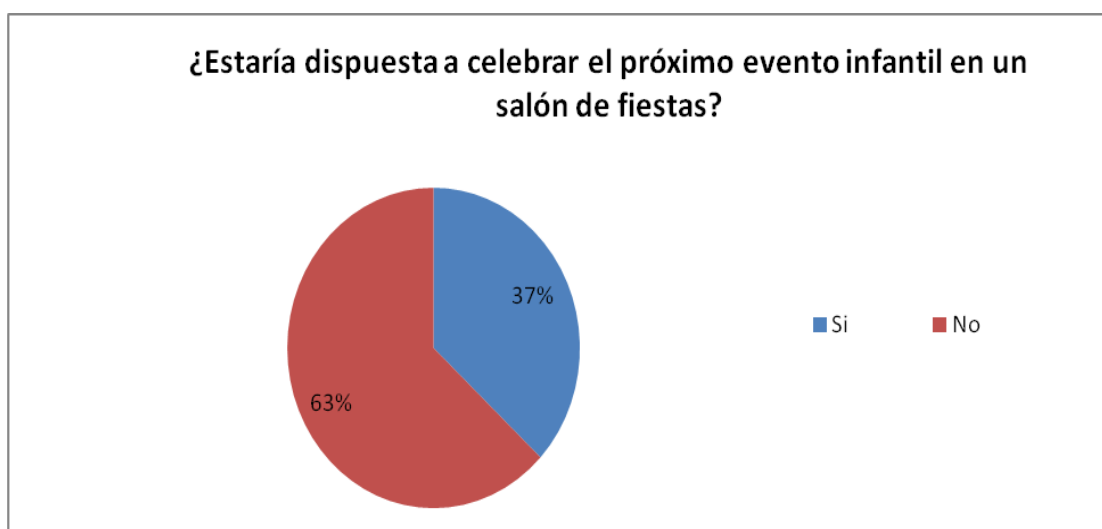


Gráfico 6. *Determinación del porcentaje de madres con intenciones de celebrar un evento infantil en un salón de fiestas.*

Para determinar la demanda de madres que continuarán utilizando un salón de fiestas para celebrar un evento infantil, la encuesta se enfocó en ese 37%, es decir, en las novecientas cuarenta y una (941) madres resultantes hasta este punto.

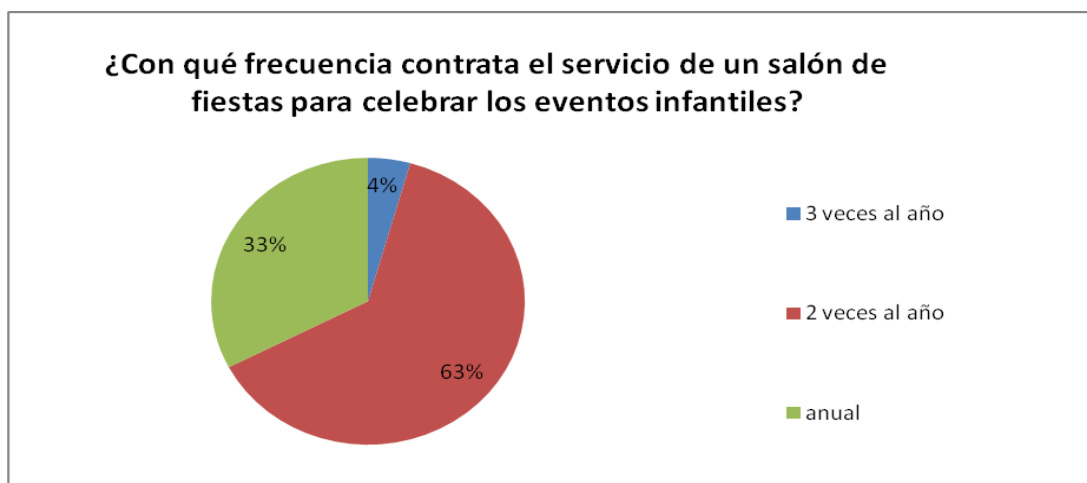


Gráfico 7. Determinación de la frecuencia con que las madres utilizan un salón de fiestas para celebrar eventos infantiles.

Resultó que el 63% de esa muestra de novecientos cuarenta y una (941) madres lo hacen dos (2) veces al año, con lo cual, el número de eventos al año que requerirán será de aproximadamente mil ochocientos ochenta y dos (1.882) fiestas.

5.2.3. Determinación de la Oferta

La oferta de salones de fiesta actuales en Puerto Ordaz es muy limitada, y en la propia Parroquia Cachamay, lugar donde se pretende instalar el salón de fiestas infantiles, no existen, por lo que haciendo uso de fuentes secundarias como herramienta de trabajo y a consultas directas (encuestas), que se le efectuaron a la muestra de este proyecto, se obtuvo información sobre los salones que pudieran considerarse competencia y a las preferencias que tienen las madres para solicitar los servicios que prestan.

A pesar de estar ubicados en otras parroquias. A continuación se presentan en la Tabla 9, un resumen del tipo de oferta que ofrecen los salones de fiestas que se consideraron, con base a los resultados de las encuestas, como los más preferidos por las madres en contratar (Ver Gráfico 11).

Tabla 9. Tipo de servicio prestado por los Salones de Fiestas de Puerto Ordaz.

Nombre del parque infantil	Alcance	Costo	Horarios	Observaciones
McDonald's con parque	Ofrece fiestas por paquete (Basico, tradicional y Plus). El salón tiene una capacidad para máximo 21 niños y máximo por 3 horas. No permiten el consumo de bebidas ni de pasapalos salados que no sean suministrados por ellos. Ofrecen, dependiendo del paquete: cartel de bienvenida, album de fotos, coolers y/o sandwicheras como cotillon. Ofrecen el servicio de una anfitriona para recrear y	Paquete basico 3.000 Bs por 2 horas para 10 niños máximo.	De lunes a domingo de 11:00 am a 2:00 am y de 5:00 pm a 8:00 pm	El costo mínimo es de 27.000 Bs por 2 horas como paquete basico, y como paquete plus el costo es de 35.600 Bs por 3 horas, pero en todos los casos no incluyen los gastos por la torta, dulces, gelatina, entre otros. Los padres no cuentan con alternativas en comida salada, con lo cual, se deben
		Paquete tradicional 6.500 Bs por 3 horas para 21 niños máximo.		
		Paquete plus 11.600 Bs por 3 horas para 21 niños máximo.		
		En todos los paquetes se deben cancelar mínimo 24.000 Bs en consumos en comida de la tienda.		
Fiesta Park	Salón de fiestas mínimo 30 adultos. Los invitados (niño@s) tienen acceso a los parques sin restricciones, así como el público en general que quiera acceder a ellos. El salón no cuenta con mesas, sillas, mesones, etc. Es solo el local acondicionado para hacer privado la celebración de un evento, pero el cliente debe suministrar todo.	22.000 Bs por 3 horas.	De lunes a domingo de 12:00 pm a 6:30 pm.	El cliente debe suministrar todo lo relacionado con el evento, considerando eu el salón solo tiene capacidad para 30 adultos. No ofrecen información por internet ni impresa.
Espejito Espejito	Ofrecen el servicio de celebración de fiestas para niñas (mínimo 5 máximo 15 niñas) por paquete: Paquete 1 incluye peinado y maquillaje, Paquete 2 incluye peinado, maquillaje y manicure y Paquete 3 incluye peinado, maquillaje, manicure y pedicure. Todos los paquetes incluyen invitaciones estándar del negocio, recreadoras, ambiente musical, pasapalos dulces y salados. No incluye bebidas, vasos, platos, cubiertos, servilletas, globos, mantel. Duración del evento: 3 horas. Solo aceptan 5 adultos.	De lunes a jueves para 5 niñas: 45.000 Bs - 55.000 Bs - 75.000 Bs. Según paquete respectivamente.	De lunes a domingo de 12:00 pm a 6:30 pm.	El cliente debe suministrar la torta, gelatina y cualquier otro dulce que no esté incluido dentro de los pasapalos suministrados por el salón (onques, fondue de chocolate, salchichas con salsa, helados, cotufas, refrescos y el hielo). No permiten piñatas. Estacionamiento publico del centro comercial. No ofrecen información por internet ni impresa.
		De lunes a jueves para 10 niñas: 75.000 Bs - 85.000 Bs - 120.000 Bs. Según paquete respectivamente.		
		De viernes a sábado para 5 niñas: 53.000 Bs - 65.000 Bs - 90.000 Bs. Según paquete respectivamente.		
		De viernes a sábado para 10 niñas: 80.000 Bs - 95.000 Bs -135.000 Bs. Según paquete respectivamente.		
		Domingos para 5 niñas: 60.000 Bs - 70.000 Bs -95.500 Bs. Según paquete respectivamente.		
		Domingos para 10 niñas: 75.000 Bs - 100.000 Bs -145.500 Bs. Según paquete respectivamente.		

5.2.4. Producto o servicio

Basado en las entrevistas y en la observación directa en locales similares de las zonas cercanas, se determinó que el servicio que se pretende prestar está definido por un salón que ofrezca servicios y productos básicos para la celebración de una fiesta, tales como: el local, sillas, mesas, decoración sencilla y música; así también otros servicios y productos alternativos que puedan o no seleccionar los padres en base a sus posibilidades económicas, tales como: recreadores, piñata, pasapalos, torta, decoración completa, centros de mesa, shows, entre otros.

Abordando al 37% de las madres que resultaron en las encuestas ser consecuentes con los salones de fiestas, procedimos a determinar cuáles fueron las razones por las que aún siguen siendo usuarios de tal servicio.

La variable más importante resultó ser el precio (37%), seguidamente de mejores instalaciones (17%) y un porcentaje similar a este último, las madres le han dado igual peso a todas las demás variables propuestas (16%). Es importante destacar que el factor con menor porcentaje (2%) resultó ser el hecho de que un salón de fiestas ofrezca nuevas y mejores experiencias.

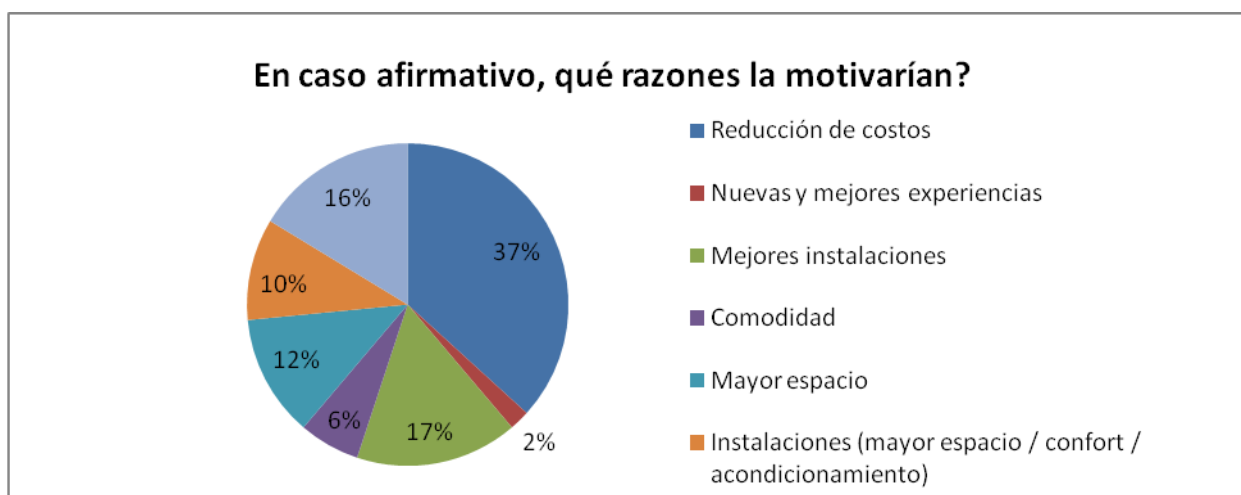


Gráfico 8. Razones para utilizar un salón de fiestas para celebrar eventos infantiles.

También se trató de identificar cuáles factores son los que buscan en los salones de fiesta, porque, aunque existan razones que la motiven a hacerlo, no necesariamente

son las mismas que principalmente le gustaría encontrar en un salón de fiestas. Por ejemplo, una madre que insista en contratar un salón de fiestas porque le gusta celebrar los eventos de sus hijos, lo puede seguir haciendo porque económicamente es la opción que más le conviene (en su casa le saldría más costoso, alquilar un salón y encargarse de todo lo demás sale más costoso, etc), sin embargo, hoy día, los salones de fiestas no le presentan los servicios y productos que ella busca. Esos son los servicios y productos que tratamos de identificar con las siguientes preguntas.

Se obtuvo un resultado similar al anterior, el factor precio es fundamental (40%) y las instalaciones (25%), tanto para las madres que contratan un salón de fiestas porque lo consideran la opción más económica, como las que lo hacen porque es lo que quieren seguir obteniendo a cambio. Sin embargo, en esta oportunidad sale a flote la seguridad (15%) como la variable que buscan las madres en tercer lugar.

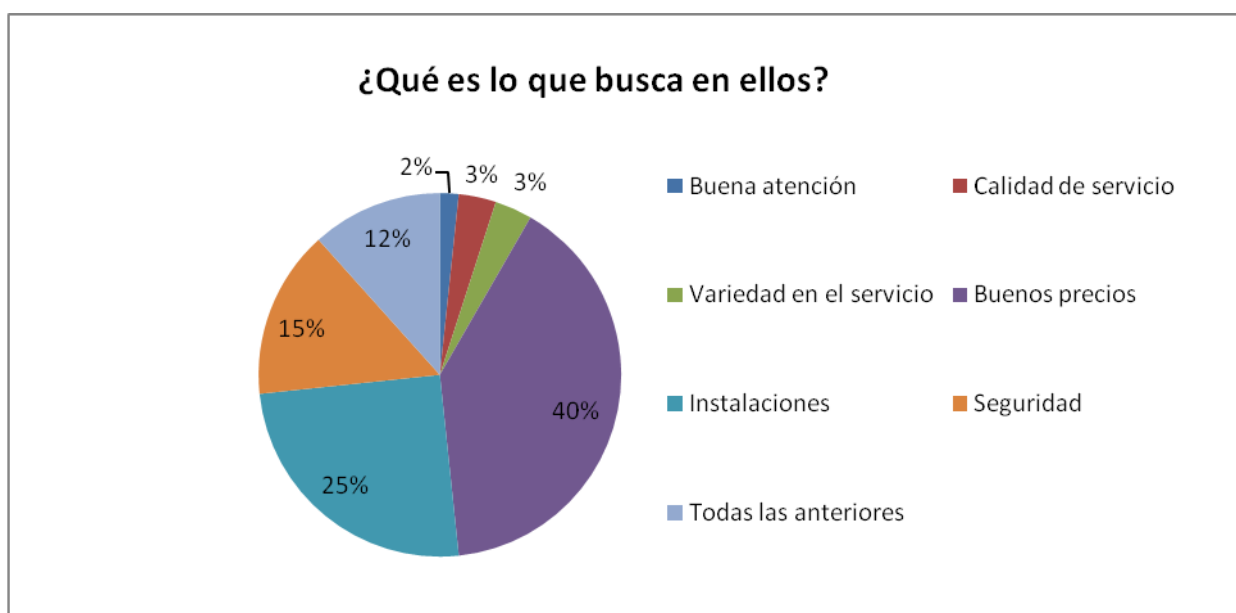


Gráfico 9. Factores que busca en un salón de fiestas para celebrar eventos infantiles.

Entre los productos y servicios más específicos que buscan las madres que quieren seguir contratando un salón de fiestas para celebrar eventos infantiles se encuentran la decoración (27%), el entretenimiento (22%), la torta (16%) y la animación (14%) como los más resaltantes en los gustos de las mismas.

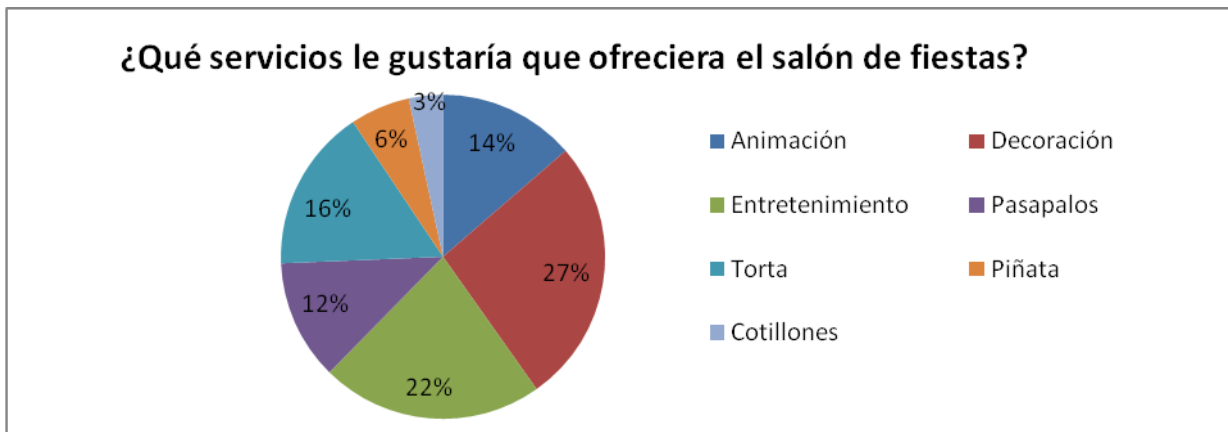


Gráfico 10. Preferencias en servicios que presta un salón de fiesta.

Así mismo, se hizo un estudio de los servicios que pudieran tomarse como referencia debido a su buena aceptación en las madres. A través de la siguiente pregunta se buscó identificar los negocios o locales que sirvieran de comparación, y resultó que McDonald's es el salón que mayor preferencia tiene en las madres que utilizan locaciones para celebrar algún evento infantil (29%), seguidamente de Fiesta Park (25%).

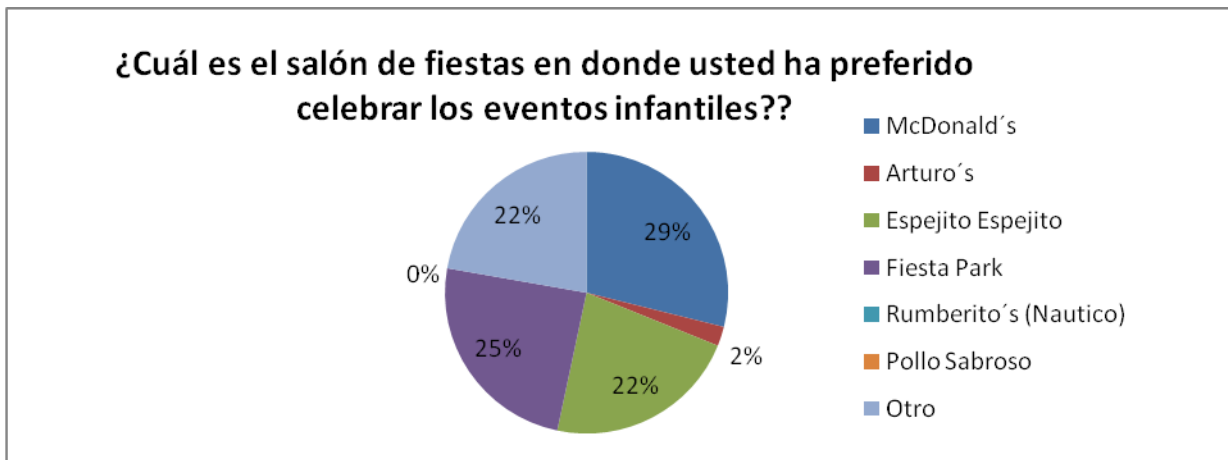


Gráfico 11. Preferencia en salones de fiestas de la zona utilizados.

Los resultados de la siguiente pregunta evaluaron el servicio del salón de fiesta de preferencia como bueno (46%), por lo que asumimos que hay áreas y aspectos en

los productos y servicios del salón anteriormente identificado (McDonald's y Fiesta Park), por mejorar.

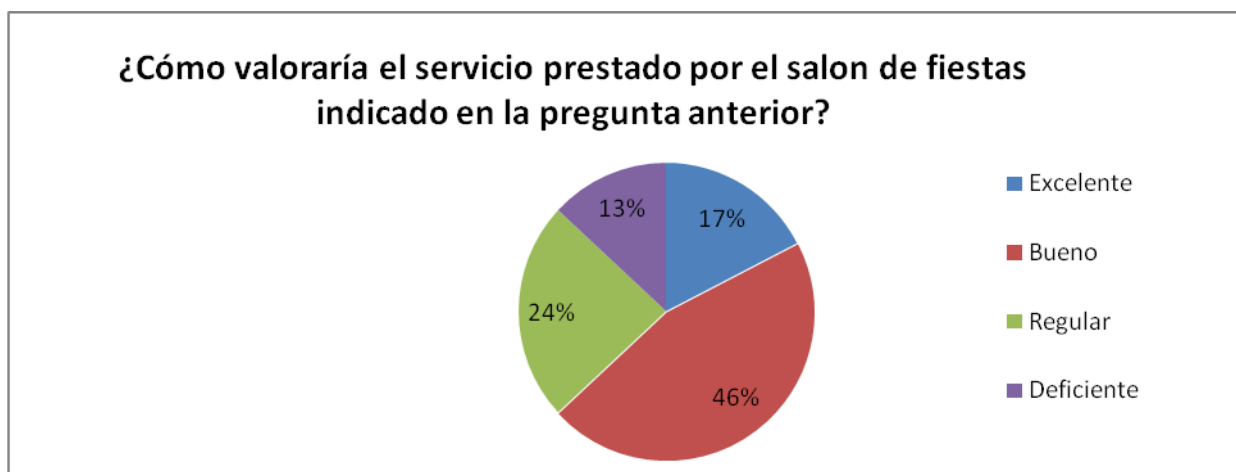


Gráfico 12. Valoración del servicio prestado por los salones de fiestas de la zona.

La siguiente pregunta buscó determinar qué tipo de servicios se podrían mejorar, como área de oportunidad para el Salón de Fiestas de este proyecto si se tomara como referencia los dos (2) salones o locales que seleccionaron la mayoría de las madres (McDonald's y Fiesta Park), cuyo servicio lo calificaron como bueno. El resultado fue que se deberían mejorar las instalaciones (28%) y la seguridad (21%).

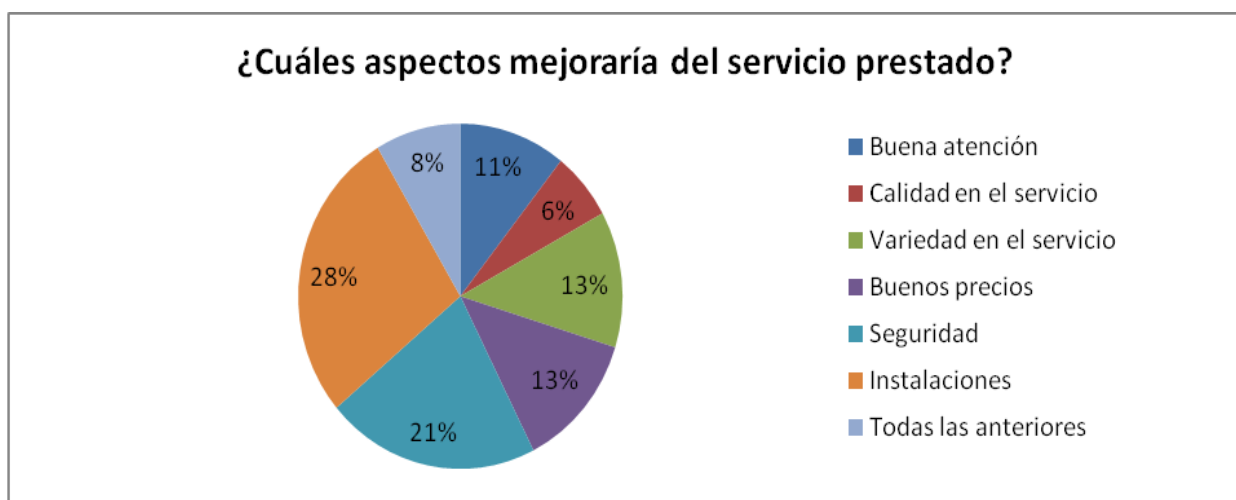


Gráfico 13. Aspectos por mejorar en el servicio que prestan los salones de fiestas de la zona.

Al evaluar el gusto de las madres, independientemente de lo que existe u ofrezcan los salones de fiestas actuales, se determinó que las instalaciones (23%), el precio (21%), la decoración (17%) y la variedad en productos y servicios (17%) son los aspectos que permitirían a las madres escoger un salón de fiestas ideal para celebrar un evento infantil.

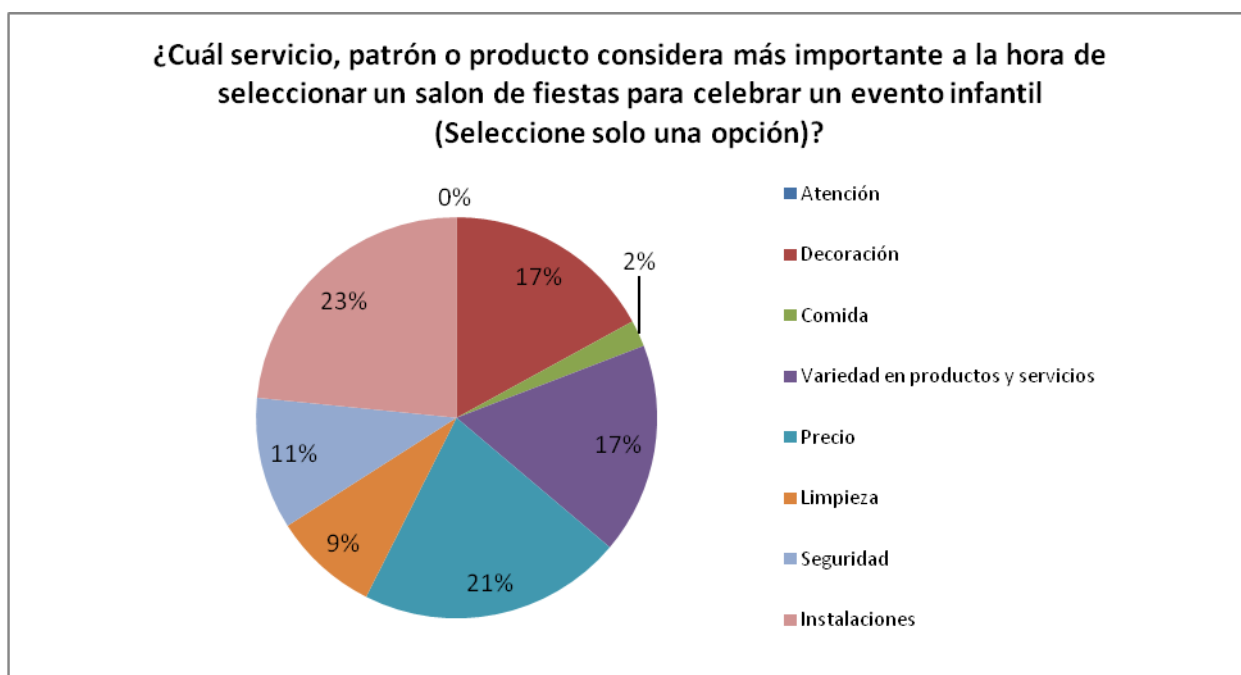


Gráfico 14. Valoración del servicio, patrón o producto a considerar para seleccionar un salón de fiesta infantil de la zona.

Así mismo, el otro grupo de madres, destacando que son la mayoría de las encuestadas (54%), no han utilizado salones de fiestas para celebrar eventos infantiles, por el tipo de servicio (en la cantidad y variedad que existe) (31%), la inseguridad (25%) y la calidad del servicio (22%) que ofrecen los que existen en la zona actualmente.

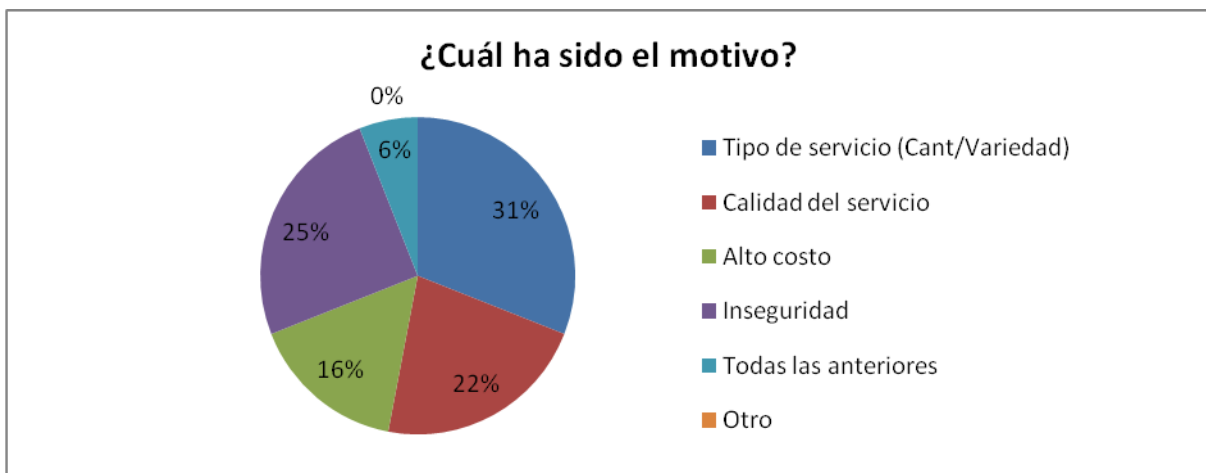


Gráfico 15. Factores que imperan para no utilizar un Salón de Fiestas de la zona.

Como no utilizan salones de fiestas, no se pudo determinar los productos que ofrecen los salones de su preferencia, sin embargo, la siguiente pregunta nos llevó a determinar específicamente cuál lugar utilizarían para celebrar eventos infantiles, y se detectó que, la mayoría (45%), prefiere la alternativa identificada como “otro”, la cual, se trata de malocas privadas de los clubes Italo y Portugués, tal y como lo escribieron en el instrumento aplicado.

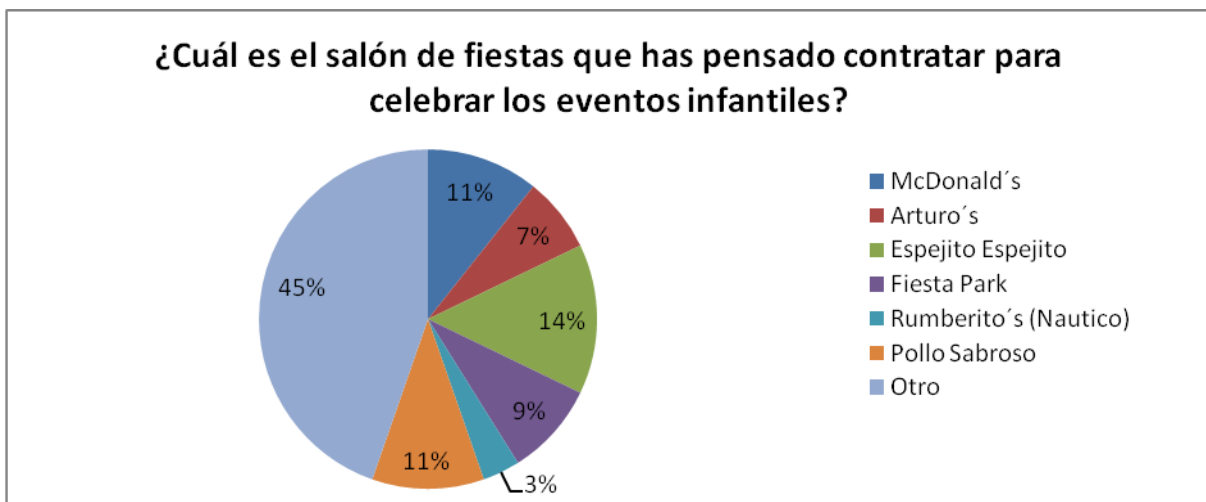


Gráfico 16. Preferencias a la hora de tener que escoger un salón de fiestas de la zona.

El resultado anterior tiene relación con el siguiente, ya que este grupo de madres que no utilizan salones de fiestas seleccionaría “otro” tipo de lugar para celebrar un

evento infantil porque considera que las instalaciones (28%), la variedad en productos y servicios (26%) y la seguridad (26%), que ofrecen los salones de fiestas que existen actualmente en la zona, no satisfacen sus necesidades y expectativas.

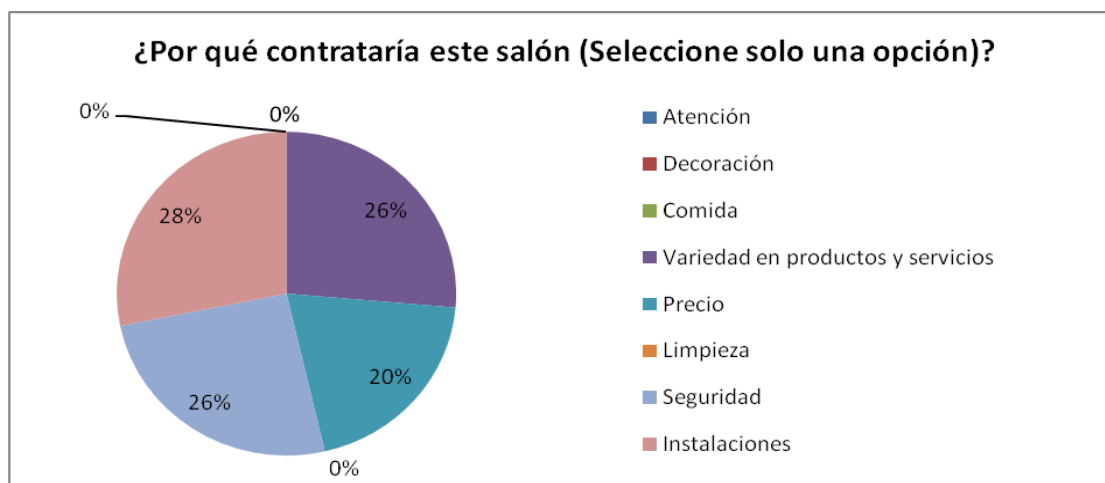


Gráfico 17. Factores que justifican el tipo de salón de fiesta de su preferencia.

A continuación se identificaron cuáles son los servicios y productos en específico que este grupo de madres busca, siendo la decoración (35%), el entretenimiento (34%) y la animación (12%) los factores que se destacaron en la preferencia de ellas.



Gráfico 18. Servicio y/o producto impera al contratar un salón de fiestas para celebrar un evento infantil.

Con estos resultados se presenta la siguiente tabla resumen, donde se clasifican las acciones a tomar por grupos, el primero, enfocado en la aceptación y preferencia de las madres que se identificaron como clientes frecuentes de este tipo de salones

para celebrar eventos infantiles, y el segundo donde el principal objetivo es captar el gusto y satisfacer los requerimientos de las madres que no han encontrado en ninguno de los salones de fiestas que existen en la zona, el lugar apropiado para celebrar sus fiestas infantiles.

Tabla 10. Resumen de resultados. Determinación de Productos y Servicios.

Productos y Servicios	Acción para Primer Grupo	Acción para Segundo Grupo
Precio	Ofrecer un Salón para celebrar eventos infantiles con una propuesta competitiva que proporcione reducción de costos en comparación con otras opciones del mercado.	No presentaron inquietud al respecto
Instalaciones	Mejorar en comparación a las existentes	Buscar referencias en las fiestas de las malocas del Club Italo y Portugués
Seguridad	Mejorar u ofrecer un servicio que garantice el acceso, resguardo y retiro de los vehiculos	
Decoración	Propuesta atractiva que agregue valor al primer factor (precio).	
Variedad en productos y servicios	Propuesta atractiva que agregue valor al primer factor (precio).	Incorporar las opciones de entretenimiento y animación como servicios disponibles.

Con estos resultados, a continuación se presentan los productos y servicios que tendrán y prestará el Local de Fiestas Infantiles de este Proyecto en estudio:

- Fiestas Infantiles de cuatro (4) horas de duración.
- Shows Infantiles de cuarenta y cinco (45) minutos de duración.
- Decoración sencilla, la cual incluye quinientos (500) globos, mantelería en las mesas que se requieran según el número de invitados y en el mesón para la torta y dulces.
- Decoración completa, la cual incluye mil (1000) globos, mantelería en las mesas que se requieran según el número de invitados y en el mesón para la torta y dulces, sillas forradas, banner detrás de la mesa de torta.
- Torta decorada según el número de invitados.
- Pasapalos dulces y salados, según catálogo.
- Piñata mediana sin relleno.
- Recreadores durante el tiempo de la fiesta.

- Centros de mesa en cada mesa.
- Mesonero

El salón de fiestas infantiles pretende prestar sus servicios con las siguientes características:

- Salón de fiestas acondicionado para la celebración de fiestas de niños (as) entre un (1) año hasta diez (10) años, debido a que está dotado de un parque infantil y estaciones de juegos audiovisuales apto para ese rango de edades.
- La duración de la fiesta es de cuatro (4) horas, tiempo en el cual podrá contar con el servicio de una (1) anfitriona encargadas de atender y prestar atención a los invitados y garantizar el mantenimiento de las instalaciones, un (1) mesonero y dos (2) recreadores que animaran y divertirán a los niños durante el evento.
- El salón está dotado de dos baños: uno (1) equipado y acondicionado para el uso de damas y bebés, y otro para el uso exclusivo de caballeros.
- Los servicios de shows deben ser previamente contratados como adicionales.
- El local está disponible todos los días de la semana en el horario: de lunes a viernes de 11 am a 9 pm y los sábados y domingos de 9 am a 11 pm.

La proyección para el primer año de servicio es de seis (6) fiestas por semana, es decir, doscientos noventa y un (291) fiestas al año, esto considerando que el salón estará diseñado para una capacidad máxima de 24 fiestas a la semana, pero se consideró que se utilizará un 23% de su capacidad total y habrá una pérdida del propio proceso de inicio de 12% de ésta capacidad.

Dada la identificación de las necesidades de los posibles clientes y sus preferencias, se pretende presentar la selección de productos y servicios por combos, para así ofrecer mejores precios y permitir que diferentes tipos de clientes encuentren la opción que se ajuste a su presupuesto.

A continuación, en la Tabla 11 se detallan los productos y servicios que se ofrecerán en cada combo:

Tabla 11. Detalles de Productos y Servicios que ofrecerá el Salón de fiestas proyecto.

Tipo de Combo	Servicio Básico	Decoración	Pasapalos salados	Personal	Torta y pasapalos dulces	Otros Servicios	Precio (Bs)
Básico		Propio del salón sin nada adicional	El cliente los suministra	2 anfitrionas y 1 supervisor de eventos.	El cliente los suministra	Ninguno	180.000
1	Aire acondicionado, estacionamiento con vigilancia, multiparques infantiles, área de sonido, TV LCD 32" para películas o TV por cable, 60 sillas tipo tiffany y 8 mesas, 12 puffs rígidos cuadrados en el área del parque, hielo y agua potable ilimitado	200 Globos, flores en mesa de la torta, mantelería en mesón y mesas, banderines y toopers para dulces.	50 cotufas, 500 pasapalos calientes (100 perros, 200 tequeños queso, 100 pastelitos carne, 50 nuggets, 50 bolitas de carne) + 16 litros de refresco (aprox. 200 vasos 7oz.)	2 anfitrionas, 1 asistente de barra, 1 asistente de cocina y 1 supervisor de eventos	Torta 2 o 3 pisos para 50 personas + Gelatina grande + 200 mini dulces (50 brownies + 50 polvorosas + 50 trufas choco + 50 alfajores) + 24 cupcakes + 12 galletas decoradas	Cama elástica	225.000
2		250 Globos, flores en mesa de la torta, mantelería en mesón y mesas, banderines y toopers para dulces, 8 centros de mesa según el motivo del evento y el catálogo disponible.	50 cotufas, 600 pasapalos calientes (100 perros, 200 tequeños queso, 100 pastelitos carne, 50 nuggets, 100 bolitas de carne, 50 mini pizzas) + 20 litros de refresco (aprox. 250 vasos 7oz.)	2 anfitrionas, 1 asistente de barra, 1 asistente de cocina, 1 recreador y 1 supervisor de eventos	Torta 2 o 3 pisos para 50 personas + Gelatina grande + 200 mini dulces (50 brownies + 50 polvorosas + 50 trufas choco + 50 alfajores) + 30 cupcakes + 18 galletas decoradas + 24 cakepops	Cama elástica	250.000
3		300 Globos, flores en mesa de la torta, mantelería en mesón y mesas, banderines y toopers para dulces, 8 centros de mesa según el motivo del evento y el catálogo disponible.	50 cotufas, 700 pasapalos calientes (100 perros, 200 tequeños queso, 100 pastelitos carne, 100 nuggets, 100 bolitas de carne, 100 mini pizzas) + refresco ilimitado (aprox. 250 vasos 7oz.)		Torta 2 o 3 pisos para 60 personas + Gelatina grande + 200 mini dulces (50 brownies + 50 polvorosas + 50 trufas choco + 50 alfajores) + 48 cupcakes + 24 galletas decoradas + 48 cakepops + 40 shots de dulces varios	Cama elástica e Inflable, Piñata mediana con palo (sin relleno)	350.000

5.2.5. Precio por servicio

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (Baca, 2006, p. 53).

Para la formación del precio, se realizó un estudio que consistió en cotejar los precios suministrados, a través de entrevistas no estructuradas, por los locales que se consideraron como referencia con base al tipo de servicio que prestan. Estos salones de fiestas se encuentran en Caracas y Valencia, por lo que la información se obtuvo vía correo electrónico y accediendo a sus páginas web. También se enriqueció y ajustó la base de la información detallada de cada uno de los rubros (productos y servicios) que contiene cada combo, consultando en la zona con proveedores exclusivos de los mismos, tales como Agencia de Festejos, Reposteras, proveedores de mantelería y consumibles en decoración, entre otros.

Tabla 12. Tipo de Combos y precios.

Tipo de Combo	Precio (Bs)
Básico	180.000
1	225.000
2	250.000
3	350.000

5.2.6. Promoción del servicio

Para la promoción del salón de fiestas se utilizarán medios impresos como folletos y volantes que se repartirán en los centros de educación inicial presentes en la zona, en los semáforos cercanos, así como también, se ha diseñado el acondicionamiento

de la fachada del local con un micro perforado con colores vivos, propios de la imagen de la empresa y una valla que llame la atención de todo aquel que pase por al frente del negocio.

También se consideró la construcción de una página de Internet que permita, no solo facilitar el acceso a la información de los servicios que presta el salón de fiestas y la interacción con sus clientes, sino también la incorporación de esta empresa en otros medios digitales que permitan su difusión.

5.3. Estudio Técnico

5.3.1. Localización del Salón de Fiestas

El lugar seleccionado corresponde a una casa propiedad del inversionista, actualmente deshabitada y en venta ubicada en la Urbanización Chilemex, frente al Centro Comercial Chilemex, haciendo esquina entre dos (2) vías principales de esta urbanización como lo son la Calle México y la Avenida Estados Unidos. Esta casa, aparte de ofrecer un área suficientemente grande para acondicionarlo y adaptarlo al servicio que se pretende prestar, su ubicación es ideal para el acceso de los clientes que vivan cerca y lejos de esta localidad, así como también de fácil visibilidad lo que lo convierte en un negocio atractivo a nivel de mercadeo y publicidad. Posee un amplio espacio para ofrecer un estacionamiento privado y seguro. Dispone de todos los servicios básicos necesarios para la ejecución y operación del proyecto: servicio de aguas blancas y negras, energía eléctrica, vialidad, mano de obra, acceso a los insumos, conexión telefónica, entre otros.

Cabe destacar que el costo de oportunidad de este inmueble es de treinta mil bolívares (30.000 Bs) mensuales durante el primer año de operaciones, dejando tres (3) meses de gracia para acondicionarla, costo preferencial que el inversionista está dispuesto a dejar como alquiler mientras esté en funcionamiento este proyecto de salón de fiesta.

El siguiente lugar (31%) lo ocupan las madres que suelen tener entre treinta y sesenta (30 – 60) invitados.

Estos resultados guardan relación con el gráfico 13, ya que en los dos grupos de tipo de madres encuestadas, ambas coinciden que las instalaciones guardan un papel fundamental en la selección del salón para celebrar una fiesta infantil. En los salones de fiestas con mayor aceptación de la zona (McDonald's y Fiesta Park) se disponen de espacios limitados para los invitados, así como para la decoración, animación y demás servicios que también resultaron ser los factores que ambos grupos demandan a la hora de buscar un salón de fiestas.

También coinciden en que ofrecen entretenimiento para niños de diferentes edades disponiendo de parques que no sólo pueden ser usados exclusivamente por los invitados y el cumpleaños, sino también por los niños que también se encuentren en sus instalaciones. Sólo disponen de un área exclusiva para los que celebren el evento en donde ubican las sillas y mesas y un mesón para la torta.

Es por ello que el Salón de Fiestas de este proyecto, desde el punto de vista funcional, está diseñado de la siguiente manera:

- Área de recepción: una (1) oficina equipada y acondicionada para atender al público y desarrollar las actividades correspondientes a la administración y planificación del Salón de Fiestas.
- Área de Sanitario: dos (2) baños acondicionado para prestar el servicio a damas, caballeros y niños, así como los elementos necesarios para atender los cuidados básicos de los bebés.
- Área de depósito: una (1) oficina diseñada para almacenar los insumos básicos para operar el salón de fiestas, así como los productos que se requieran para la decoración y preparación del salón, tanto los que suministre el cliente anticipadamente al evento, como los que ofrece la empresa para la venta.
- Área de entretenimiento: consta de un parque fabricado en plástico, metal, acrílico, tortillería y goma, con una capacidad aproximada para doce (12) niños hasta ocho (8) años. Este parque ocupa un espacio aproximado de doce metros cuadrados (12 m²) y una altura de dos metros (2 m). Una pared

para escalar para niños de 3 a 10 años, que ocupa un área de ocho metros cuadrados (8m²). Por último, se ofrece un área con doce (12) puff o asientos acolchados dispuestos frontalmente a dos (2) televisores pantalla plana de treinta y dos pulgadas (32”), el cual ofrecerá la posibilidad a los niños más grandes de participar en juegos audiovisuales previamente seleccionados por los anfitriones de la fiesta.

- Área de mesas: consta de setenta (70) metros cuadrados para distribuir hasta cinco (8) mesas redondas de ocho (8) personas de capacidad, con sus respectivas sillas de nylon de colores.
- Área de Cocina: dispone de un mesón para distribuir los pasapalos que cliente traiga al evento, como los contratados a la empresa. Ésta área está diseñada con toma eléctrica para que puedan operar electrodomésticos como: microondas, horno, licuadora, entre otros. También se cuenta con la acometida de aguas blancas y negras para la instalación de un fregadero que facilite el mantenimiento y limpieza de ésta área.
- Área del cumpleaños: está diseñada para la colocación de un mesón de tres (3) metros de largo, con la intención de hacer la decoración y presentación especial de la torta y dulces, así como los elementos que convertirán el momento de las fotos, un recuerdo inolvidable.
- Área de música: pequeña área de cinco (5) metros cuadrados diseñada para la instalación del equipo de sonido y cornetas que permitirán entretener y divertir a los invitados con música y la participación, de ser contratado, de los recreadores.

Una vez definido y estimados los metros cuadrados de las áreas operativas del Salón de fiestas, se realizó el cálculo del costo por acondicionamiento de las mismas, considerando previamente la contratación de un especialista en diseño de interiores, Arquitecto y/o Ingeniero que identifique las necesidades y requerimientos acorde con las Leyes y Normas vigentes.

A continuación se presentan en la Tabla 13 el detalle los trabajos asociados al acondicionamiento de las instalaciones.

Tabla 13. Estimación de costos por el acondicionamiento de las instalaciones.

Obras civiles				Mes 1				Mes 2				
Actividad	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	1	2	3	4	5	6	7	8	Total
Suministro e instalación de drywall de techo	130,0	m2	50.400				3.276.000	3.276.000				6.552.000
Empastado y pintura de paredes	1.000,0	m2	4.900							4.900.000		4.900.000
Suministro e instalación de paredes de drywall para división de espacios	8,6	m2	50.400			435.456						435.456
Suministro e instalación de alfombra de piso (area de parque)	24	m2	12.880						309.120			309.120
Instalación de mobiliario y trabajos menores	2%	Total equipos y mobiliarios	30.000								600	600
Acondicionamiento de baño	1	cu	89.900							89.900		89.900
Acondicionamiento de cocina	1	cu	153.640						76.820	76.820		153.640
			Subtotal									12.440.716
Instalaciones Eléctricas y Antincendio												
Suministro e instalación de lamparas especulares	20	cu	40.600				406.000	406.000				812.000
Suministro e instalación de sistema de detección y control de Incendios	1	cu	250.000	83.333	83.333	83.333						250.000
			Subtotal									1.062.000
			Flujo mensual	83.333	83.333	518.789	3.682.000	3.682.000	385.940	5.066.720	600	13.502.716
			Porcentaje (%)	0,62%	0,62%	3,84%	27,27%	27,27%	2,86%	37,52%	0,00%	
			Flujo mensual acumulado	83.333	166.667	685.456	4.367.456	8.049.456	8.435.396	13.502.116	13.502.716	
			Porcentaje acumulado (%)	0,62%	1,23%	5,08%	32,35%	59,61%	62,47%	100,00%	100,00%	

El acondicionamiento de la infraestructura del salón de fiestas que garantice la prestación de los servicios para lo cual fue diseñado, requiere de una gran inversión monetaria, sin embargo, la participación de fuentes de financiamiento externo no se consideraron dentro de estas partidas.

5.3.3. Equipos y Mobiliario

El salón de fiestas contará con el mobiliario diseñado para su correcta operación, tales como: sillas, mesas, mesón, parque infantil, puff, equipos de sonido, escritorio, estantes, entre otros. Así como de equipos principales y auxiliares propios y característicos de cualquier negocio que preste servicios al público y cuente con oficina administrativa. En la Tabla 14 se presentan los costos asociados y cantidades estimadas para equipar y amoblar el salón de fiestas durante el primer año.

Tabla 14. Equipos y Mobiliario

Equipos, Mobiliarios e Insumos	Unidad	Costo (Bs)	Cantidad	Inventario Inicial (Bs)
Escritorio secretarial minialista	cu	30.000	1	30.000
Silla para oficina modelo secretarial	cu	64.000	1	64.000
Mesas modelo cafeteria de nylon	cu	54.000	5	270.000
Silla de visitante nylon	cu	13.500	40	540.000
Meson rectangular	cu	108.000	2	216.000
Mueble para cotillones	cu	30.000	1	30.000
Caja de regalos	cu	30.000	1	30.000
Parque infantiles varios (modelos YPK10023A, muro para escalar YPK10164K)	cu	12.852.000	1	12.852.000
Mueble para equipo de sonido	cu	12.000	1	12.000
Equipo de sonido con cornetas y amplificador	cu	125.000	1	125.000

Papelera cilindrica 12 lts de acero inoxidable Quality Metal (Prosein)	cu	7.000	1	7.000
Dispensador de papel de baño acrilico de 9" marca Beego	cu	17.000	2	34.000
Dispensador de jabon líquido de baño acrilico de 1000 ml.	cu	7.300	2	14.600
Dispensador de papel secante tipo espiral (lavamanos)	cu	35.000	2	70.000
Puff Infantiles de colores variados	cu	13.000	12	156.000
Mueble cambiador de bebés marca Koala Bear Kare	cu	65.000	1	65.000
Mueble zapatero 4 gavetas	cu	16.000	1	16.000
Archivo para oficina	cu	32.000	1	32.000
Laptop Acer	cu	350.000	1	350.000
Impresora Multifuncional Hp 3050 Wifi con sistema tinta continuo	cu	60.000	1	60.000
Microondas Daewoo 0,7 pc	cu	65.000	1	65.000
Cafetera electrónica marca oster	cu	17.000	1	17.000
Telefono inalambrico Panasonic	cu	35.000	1	35.000
Modem - Inalambrico movistar	cu	15.000	1	15.000
Nevera Samsung 301 Lrt-f320g Tmf Capacidad 305 Litros	cu	280.000	1	280.000
Dispensador Enfriador De Agua Tipo Botellón Jaguar	cu	84.000	1	84.000
Televisor Samsung 32 Pulgadas Led Serie 4 Hd Tv Tienda	cu	20.000	2	40.000
Consola de Video Wii U y controles	cu	310.000	1	310.000
Aire Split De 12.000btu Marca Gtronic	cu	211.000	5	1.055.000
Total Bs.				16.874.600

Mobiliario	14.438.600,00
Equipo principal	1.901.000,00
Equipo auxiliar	535.000,00

5.3.4. Materiales e Insumos

El salón de fiestas debe contar inicialmente con una lista de materiales e insumos característicos de este tipo de servicio y local, sin embargo, deberá revisarse periódicamente su stock, y el abastecimiento deberá hacerse a través de un centro de distribución y venta al mayor. A continuación se presenta en la Tabla 15 una lista de lo que se estima necesario para iniciar las operaciones del salón de fiestas y una proyección del costo en los siguientes cinco (5) años.

Tabla 15. Materiales e Insumos.

Descripción	Unidad de medida	Costo Bs.	Cantidad	Inventario Inicial
Suministro de papelería: tonner, bolígrafos, tijeras, hojas blancas, carpetas, marcadores, pega, silicon, escarcha, cartulinas, entre otros	Unidad	2.500,0	2	5.000
Suministro de limpieza: jabon, cloro, desinfectante, escoba, colete, tobo de limpieza, entre otros	Caja	8.000,0	3	24.000
Papel secante	Bulto	5.600,0	3	16.800
Papel higiénico	Bulto	8.000,0	3	24.000
Jabon líquido	Unidad	6.000,0	12	72.000
Suministro de piñatería: papel celofán, papel de seda, globos, cintas, manteles para las mesas unicolor, manteles para el meson unicolor, entre otros	Caja	50.000,0	2	100.000
Total Bs.				241.800

5.3.5. Mano de Obra

El Salón de fiestas estará operado por un personal calificado y minuciosamente seleccionado para cumplir con responsabilidades específicas, los cuales percibirán un salario con base a las funciones que desempeñan en el inicio y prestación del servicio del Salón de Fiestas Infantiles. En la Tabla 16 se desglosan los sueldos y beneficios correspondientes a la mano de obra requerida para una fiesta básica o regular, donde existe personal fijo y personal contratado para la fecha específica del evento.

Todo el personal requerido para operar y prestar el servicio del salón de fiestas infantiles percibirá un salario y gozarán de los beneficios salariales establecidos en la

Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras vigente y las decisiones de la empresa.

Para el cálculo de los salarios se tomó como base el salario mínimo ajustado en febrero 2016 (11.578 Bs), y para las personas contratadas, se calculó su jornada laboral tomando en cuenta la base del salario mínimo vigente. Se parte del principio de hacer seis (6) fiestas por semana, es decir, veinticuatro (24) fiestas al mes, lo que equivale a doscientos cincuenta y tres (253) fiestas en el primer año, considerando un 12% de pérdida en el proceso.

Así también se toma en cuenta diferentes tipos de cálculo para la nómina, ya que se cuenta con personal fijo y personal contratado (variable).

Para el personal fijo directivo y administrativo se tomó la base del salario mínimo multiplicado por tres veces y dos veces respectivamente, para el personal de limpieza se estableció un salario mínimo mensual y para el personal variable que se contrata por fiesta agendada, es decir, recreadores, anfitriones y mesoneros, se hizo una estimación del salario basado en una jornada de cinco (5) horas por fiesta, ya que aunque la fiesta se contrata por cuatro (4) horas, el personal debe llegar antes y después de la culminación del evento. Para la estimación del costo por hora de este personal, se tomó en consideración el valor que estipula la LOTTT basado en el salario mínimo como base por jornada de ocho (8) horas, pero beneficiando al trabajador con un 50% de incremento independientemente se trabaje en horario nocturno o diurno.

Se consideró un treinta por ciento (30%) de incremento en el salario anual proyectado a partir del segundo año. Aun así, se tiene claro que, dado la experiencia en los últimos años, los incrementos que ocurran en el pasar de los meses y en un mismo año que superen este 30%, las tablas sufrirán modificaciones y se harán los ajustes pertinentes que afecten tanto a los ingresos como egresos.

Tabla 16. Costos asociados a la Nómina

				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal Fijo por año		Salario / mes		Total (Bs / año)	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)
Director o Presidente	1	34.734,00		138.922,11	541.850,40	704.405,52	915.727,18	1.190.445,33
Administrador (a)	1	23.156,00		92.614,74	541.850,40	704.405,52	915.727,18	1.190.445,33
Personal de limpieza	1	11.578,00		46.307,37	541.850,40	704.405,52	915.727,18	1.190.445,33
				277.844,21	1.625.551,20	2.113.216,56	2.747.181,53	3.571.335,99
Personal Contratado por (5 horas efectivas)		Salario fiesta	Salario semana	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)
Anfitriona	1	470,36	11288,55	45.149,68	176.101,38	228.931,79	297.611,33	386.894,73
Mesonero (a)	1	470,36	11288,55	45.149,68	176.101,38	228.931,79	297.611,33	386.894,73
Recreador (a)	2	470,36	11288,55	90.299,37	352.202,76	915.727,18	2.380.890,66	6.190.315,71
				180.598,74	704.405,52	1.373.590,76	2.976.113,32	6.964.105,17
Nómina				Total (Bs / año)	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)	Total (Bs / año)
Seguro Social (IVSS)	F/V	8%		88.901	1.560.529	2.028.688	2.637.294	3.428.483
Ince	F/V	2%		22.225	390.132	507.172	659.324	857.121
Ley de Política habitacional	F/V	2%		22.225	390.132	507.172	659.324	857.121
Paro Forzoso	F/V	1%		11.113	195.066	253.586	329.662	428.560
				144.464,54	2.535.859,87	3.296.617,83	4.285.603,18	5.571.284,14
Consideraciones				602.907,49	4.865.816,59	6.783.425,16	10.008.898,03	16.106.725,30
Seguro social obligatorio	8%	del costo anual de la nómina						
INCE	2%	del costo anual de la nómina						
Ley de política habitacional	2%	del costo anual de la nómina						
Ley de Paro Forzoso	1%	del costo anual de la nómina						

5.3.6. Cálculos de Gastos de Administración y Venta

A continuación en la Tabla 17 se detallan los diferentes valores que impactan en los gastos de administración y de venta del salón de fiestas infantiles, necesarias para la estimación de los gastos operativos del mismo.

Tabla 17. Gastos de Administración y Venta

	Bs / mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	500	6.000	6.522,0	7.089,4	7.706,2	8.376,6
Luz Electrica	5.000	60.000	65.220,0	70.894,1	77.061,9	83.766,3
Telefono	3.000	36.000	39.132,0	42.536,5	46.237,2	50.259,8
Publicidad	10.000	120.000	130.440,0	141.788,3	154.123,9	167.532,6
Detergentes y productos de limpieza	5.000	60.000	65.220,0	70.894,1	77.061,9	83.766,3
Bolsas de basura	1.500	18.000	19.566,0	21.268,2	23.118,6	25.129,9
Sub total 1	25.000	300.000	326.100	354.471	385.310	418.832
Contador	1.250	15.000	16.305,0	17.723,5	19.265,5	20.941,6
Mantelería	80.000	960.000	1.043.520,0	1.134.306,2	1.232.990,9	1.340.261,1
Gastos de mantenimiento	8.000	96.000	104.352,0	113.430,6	123.299,1	134.026,1
Sub total 2	120.750	1.449.000	1.575.063	1.712.093	1.861.046	2.022.957
	145.750	1.749.000	1.901.163	2.066.564	2.246.355	2.441.788

Se consideró un ciento ocho por ciento (108,7%) de incremento anual a partir del segundo año, tomando como referencia la tasa de inflación reportada por el Banco Central de Venezuela para enero-septiembre 2015. Para el primer año solo se tomó en cuenta un tercio del período anual, para lo que está prevista la operatividad del Salón de Fiestas.

Los gastos mensuales de los servicios se estimaron con base a una entrevista directa con un salón de fiestas similar al propuesto en este proyecto, el cual funciona en un centro comercial, por lo que se considera que las cuotas son bien parecidas.

5.3.7. Horario de Trabajo

El salón de fiestas operará para la atención al público:

Lunes a viernes de 9am a 12pm y 2:30 pm a 6:30 pm.

Y para la celebración de eventos infantiles:

Lunes a jueves: 11 am a 9 pm

Viernes a domingo: 9 am a 11 pm.

Las fiestas o eventos infantiles tendrán una duración de cuatro (4) horas.

5.4. Estudio Económico – Financiero

El propósito de este estudio fue determinar el monto de los recursos económicos que se requieren para poner en marcha y prestar los servicios de un Salón de Fiestas Infantiles, el costo total de las operaciones de sus instalaciones, y el cálculo de las variables que intervienen en la evaluación económica que determine la viabilidad del proyecto. Para ello es necesario la definición y determinación de la inversión y sus componentes, la depreciación y amortización, el financiamiento de terceros, nómina, capital de trabajo, flujo de fondos y la rentabilidad del proyecto.

5.4.1. Inversión Total

Los costos de inversión corresponden a todos los recursos financieros necesarios para la instalación y puesta en marcha del proyecto.

La inversión en el proyecto se divide en:

- Inversiones fijas:
Las Inversiones fijas que tienen una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros. Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian.
La Inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación.
- Inversiones diferidas:
Se caracterizan por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por trabajos de investigación y

estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc.

La inversión total quedó determinada por todos los activos, fijos o diferidos, y el capital de trabajo que se requiere para operar el Salón de Fiestas. En la Tabla 18 se muestra cada uno de los valores, en porcentaje y cantidad, que deben ser aportados por el inversionista (aporte propio), y la entidad financiera (aporte de tercero).

Tabla 18. Inversión Total.

	Aporte Propio	Aporte de Terceros	Aporte Total
Activos Fijos			
Obras Civiles	12.440.716	0	12.440.716
Mobiliario	7.219.300	7.219.300	14.438.600
Instalaciones Eléctricas y Antincendio	1.062.000	0	1.062.000
Equipos Principales	0	1.901.000	1.901.000
Equipos Auxiliares	0	535.000	535.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	20.722.016	9.655.300	30.377.316
Otros Activos			
Estudios de factibilidad	30.000		
Ingeniería	15.000		
Inspección de obra	15.000		
Puesta en servicio	30.000		
Capacitación	15.000		
Permisos (Alcaldía, Bomberos y Sanidad)	30.000		
TOTAL OTROS ACTIVOS	135.000		135.000
TOTAL ACTIVOS	20.857.016	9.655.300	30.512.316
Capital de Trabajo	304000		304.000
INVERSION TOTAL	21.161.016	9.655.300	30.816.316
Distribución porcentual	68,7%	31,3%	100%

El activo fijo tangible quedó conformado por los equipos y mobiliarios de la organización, que son necesarios para su funcionamiento. Los costos asociados al proyecto se realizarán durante el primer año de operaciones, así como los gastos por remodelación y acondicionamiento de las instalaciones.

Se consideró como otros activos fijos, aquellos gastos asociados a la constitución legal de la empresa, así como las consideraciones previas para a la preparación y acondicionamiento del inmueble (Ingeniería, capacitación, permisos, entre otros).

5.4.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo de este proyecto está constituido por todos aquellos insumos que se requieren para operar el salón en el transcurso de sus primeras semanas de operación, se puede ver como un pequeño inventario. A continuación, en la Tabla 19 se detallan cada uno de ellos.

Tabla 19. Capital de Trabajo.

Descripción	Unidad de medida	Costo Bs.	Cantidad	Inventario Inicial
Suministro de papelería: tonner, bolígrafos, tijeras, hojas blancas, carpetas, marcadores, pega, silicon, escarcha, cartulinas, entre otros	Unidad	15.000,0	2	30.000
Suministro de limpieza: jabon, cloro, desinfectante, escoba, colete, tobo de limpieza, entre otros	Caja	12.500,0	3	37.500
Papel secante	Bulto	13.500,0	3	40.500
Papel higiénico	Bulto	8.000,0	3	24.000
Jabon líquido	Unidad	6.000,0	12	72.000
Suministro de piñatería: papel celofán, papel de seda, globos, cintas, manteles para las mesas unicolor, manteles para el meson unicolor, entre otros	Caja	50.000,0	2	100.000
Total Bs.				304.000

5.4.3. Financiamiento de tercero

Los costos de financiamiento son aquellos que se generarán por los intereses cancelados al banco u otro ente financiero que aportará parte del capital a través de un crédito que cubrirá la inversión total o parcial necesaria para la ejecución del proyecto.

Para el caso del proyecto, el monto total de la inversión asciende a 30.816.316 Bs de los cuales 21.161.016 (68,7%) serán aportados por los socios ejecutores y 9.655.300 Bs (31,3%) se prevé que sean financiados a través de un crédito con una institución bancaria o un ente público.

La ejecución del crédito se ejecutará en una sola fase, tiempo de tres meses en el que se estima se realicen los trabajos necesarios para la puesta en marcha del salón de fiestas. Por lo tanto, los presupuestos fueron adquiridos por empresas nacionales que tienen la posibilidad y disponibilidad de despachar el mobiliario y equipos en un corto plazo.

La tasa de interés anual utilizada se refiere a los valores indicados por el Banco Central de Venezuela y se ubica en el 24%.

Por políticas de la empresa la amortización del crédito se prevé realizar durante los primeros tres años de operación.

A continuación se muestra la Tabla 20 donde se detallan los costos de financiamiento generados por el crédito a solicitar para completar el monto de la inversión total del proyecto.

Tabla 20. Costos por Financiamiento de Terceros

Año		Saldo de la Cuenta Capital		Pagos Cuatrimestrales de Amortización		
		Balance inicial	Balance Final	Pagos Totales	Pagos de Capital	Pagos de Intereses
1	Pago anual 1	9.655.300	7.099.365	4.873.207	2.555.935	2.317.272
2	Pago anual 2	7.099.365	3.930.006	4.873.207	3.169.359	1.703.848
3	Pago anual 3	3.930.006	0	4.873.207	3.930.006	943.201
Totales				14.619.621	9.655.300	4.964.321

Parámetros:

Monto del Préstamo (Bs) 9.655.300
Tasa de interes anual nominal 24%
(fuente B.C.V)=

5.4.4. Amortización de la deuda

El cálculo de los valores es totalmente contable, es decir, no representan salidas de efectivo y persigue la recuperación de los costos de inversión realizados durante la etapa de instalación del proyecto destinados a las construcción de obras, puesta en marcha, capacitación etc.

Este tipo de cargos está autorizado por la Ley de Impuesto Sobre La Renta, y debe incluirse todo el activo fijo y diferido relacionado.

Los parámetros utilizados para su valoración fueron los siguientes:

Método de cálculo utilizado: Línea recta

Valor de salvamento: Ninguno

Años de depreciación y amortización: Depende del rubro, va desde 1 a 5 años.

En la siguiente Tabla 21 se muestra los valores considerados para la depreciación y amortización durante los cinco (5) años de proyección que se tienen establecidos para este proyecto.

Tabla 21. Depreciación y Amortización

	Valor de los activos	Años de Dep/Am	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cargos por Depreciación							
Obras Civiles	12.440.716	5	2.488.143	2.488.143	2.488.143	2.488.143	2.488.143
Mobiliario	14.438.600	5	2.887.720	2.887.720	2.887.720	2.887.720	2.887.720
Instalaciones Eléctricas y Antincendio	1.062.000	5	212.400	212.400	212.400	212.400	212.400
Equipos Principales	1.901.000	5	380.200	380.200	380.200	380.200	380.200
Equipos Auxiliares	535.000	5	107.000	107.000	107.000	107.000	107.000
Total cargos por depreciación	30.377.316		6.075.463	6.075.463	6.075.463	6.075.463	6.075.463
Cargos por amortización							
Estudios de factibilidad	30.000	1	30.000				
Ingeniería	15.000	1	753.488				
Inspección de obra	15.000	2	2.500	7.500	5.000		
Puesta en servicio	30.000	1	10.000	20.000			
Capacitación	15.000	2	2.500	7.500	5.000		
Permisos (Alcaldía, Bomberos y Sanidad)	30.000	2	5.000	15.000	10.000		
Total Cargos por amortización	135.000		803.488	50.000	20.000	0	
TOTAL DEPREC. Y AMORTIZAC.	30.512.316		6.878.952	6.125.463	6.095.463	6.075.463	6.075.463

5.4.5. Costos de producción

Los costos de producción corresponden al conjunto de bienes y servicios en que se incurren para obtener el producto o prestar el servicio final, excluyendo los costos de insumos, depreciación y amortización, inversión, nómina y financiamiento evaluados previamente.

Estos se dividen en costos fijos (seguros, etc), variables (impuestos, patentes etc) y mixtos, al igual que los gastos de nómina para poder obtener la curva de costos y así determinar el punto de equilibrio.

Para efectos de cálculo de las porciones fijas y variables de los renglones tienen carácter mixto de los cuales se desconoce el costo fijo que se utilizó una distribución del 30% para los costos fijos y un 70% para los costos variables.

Para poder incluir todos los costos de producción involucrados, se clasificaron según su incidencia en el proceso de producción de la siguiente manera:

- **Materiales indirectos:** Estos forman parte auxiliar en la presentación del producto o prestación del servicio final, sin ser el principal producto o servicio del salón de fiestas. Aquí se incluyen: vasos plásticos, cubiertos, servilletas, bolsitas de piñata regular, agua, etc.
- **Costos de los Insumos:** Excluyendo, por supuesto, los rubros mencionados como materias primas, todo proceso productivo requiere una serie de insumos para su funcionamiento. Estos son: agua, energía eléctrica, etc.
- **Costo de Mantenimiento:** Este es un servicio que se contabiliza por separado, en virtud de las características especiales que puede presentar. Se incluye mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos principales y auxiliares del salón de fiestas. El costo de los materiales y la mano de obra que se requieran, se cargan directamente a mantenimiento, pues puede variar mucho en ambos casos. Para fines de evaluación, en general, se considera un porcentaje del costo de adquisición de los equipos. Este dato normalmente lo proporciona el fabricante del equipo y en él se especifica el alcance del servicio de mantenimiento que se proporcionará.

Para el caso en estudio los estándares utilizados para determinar este valor fueron los siguientes: equipos de sonido (2%), equipos de refrigeración (3%) y aire acondicionado (2%).

Para el caso de los pasivos y compromisos laborales se incluyen los siguientes gastos:

Seguro social: 8% del costo anual de la nómina.

INCE: 2% del costo anual de la nómina.

Ley de política habitacional: 2% del costo anual de la nómina.

Ley de Paro Forzoso: 1% del costo anual de la nómina.

En la tabla 22 se muestra los valores obtenidos de los costos de producción para los cinco (5) años de proyección.

Tabla 22. Costos de Producción

			Base de cálculos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUCCIÓN TOTAL (N° de fiestas)				291	304	317	380	444
Gastos Fijos								
Seguro Social (IVSS)	F	8%		226.906	293.874	382.037	496.648	645.642
Ince	F	2%		56.727	73.469	95.509	124.162	161.410
Ley de Política habitacional	F	2%		56.727	73.469	95.509	124.162	161.410
Paro Forzoso	F	1%		28.363	36.734	47.755	62.081	80.705
Agua	F	3.000	900		1.878	1.176	736	461
Luz Eléctrica	F	14.400	4.320		9.016	5.645	3.534	2.213
Telefono	F	8.340	2.502		5.222	3.269	2.047	1.282
Costo de Mantenimiento	F	2%	0		101.679	212.203	442.868	924.266
Seguros contra pérdidas	F	150.000	150.000		313.050	653.335	1.363.511	2.845.647
Total gastos fijos				526.444	908.390	1.496.438	2.619.749	4.823.037
Gastos variables								
Seguro Social	F/V	8%		176.987	227.931	370.387	577.804	876.336
Ince	F/V	2%		44.247	56.983	92.597	144.451	219.084
Ley de Política habitacional	F/V	2%		44.247	56.983	92.597	144.451	219.084
Paro Forzoso	F/V	1%		22.123	28.491	46.298	72.226	109.542
Agua	F/V	3.000	2.100		4.383	6.403	9.354	13.665
Luz Eléctrica	F/V	0	0		0	0	0	0
Telefono	F/V	0	0		0	0	0	0
Otros (envases, cubiertos, servilletas, bolsas de basura, etc)	V	7.200	7.200		7.200	15.026	31.360	65.449
Detergentes y productos de limpieza	V		3.000		6.261	13.067	27.270	56.913
Total gastos variables				299.903	388.231	636.375	1.006.916	1.560.073
Total costo de los insumos				826.348	1.296.621	2.132.813	3.626.665	6.383.110

Parámetros:

Meses por año	12							
Días por mes	30							
Seguro social obligatorio	8%	del costo anual de la nómina						
INCE	2%	del costo anual de la nómina						
Ley de política habitacional	2%	del costo anual de la nómina						
Ley de Paro Forzoso	1%	del costo anual de la nómina						
Comunicaciones (Telefono)	8.340	Para el primer año, 30% corresponde al costo fijo						
Luz Eléctrica	14.400	Para el primer año, 30% corresponde al costo fijo						
Consumo por día	600Kw/día							
Costo por Kw	0,25 Bs/Kw							
Impuestos y patentes	0,50%	Ingresos total						
Incremento anual	30%	Sobre el costo del año anterior						
Capacidad utilizada neta			23%	24%	25%	30%	35%	

5.4.6. Determinación de los ingresos

Los ingresos operacionales presentados en la Tabla 23 corresponden a las ventas estimadas en cada uno de los años de proyección definidos relacionado directamente con la capacidad instalada y utilizada (previamente analizada durante el estudio de técnico).

La variación del precio del producto en los años de proyección variará en función de una inflación promedio de 108,7% anual, según valor publicado por el BCV (Inflación enero-septiembre 2015).

Se estima que para el primer año de funcionamiento, el salón de fiestas atenderá a seis (6) fiestas por semana, es decir, veinticuatro (24) al mes, lo que se traduce en doscientos noventa y un (291) eventos al año (tomando en consideración un 12% en pérdidas del proceso).

El servicio de celebración de fiestas se ofrecerá en cuatro (4) combos que partirán desde un servicios básico hasta uno especial, en el que las madres podrán seleccionar el que más se ajuste a su disponibilidad presupuestaria.

Partiendo de que más del 60% de las madres tienen una tendencia a buscar otro tipo de salones para celebrar eventos infantiles (referencia malocas de los Clubes Italo y Portugués), y el otro 30% tiene como primer factor en la selección de un salón de fiestas de los que ofrece la zona, el “precio”, se estimó que el 60% de las madres seleccionará el combo básico, siendo este el que abarca los productos y servicios indispensables y que según las encuestas, se determinaron como de mayor prioridad: música, recreadores para niños, servicio de mesonero y/o anfitriona, mesas y sillas para los adultos, mesón para la torta, decoración básica.

El porcentaje seleccionado para los demás combos se asignaron con base a los productos y servicios que ofrecen y la relación precio valor. Se decidió asignarle el mayor porcentaje (20%) al combo 2 por las siguientes razones:

- En promedio el combo 2 reúne en su mayoría lo mismo que el combo 3, pero ofrece un precio más atractivo, básicamente juega con el número de invitados. Sabemos que las encuestas le dieron la mayoría (41%) a las

madres que tienen más de sesenta (60) invitados, sin embargo, un porcentaje similar (31%) invita entre treinta y sesenta (30 a 60) personas.

- El combo 2, aunque es más costoso que el combo 1, tratar de captar la atención del grupo de madres que no reflejó la necesidad de contratar una locación que le ofrezca mejores precios, si no variedad de productos y servicios (entretenimiento y animación, entre otros).

En la Tabla 24 se muestran los resultados de los ingresos estimados por tipo de combo, para lo cual se tomó como referencias los precios de negocios similares a nivel nacional (Ver Tabla 23), la lista de precios de los productos y servicios de distribuidores y negocios propios que pudieran establecer alianzas con el negocio a nivel de la zona y los precios de los servicios básicos que cuesta la contratación de los locales de la región.

Tabla 23. Costo de Salones de Fiestas consultados a nivel nacional.

Salon de Fiestas	Descripción de los productos y servicios	Costo mínimo	Horarios	Observaciones
Kids & Koffee (Caracas)	24 niños@s, 40 adultos, 400 pasapalos, dos (2) anfitriona, un (1) mesonero, un (1) pinta caritas, tres (3) centros de mesas, cesta para regalos, torta especial K&K, 24 cupcakes, 12 litros de refresco, tres (3) bolsas de hielo. Salon dotado de 6 áreas acondicionadas para el entretenimiento de niños de diferentes edades con aire acondicionado y techado.	215.000 + 25.000 hora extra	Sábados y Domingos de 10:30 am a 1:30 pm, Domingos de 3:30 pm a 6:30 pm y lunes de 3:00 pm a 6:00 pm.	Como el servicio básico es por 3 horas, se especifica el costo de la hora extra
Oki Doki (Valencia)	60 adultos, 2 anfitrionas, 1 asistente de barra, 1 asistente de cocina y 1 supervisor de eventos, Hielo y agua potable ilimitado. Salon dotado de parques para niños de diferentes edades con aire acondicionado y techado. servicio de decoración estilo vintage con 200 globos y flores margaritas naturales en alquiler para mesa principal, backing forrado en tela para mesa principal + Carrito Candy Bar con bomboneras decoradas (en alquiler) + Casa armario para dulces + banderines y toppers para dulces + caja para regalos + 8 manteles mesas área de adultos + 50 cotufas + 500 pasapalos calientes + 16 litros de refresco (aprox. 200 vasos 7oz.) + 2 recreadores + Torta 2 o 3 pisos para 50 personas + Gelatina grande + 200 mini dulces+ 24 cupcakes + 12 galletas decoradas + Alquiler cama elástica.	250.000	2:00 a 6:00pm, 3:00 a 7:00pm, 4:00 a 8:00pm, 5:00 a 9:00pm.	

Tabla 24. Ingresos por ventas

	Base de Calculos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		Producción				
VOLUMEN DE PRODUCCION (N° DE FIESTAS)						
Capacidad Instalada						
En Porcentaje	100%	100%	100%	100%	100%	100%
En n° de fiestas por día	4	4	4	4	4	4
En n° de fiestas por año	1.440	480	1.440	1.440	1.440	1.440
Capacidad Utilizada						
En Porcentaje	20%	23%	24%	25%	30%	35%
En n° de fiestas por día		0,92	0,96	1	1,2	1,4
En n° de fiestas por año		331	346	360	432	504
Perdida en el proceso	12%	-40	-41	-43	-52	-60
Capacidad utilizada neta		291	304	317	380	444
Planes para la venta						
Combo Básico	60%	175	182	190	228	266
Combo 1	10%	29	30	32	38	44
Combo 2	20%	58	61	63	76	89
Combo 3	10%	29	30	32	38	44
Producción Total (N° de Fiestas)		291	304	317	380	444
Ingresos por ventas						
Combo Básico	180.000	31.477.248	42.699.571	57.822.336	90.202.844	136.807.647
Combo 1	225.000	6.557.760	8.895.744	12.046.320	18.792.259	28.501.593
Combo 2	250.000	14.572.800	19.768.320	26.769.600	41.760.576	63.336.874
Combo 3	350.000	10.200.960	13.837.824	18.738.720	29.232.403	44.335.812
Ingresos totales por ventas		62.808.768	85.201.459	115.376.976	179.988.083	272.981.925

5.4.7. Estado de Resultados

El estado de resultados es una herramienta que permite apreciar el comportamiento de cada rubro sobre la base de una unidad de producción.

Tabla 25. Estado de Resultados.

Valores Totales					
(Expresado en Bolívares)					
	Primer Año	Segundo Año	Tercero Año	Cuarto Año	Quinto Año
PRODUCCION TOTAL (N° DE FIESTAS)	291	304	317	380	444
Ingresos por Ventas	62.808.768	85.201.459	115.376.976	179.988.083	272.981.925
Materia Prima	22.260.236	28.938.307	47.012.074	73.325.653	111.196.294
Nomina	420.722	6.522.562	9.405.299	13.430.647	19.024.727
Gastos de Fabricacion	826.348	1.296.621	2.132.813	3.626.665	6.383.110
Costos de Ventas	23.507.306	36.757.490	58.550.186	90.382.965	136.604.131
Utilidad de Produccion	39.301.462	48.443.969	56.826.790	89.605.118	136.377.795
Depreciacion y Amortizacion	6.878.952	6.125.463	6.095.463	6.075.463	6.075.463
Utilidad de antes de int/imp	32.422.511	42.318.506	50.731.327	83.529.654	130.302.331
Intereses Crediticios	2.317.272	1.703.848	943.201		
Utilidad antes de Impuestos	30.105.239	40.614.658	49.788.126	83.529.654	130.302.331
Impuesto sobre la Renta	(21.354.981)	(28.968.496)	(39.228.172)	(61.195.948)	(92.813.855)
UTILIDAD NETA	8.750.257	11.646.162	10.559.954	22.333.706	37.488.477
Valores Unitarios					
	Primer Año	Segundo Año	Tercero Año	Cuarto Año	Quinto Año
PRODUCCION TOTAL (N° DE FIESTAS)	291	304	317	380	444
Ingresos por Ventas	215.500	280.150	364.195	473.454	615.490
Materia Prima	76.376	95.152	148.397	192.881	250.713
Nomina	1.444	21.447	29.688	35.329	42.895
Gastos de Fabricacion	2.835	4.263	6.732	9.540	14.392
Costos de Ventas	80.655	120.862	184.818	237.750	308.000
Utilidad de Produccion	134.845	159.288	179.377	235.704	307.490
Depreciacion y Amortizacion	23.602	20.141	19.241	15.981	13.698
Utilidad de antes de int/imp	111.243	139.147	160.137	219.722	293.791
Intereses Crediticios	7.951	5.602	2.977	-	-
Utilidad antes de Impuestos	103.293	133.545	157.159	219.722	293.791
Impuesto sobre la Renta	73.270	95.251	123.826	160.974	209.266
UTILIDAD NETA	176.563	228.796	280.986	380.697	503.058
Parametros					
TABLA DEL CALCULO DEL ISLR					
Escala Tributaria	Base Impositiva	Tasa a Pagar	Deducible		
Desde 0 hasta 2000 unid. Tributarias	0	15%	0		
Entre 2000 y 3000 unid. Tributarias	354.000	22%	24.780		
Sobre 3000 unid. Tributarias	531.000	34%	88.500		
Valor dela unid. Tributaria	177				

5.4.8. Estructura del Valor de la Producción

En la Tabla 26 se muestran todos los valores que integran el Estado de Resultados (Insumos y Valor Agregado), sin considerar el valor de la depreciación y amortización, por considerarse estrictamente un valor contable.

Tabla 26. Estructura del Valor de la Producción.

PRODUCCION TOTAL					
INSUMOS					
Materia Prima					
Materiales y Repuestos					
Repuestos de Mantenimiento	-	101.679	212.203	442.868	924.266
Articulos de oficina					
Seguridad Industrial					
Servicios para la producción					
Energía Electrica	4.320	9.016	5.645	3.534	2.213
Agua	3.000	6.261	7.579	10.090	14.126
Servicios Administrativos					
Seguros mercantiles	150.000	313.050	653.335	1.363.511	2.845.647
Comunicaciones	2.502	5.222	3.269	2.047	1.282
Varios					
TOTAL INSUMOS	159.822	435.227	882.031	1.822.050	3.787.534
Valor agregado					
Tierra					
Alquiler de la casa	30.000	39.000	50.700	65.910	85.683
Trabajo					
Nomina	2.212.335	2.849.133	4.629.841	7.222.553	10.954.205
Capital					
Intereses crediticios	2.317.272	1.703.848	943.201	-	-
Empresario					
Utilidad neta	8.750.257	11.646.162	10.559.954	22.333.706	37.488.477
Estado					
Seguro social obligatorio	403.893	521.805	752.424	1.074.452	1.521.978
INCE	100.973	130.451	188.106	268.613	380.495
LPH	100.973	130.451	188.106	268.613	380.495
Ley Paro Forzoso	50.487	65.226	94.053	134.306	190.247
ISLR	21.354.981	28.968.496	39.228.172	61.195.948	92.813.855
Varios	10.200	13.461	28.093	58.630	122.361
TOTAL VALOR AGREGADO	35.331.371	46.068.033	56.662.650	92.622.732	143.937.795
VALOR DE LA PRODUCCION	35.491.193	46.503.260	57.544.682	94.444.782	147.725.329
Depreciación y Amortización	6.878.952	6.125.463	6.095.463	6.075.463	6.075.463
INGRESOS POR VENTAS	42.370.145	52.628.724	63.640.145	100.520.245	153.800.792
APORTE AL PIB (%)					
Pagos a los factores de producción	99,55%	99,06%	98,47%	98,07%	97,44%
Porcentaje promedio	98,52%				
Pago a los proveedores de Insumos	0,45%	0,94%	1,53%	1,93%	2,56%
Porcentaje promedio	1,48%				
Parámetros					
Ingresos por ventas	62.808.768	85.201.459	115.376.976	179.988.083	272.981.925

5.4.9. Punto de Equilibrio

En la Tabla 27 se muestra el cálculo del punto de equilibrio, en el que se permite reagrupar todos los valores determinados en las tablas anteriores, de tal manera que se pueda estimar el valor a partir del cual los ingresos totales son iguales a los costos totales.

Tabla 27. Punto de Equilibrio.

(Expresado en Bolivares)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRODUCCION TOTAL (N° DE FIESTAS)	291	304	317	380	444
Costos Fijos					
Materia Prima					
Nomina	2.836.326	3.673.429	4.775.457	6.208.094	8.070.522
Gastos de Fabricacion	526.444	908.390	1.496.438	2.619.749	4.823.037
Intereses Crediticios	2.317.272	1.703.848	943.201	0	0
Depreciacion y Amortizacion	6.878.952	6.125.463	6.095.463	6.075.463	6.075.463
TOTAL DE COSTO FIJOS	12.558.994	12.411.129	13.310.560	14.903.306	18.969.022
Costos variables					
Materia Prima	22.260.236	28.938.307	47.012.074	73.325.653	111.196.294
Nomina	2.212.335	2.849.133	4.629.841	7.222.553	10.954.205
Gastos de Fabricacion	299.903	388.231	636.375	1.006.916	1.560.073
Intereses Crediticios					
Depreciacion y Amortizacion					
TOTAL COSTOS VARIABLES	24.772.474	32.175.671	52.278.291	81.555.122	123.710.571
COSTOS TOTALES	37.331.469	44.586.801	65.588.850	96.458.428	142.679.594
Impuesto sobre la Renta	21.354.981	28.968.496	39.228.172	61.195.948	92.813.855
Utilidad neta	8.750.257	11.646.162	10.559.954	22.333.706	37.488.477
INGRESOS POR VENTAS	67.436.707	85.201.459	115.376.976	179.988.083	272.981.925
Punto de equilibrio por año					
Expresado en:					
Porcentaje	29,44%	23,41%	21,09%	15,14%	12,71%
Unidades de producción	86	71	67	58	56
Ingresos por ventas	19.851.223	19.942.115	24.338.576	27.251.212	34.689.846
No. de fiestas por día	1,18	0,94	0,84	0,61	0,51
No. de fiestas por año	141	112	101	73	61
Punto de equilibrio promedio					
Expresado en:					
Porcentaje	20,36%				
Unidades de producción	68				
Ingresos por ventas	25.214.594				
No. de fiestas por día	0,81				
No. de fiestas por año	98				
Parámetros					
Ingresos por ventas	62.808.768				
No. de fiestas por día	4	4	4	4	4
No. de fiestas por año	480	1.440	1.440	1.440	1.440

}

5.4.10. Flujo de Fondos

En la Tabla 28 se muestra el flujo de fondos, que es la base de cálculo de la rentabilidad del proyecto, donde se encuentran vaciados los cálculos previos de los estudios de mercado y técnico.

Tabla 28. Flujo de Fondos.

(Expresado en Bolivares)					
	Primer Año	Segundo Año	Tercero Año	Cuarto Año	Quinto Año
PRODUCCION TOTAL (N° DE FIESTAS)	291	304	317	380	444
ORIGEN DE FONDOS					
Ingresos por Inversion					
Aporte propio en activos	21.161.016				
Aporte de terceros en activos	9.655.300				
Capital de trabajo	(2.083.582)				
Ingresos Operacionales					
Ingresos por ventas	62.808.768	85.201.459	115.376.976	179.988.083	272.981.925
INGRESOS TOTALES	91.541.502	85.201.459	115.376.976	179.988.083	272.981.925
APLICACIÓN DE FONDOS					
Egresos por inversion					
Inversion total en activos	30.816.316				
Egresos por costo de ventas					
Materia Prima	22.260.236	28.938.307	47.012.074	73.325.653	111.196.294
Nomina	420.722	6.522.562	9.405.299	13.430.647	19.024.727
Gastos de Fabricacion	826.348	1.296.621	2.132.813	3.626.665	6.383.110
Egresos por gastos financieros					
Amortizacion de interes	2.317.272	1.703.848	943.201	0	0
Egresos por pasivos por pagar					
Amortizacion de capital	2.555.935	3.169.359	3.930.006		
Egresos Fiscales					
Impuesto sobre la Renta	21.354.981	28.968.496	39.228.172	61.195.948	92.813.855
EGRESOS TOTALES	80.551.810	70.599.193	102.651.565	151.578.913	229.417.985
SALDO DE CAJA	10.989.692	14.602.266	12.725.411	28.409.170	43.563.940

5.5. Evaluación Económico – Financiero

El estudio económico – financiero de cualquier proyecto es la última fase de la secuencia de pasos para determinar la factibilidad del mismo.

Este análisis permitió determinar de manera segura la rentabilidad del negocio del que se trata el proyecto, basándose en estudios previos: estudio de mercado, técnico, económico y financiero.

Para determinar si la rentabilidad del negocio es aceptable, se calcularon los siguientes valores financieros: Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

En la Tabla 30 se presenta la Rentabilidad de la Inversión, donde se calcula un VPN y TIR para el promotor y para el proyecto o negocio por separado.

Para el caso del promotor se utilizó para el cálculo del VPN la Tasa del costo de capital igual a la Tasa Pasiva de los bancos (13%) y para el caso del proyecto o negocio, se utilizó la tasa igual a la del costo de capital proyecto más la prima de seguro por riesgo (20%).

Tabla 29. Cálculo de la Tasa de descuento del Proyecto.

Distribución porcentual de la Inversión				
		Propia	Tercero	
Tasa Pasiva	13%	68,70%		8,93%
Tasa de interés BCV	24%		31%	7,51%
Tasa de Costo Capital del Proyecto				16,44%
% Riesgo				20%
Tasa de Descuento del Proyecto				36%

Tabla 30. Rentabilidad de la Inversión.

(Expresado en Bolívars)					
	Primer Año	Segundo Año	Tercero Año	Cuarto Año	Quinto Año
PRODUCCION TOTAL (N° DE FIESTAS)	291	304	317	380	444
Tasa de Costo de Capital propio	13%				
Tasa de Costo de Capital del proyecto	16%				
Tasa de descuento del Proyecto (Tasa costo de capital proyecto + prima de seguro por riesgo)	35%				
RENTABILIDAD DEL PROMOTOR					
Inversion Realizada					
Inversion Propia	(21.161.016)				
Saldo de Caja	10.989.692	14.602.266	12.725.411	28.409.170	43.563.940
Flujo Neto de Fondos					
Inversion Propia	(10.171.324)	14.602.266	12.725.411	28.409.170	43.563.940
INVERSION PROPIA					
Valor presente Neto	52.322.530				
Tasa Interna de Retorno	159%				
RENTABILIDAD DEL NEGOCIO					
Inversion Realizada					
Inversion Total	(30.816.316)				
Saldo de Caja	10.989.692	14.602.266	12.725.411	28.409.170	43.563.940
Flujo Neto de Fondos					
Inversion Total	(19.826.624)	14.602.266	12.725.411	28.409.170	43.563.940
INVERSION TOTAL					
Valor Presente Neto	16.766.418				
Tasa Interna de Retorno	85%				

Para este proyecto, específicamente para el caso del promotor se tiene que el VPN es de 52.322.530 Bs, siendo un valor positivo y la TIR de 159%, es decir, cuatro veces la tasa del costo de capital. Con este resultado el promotor puede considerar este proyecto como altamente rentable.

Así mismo, se obtuvo para el proyecto un VPN de 16.766.418 Bs, valor también mayor que cero, y una TIR de 85%, es decir, más del doble de la tasa de descuento del proyecto, por lo cual, el proyecto debe ser aceptado.

Ambos valores reflejan un conveniente resultado para invertir en este negocio o proyecto.

5.6. Análisis de Sensibilidad

Para realizar el análisis de sensibilidad, se determinaron los parámetros que se modificaron con una variación considerada para este proyecto como pesimista, para así calcular sus valores y el impacto en la rentabilidad del mismo. De esta manera se puede visualizar cuáles son los factores que pudieran cambiar el escenario factible del proyecto y como consecuencia, ser tomados en cuenta como de alto riesgo.

5.6.1. Análisis de Sensibilidad Fase 1.

Con los resultados de los valores de la rentabilidad del proyecto, la TIR del promotor y del proyecto arrojaron valores muy por encima de la tasa de costo de capital y la tasa de descuento de capital respectivamente, lo que deduce que es mas rentable invertir en este proyecto que mantener el mono de la inversión en una entidad bancaria.

En esta primera fase, tal como se puede visualizar en la Tabla 31, se modificaron parámetros que fueron considerados como importantes en el impacto al proyecto y se calcularon los distintos valores de TIR en cada caso, tomando como mínimo aceptable una variación de 2/3. Los parámetros que afectaran a cada TIR reduciendo su valor a más del mínimo aceptable, se consideraron como parámetros críticos:

1. Incremento en los precios de la materia prima del Combo 1 en un 30%. Cabe señalar que la materia prima de este Combo 1 al sufrir un incremento en sus precios afecta los costos del Combo 2 y 3, por lo que se detalla el valor modificado del costo unitario de Combo 1, pero en la corrida de las Tablas que afectan el ingreso y como consecuencia, la TIR, se consideró el incremento en los demás combos afectados.
2. Incremento en los costos de la materia prima del Combo 2 en un 30%. Se aplica el mismo criterio señalado anteriormente. En este caso, solo se suma el incremento del 30% de los cakepops, el resto queda con los valores modificados en el análisis anterior y las cantidades que se consideran para el # de invitados por Combo 2.
3. Incremento en los precios de la materia prima del Combo 3 en un 30%. Se aplica el mismo criterio señalado anteriormente. En este caso, solo se suma el incremento del 30% de la cama elástica, los shots de dulces y la piñata, el resto queda con los valores modificados en el análisis anterior y las cantidades que se consideran para el # de invitados por Combo 3.
4. Incremento en el uso del combo básico de un 60% a un 80% y como consecuencia reducción (100%) en el uso de los demás combos (1, 2 y 3). En este escenario se pretende castigar al proyecto asumiendo un escenario donde las madres, por considerar ahorro en costos, solo quieran contratar el salón de fiestas con lo mínimo y básico, y como consecuencia, el margen de ganancia se reduce considerablemente.

Tabla 31. Análisis de Sensibilidad Fase 1.

Clasificación de los parámetros	Valor del Parámetro		Rangos de Variación	Tasa Interna de Retorno			
	Original	Modificado		TIR Propia	TIR Total	TIR Propia	TIR Total
				Valores Originales		Valores modificados	
				159%	85%	106%	57%
Inflacionarios				Valores modificados			
Tasa de interés nominal (BCV)	24%	48%	100%	125%	72%		
Incremento de costos de la materia prima							
Combo Básico	670	1.340	100%	157%	85%		
Combo 1	191.430	248.859	30%	13%	-3%	Crítico	Crítico
Combo 2	212.440	276.172	30%	11%	-5%	Crítico	Crítico
Combo 3	256.810	333.853	30%	8%	7%	Crítico	Crítico
Mercado							
Capacidad utilizada durante el primer año	23%	20%	-15%	109%	67%		
Capacidad utilizada durante el segundo año	24%	20%	-63%	114%	66%		
Técnicos							
Porcentaje de pérdida de proceso	12%	15%	100%	122%	67%		
Porcentaje de consumo Combo Básico	60%	80%	80%, los demás -100%	80%	44%	Crítico	Crítico
Porcentaje de consumo Combo 1	10%	55%	55%, los demás -100%	187%	97%		
Porcentaje de consumo Combo 2	20%	60%	60%, los demás -100%	291%	133%		
Fiscales							
Aporte al Seguro Social Obligatorio	8%	16%	100%	147%	80%		
Recursos Humanos							
Incremento del salario mínimo	11.578,00	15.051,40	30%	130%	69%		

5.6.2. Análisis de Sensibilidad Fase 2.

En este análisis se tomaron los parámetros que se identificaron como críticos en la Tabla 31 y se calculó el valor por medio del cual la variación de la TIR del Negocio o Proyecto es igual a cero (0). Posteriormente se determinó el parámetro que requiera el porcentaje de menor variación y este sería el de mayor criticidad y el que representará mayor riesgo para el proyecto. En la Tabla 32 se pueden visualizar en la última columna los parámetros clasificados por nivel de criticidad, desde el primer lugar al último (1 al 3). El cuarto parámetro resultó ser el de menor criticidad, ya que aunque se incremente al 100%, la TIR nunca alcanza un valor igual a cero (0).

Tabla 32. Análisis de Sensibilidad Fase 2.

Clasificación de los parámetros	Valor del Parámetro		Rangos de Variación	Tasa Interna de Retorno		Prioridad de del Riesgo Parámetro
	Original	Modificado		TIR Propia	TIR Total	
				Valores Originales		
				159%	85%	
				Valores modificados		
Incremento de costos de la materia prima						
Combo 1	191.430	246.945	29,00%	17,66%	0,14%	3
Combo 2	212.440	273.198	28,60%	17,72%	0,19%	2
Combo 3	256.810	333.853	28%	17,64%	0,13%	1
Técnicos						
Porcentaje de consumo Combo Básico	60%	100%	66,66%	19,19%	2,25%	N/A

5.6.3. Análisis de Sensibilidad Fase 3.

En este análisis se tomaron los parámetros identificados en la Tabla 32 como críticos, pero bajo un escenario mucho más realista, es decir, se hizo el cálculo de la variación de la TIR (Promotor y del Proyecto) modificando estos parámetros críticos en simultáneo, como podría ocurrir en la vida real, incluyendo el último parámetro que en la fase 2 se consideró fuera de las prioridades de riesgo.

En la Tabla 33 se pueden visualizar los parámetros modificados, el rango de variación y los resultados de los valores de la TIR. En un primer escenario se hizo el cálculo de la TIR modificando los precios de todos los Combos en simultáneo, a un

25% por encima del precio original estimado en este estudio. El valor de la TIR, tanto para el promotor como para el Proyecto, resultó estar por debajo de las tasas de referencia (costo de capital y descuento del proyecto respectivamente), así como valor límite establecido en la Fase 1 para entrar a un escenario de riesgo (106% y 57% respectivamente). Luego, en simultáneo, se modificó el parámetro de consumo del Combo básico, ya que como puede esperarse, una subida en los precios de los combos, como consecuencia directa del incremento en la materia prima, dirige a las madres a contratar en mayor proporción el combo que demande menor presupuesto. Es así como se analizó un segundo escenario donde se incrementó la selección del Combo básico de 60% a 64%, el Combo 1 de 10% a 16% y una reducción al 10% en el Combo 2 (dejando igual el consumo estimado del Combo 3). Para este caso el resultado de la TIR del promotor es igual a 16,39% y la del Proyecto es de -0,69%. Con este último escenario quedan determinados los valores que deben alcanzar los parámetros de riesgo (alza en los precios de la materia prima y en el consumo de los combos más económicos) para que ocasionen el fracaso del proyecto, es decir, de ocurrir en simultáneo la variación de estos cuatro parámetros, traería como consecuencia el cierre o paralización de la prestación de servicios del salón de fiestas.

En la medida de lo posible, los factores que puedan afectar estos parámetros considerados como críticos para el proyecto en estudio, deben ser atendidos en oportunidad y con estrategias que minimicen o mitiguen su alteración y futuro acercamiento a los valores reflejados en la Tabla 33.

Tabla 33. Análisis de Sensibilidad Fase 3.

Clasificación de los parámetros			Rangos de Variación	Tasa Interna de Retorno	
	Original	Modificado		TIR Propia	TIR Total
				Valores Originales	
				159%	85%
Inflacionarios				Valores modificados	
Tasa de interés nominal (BCV)	24%				
Incremento de costos de la materia prima					
Combo Básico	670	838	25%		
Combo 1	191.430	239.288	25%	32,05%	10,76%
Combo 2	212.440	265.550	25%		
Combo 3	256.810	321.013	25%		
Mercado					
Capacidad utilizada durante el primer año	23%				
Capacidad utilizada durante el segundo año	24%				
Técnicos					
Porcentaje de pérdida de proceso	12%				
Porcentaje de consumo Combo Básico	60%	64%	7%	16,39%	-0,69%
Porcentaje de consumo Combo 1	10%	16%	6%		
Porcentaje de consumo Combo 2	20%	10%	-50%		
Fiscales					
Aporte al Seguro Social Obligatorio	8%				
Recursos Humanos					
Incremento del salario mínimo	11.578,00				

CAPITULO VI

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

El estudio quedó enmarcado en una modalidad de proyecto factible, cuyo objetivo principal fue la **“Evaluación de Factibilidad para la Creación de un Salón de Fiestas Infantiles en la Ciudad de Puerto Ordaz Estado Bolívar”**.

El presente trabajo comprendió la evaluación de las variables implícitas en la búsqueda y adecuación de un salón para celebrar fiestas infantiles, basado en el modelo del análisis de mercado, técnico y económico-financieros descritas por (Blanco, 2007), así como la utilización de conocimientos, técnicas y herramientas metodológicas impartidas en la por la Gerencia de Proyectos para evaluar la factibilidad económica-financiera de un negocio.

Durante la investigación se obtuvieron datos e información confiable que se procesó para obtener resultados del estudio de mercado, técnico y económico-financiero, para finalmente determinar que este proyecto es factible y viable, dentro de un contexto actual.

Estos resultados permiten certificar que la idea de la creación de un Salón de Fiestas Infantiles en la Ciudad de Puerto Ordaz es un negocio factible y rentable.

El estudio de mercado permitió definir el tipo de Salón de Fiestas, el cual estará dirigido a niños y niñas en edades comprendidas entre 1 a 10 años, ofreciendo servicios y productos competitivos, tales como parque infantil, salón audiovisual, anfitrionas, recreadores, música y decoración, entre otros.

No existen negocios que se consideren competencia en la zona, por lo que el estudio técnico no se enfocó en la ubicación del salón debido a que se cuenta con un inmueble propiedad del promotor del proyecto, pero si permitió verificar que el mismo cubre con los requerimientos de pertenecer a una zona atractiva para efectos de acceso, seguridad, atención a la población a quien va dirigido este proyecto (clase media y alta), entre otros. Así mismo se determinaron los costos y gastos operativos,

haciendo un estudio de los precios disponibles en el mercado y en la zona para todo lo referente a la materia prima necesaria para prestar los servicios del salón de fiestas.

La información obtenida permitió calcular el monto inicial de 30.816.316 Bs requerido para invertir en este negocio, siendo 21.161.016 Bs aportados por el promotor y 9.655.300 Bs aportados por una entidad bancaria a través de un crédito a una tasa de 24% anual financiado durante 3 años.

Mediante la evaluación financiera se tomaron en cuenta tres criterios: determinación del Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y los análisis de sensibilidad, obteniéndose los siguientes resultados:

6.1. Rentabilidad del Promotor:

Valor Presente Neto (VPN): 52.322.530,43 Bs, como es mayor que cero, el proyecto debe aceptarse.

Tasa Interna de Retorno (TIR): 159%, la cual supera la Tasa de Costos de Capital tomada como referencia (13%), por lo que sugiere un considerable porcentaje de conveniencia para que el promotor invierta su dinero en este proyecto en comparación con lo que obtendría depositando su dinero en la Banca Pública.

6.2. Rentabilidad del Negocio:

Valor Presente Neto (VPN): 16.766.417,66 Bs, como es mayor que cero, el proyecto debe aceptarse.

Tasa Interna de Retorno (TIR): 85%, la cual supera la Tasa de Descuento del proyecto tomada como referencia (35%), garantizando la viabilidad del negocio.

6.3. Análisis de Sensibilidad:

A través de tres fases se determinaron los parámetros que para este proyecto se identificaron como críticos, ya que ponen en riesgo el éxito del mismo. Entre ellos

tenemos: el incremento de precios de la materia prima en un 25% y en paralelo, el incremento en la contratación de los servicios ofrecidos por los combos más económicos (Combo Básico en un 64%, Combo 1 a un 16% y Combo 2 se reduce a un 10%). Esta alteración de valores produciría una modificación en la TIR del promotor a un 16,39% y del negocio a un -0,69%, lo que se traduce en un inminente fracaso. Así mismo, en la fase 1 se evidenció que el incremento de uso de los combos más costosos (2 y 3) elevan la rentabilidad por encima de lo establecido inicialmente en el proyecto.

El proyecto contribuye a la generación de empleos, tanto para el personal contratado para prestar servicios dentro del salón de fiestas, como para todos aquellos empleos indirectos que proveen de servicios (entretenimiento, catering, mantenimiento, etc) y productos (tortas, pasapalos, dulces, piñatas, etc.) al salón.

Todo el análisis anterior conlleva a la determinación de que este proyecto es viable y rentable, en las condiciones establecidas tanto desde el punto de vista del promotor como de negocio.

En lo relacionado a las dificultades enfrentadas durante el desarrollo del estudio, se puede mencionar la falta de información que existe en el mercado sobre negocios parecidos o que presten servicios similares. Además de la falta de información, la informalidad con que la suministran demuestra un estado de irregularidad e inestabilidad en los precios. Sin embargo, el contacto directo, la entrevista y la comunicación con cada uno de los encargados en atender los negocios consultados, hizo que la información obtenida sobre precios, servicios, productos, entre otros aspectos técnicos, estuviera acompañada de datos y la identificación de variables que se tomaron como áreas de oportunidad y de competencia para captar la demanda que hoy día no se encuentra satisfecha con lo que existe u ofrece el mercado.

Es imperativo resaltar la importancia de llevar a cabo un estudio de factibilidad antes de la creación y puesta en marcha de cualquier proyecto, debido a la importancia de determinar su viabilidad y más aún, la rentabilidad del mismo, a través de un estudio de mercado, técnico y económico-financiero. Esto permite tomar las decisiones que se requiera para su ejecución de manera concreta, segura y responsable.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La evaluación del proyecto para instalar y poner en funcionamiento un salón destinado a la celebración de fiestas y realización de actividades de entretenimiento infantil en la Urbanización Chilemex de Puerto Ordaz Estado Bolívar (evaluación para la factibilidad de mercado, técnico, económico-financiero) , se realizó según los procedimientos utilizados para la evaluación de proyectos de inversión propuesto por (Blanco,2007).

La información que se utilizó en este estudio fue obtenida por la investigadora, haciendo uso de herramientas e instrumentos de recolección de información tales como encuestas y entrevistas, observación directa y el acceso a fuentes secundarias de información.

7.1. Conclusiones.

Como resultado del análisis y evaluación de la información obtenida, se pudo dar cumplimiento a todos los objetivos planteados al inicio de la investigación y que se detallan a continuación:

1. El estudio de mercado permitió identificar el mercado potencial del negocio, la inexistencia de negocios competidores, el precio de venta de los servicios propios de este negocio, la demanda de estos productos y servicios reflejada en los resultados de las encuestas, así como las áreas de oportunidad a desarrollar y explorar en la zona, producto de la ausencia de las mismas.
2. El desarrollo del estudio técnico del proyecto, permitió determinar los aspectos requeridos para la puesta en marcha y operación del salón de fiestas. Se identificaron las necesidades del proyecto, se establecieron las relaciones entre los aspectos del mercado y los aspectos técnicos necesarios para definir las

capacidades instaladas y utilizadas, y las pérdidas en los procesos. Se tomó como capacidad instalada el 100%, y se comenzó el primer año con un 23%, el segundo año con un 24%, el tercer año un 25% y a partir de allí, un 5% de incremento anual. Se estableció una pérdida del 12% y el porcentaje por producto (Combo) se asignó por el resultado de las encuestas, donde la mayoría de la madres reflejaron una tendencia a la selección del salón que ofrezca mejores precios.

3. La factibilidad económica del proyecto determinó que la inversión total será de 30.816.316 Bs, de los cuales 21.161.016 Bs serán aportados por el promotor y 9.655.300 Bs serán aportados por una entidad bancaria a través de un crédito a una tasa de 24% anual financiado durante 3 años. El aporte propio abarca la adquisición de parte del mobiliario, obras civiles, la adquisición del capital de trabajo para el inicio de las operaciones, estudios de ingeniería, diseño del espacio, estudio de factibilidad, permisologías y patentes con entes del Estado, capacitación, entre otros, y sólo será financiado por la entidad bancaria lo correspondiente a equipos y parte del mobiliario.

La nómina programada prevé la contratación de tres (3) empleados directos fijos y cuatro (4) empleados indirectos, además de los generados por contratación de servicios y compras de productos propios de la actividad del salón de fiestas.

Los ingresos fueron calculados con base al porcentaje asignado por capacidad utilizada menos el porcentaje de pérdida (12%), así como el porcentaje asignado al tipo de Combo contratado por los clientes, el cual se determinó con base a los resultados obtenidos en las encuestas, donde las madres mostraron una tendencia favorable a la selección de la opción que se les presentara con una propuesta más económica.

La diferencia entre los ingresos por ventas y los costos por ventas resultaron positivos desde el primer año de proyección, tal como se puede visualizar en la Tabla 22 y lo cual es un excelente indicador para cualquier proyecto en estudio.

Por otra parte, el saldo de caja es positivo desde el primer año de operaciones y el Valor Presente Neto del promotor y del Negocio como es mayor que cero indica que el proyecto debe aceptarse.

La Tasa Interna de Retorno, tanto del promotor como del negocio sugiere un considerable porcentaje de conveniencia y garantiza la viabilidad del negocio.

4. El análisis de sensibilidad arrojó que a pesar de que los resultados obtenidos en el estudio económico financiero indican que el proyecto es factible y rentable, es medianamente sólido y vulnerable a cuatro (4) aspectos que tienen relación con el mercado y no dependen, en gran parte del control y buena gerencia del proyecto, estos son: el costo de la materia prima de los Combos 1, 2 y 3 y el porcentaje de consumo del Combo Básico.
5. Finalmente, el proyecto, dada las condiciones y escenarios inicialmente planteados al inicio del estudio, es factible económica y financieramente, tanto desde el punto de vista técnico como de mercado.

7.2. Recomendaciones.

Con base a lo anteriormente expuesto, se recomienda la creación y puesta en marcha del Salón de Fiestas infantiles, debido a que con base a los estudios de mercado, técnico, económico-financiero, el negocio es factible y rentable, sin embargo, se deben tomar en consideración los siguientes aspectos:

1. La situación económica actual del país afecta directamente cualquier cálculo o estimación de los valores y factores que inciden directamente en la factibilidad de un proyecto. Es por ello que se deben establecer mecanismos y herramientas de control y seguimientos a las variables consideradas inicialmente en el proyecto, a fin de detectar a tiempo cualquier variación que pudiera comprometer el éxito y el logro de los objetivos planteados.
2. Se debe prestar especial atención a la variación de los precios de materias primas, que son el insumo principal para la prestación de los servicios y ventas de productos incluidos en los Combos 1, 2 y 3, y se han identificados como los principales parámetros que ponen en riesgo el éxito del negocio. Y además, se

debe tomar en cuenta que, a pesar de tener control con los precios de la materia prima, bien sea a través de una alianza con proveedores que garanticen cierta estabilidad en precios o, a través del incremento de los precios en los combos como una consecuencia directa, se debe considerar que el poder adquisitivo de las madres es un factor indirecto que también incide en la factibilidad del proyecto. Inicialmente durante el primer y segundo año se estimó que se realizarían seis (6) fiestas a la semana. Si este número en promedio cambia, las estrategias de captación de clientes debe replantearse y probablemente se deba incorporar otros servicios que permitan obtener ingresos fuera del concepto de celebración de fiestas. En este sentido, recomendamos incorporar, como un análisis complementario, exista o no esta posibilidad de bajar el número de eventos en la semana, el funcionamiento de un café para las madres que quieran que sus hijos se diviertan en las tardes, trayendo el beneficio de ingresos por entrada al parque infantil y venta de alimentos y bebidas a las madres mientras ocupan el salón.

3. Desarrollar indicadores que permitan hacer seguimiento al porcentaje de selección de los combos, ya que el incremento en la selección de los combos más económicos afectan la rentabilidad del negocio.
4. Crear planes de acción que permitan mitigar a tiempo la variación de los parámetros considerados como críticos en el proyecto.
 - Dada la ubicación del salón, se recomienda hacer un plan de publicidad que tome en cuenta la captación de todas las madres que acuden a los numerosos centros de educación inicial y preescolares que se encuentran en la zona, a través de volantes y trípticos que suministren información completa sobre la ubicación, horarios, servicios, productos, precios, etc., ya que no se considera una amenaza dar a conocer tantos datos, debido a la inexistencia de competencia en la región.
 - Diseñar una propuesta publicitaria que se enfoque en demostrarle a las madres que es mejor y más conveniente seleccionar uno de los combos 2 y 3, por la relación precio valor, que contratar el Combo básico o el Combo 1 y valerse de recursos propios para cubrir sus expectativas. Esto le

conviene al negocio, incrementado su rentabilidad, no solo por la captación de un mercado insatisfecho que desconoce este tipo de servicios todo incluido, sino también por el incremento del VPN y TIR reflejados en la Fase 1 del Análisis de Sensibilidad.

BIBLIOGRAFIA

- Acosta, K. (2009). Estudio de Factibilidad para la construcción y puesta funcionamiento de un parque infantil en Charallave, Estado Miranda. Caracas, Miranda, Venezuela.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. (5ta. Edición ed.). Caracas: Episteme.
- Baca, G. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Balestrini, M. (2006). *Como se elabora el Proyecto de Investigación*. Caracas.
- Bittan, M. (25 de Abril de 2015). *www.elmundo.com.ve*. Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/firmas/moises-bittan/el-estado-bolivar--potenciales-y-otros-apuntes-de.aspx>.
- Blanco, A. (2007). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Caracas. Tropykos.
- Briceño, J., & Garrido, R. (Enero – Marzo 2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Presentación dictada en el curso “Formulación y Evaluación de Proyectos”.
- Candia, C. (13 de julio de 2014). Fiestas Infantiles Repotenciadas. Estampas. Recuperado de <file:///C:/Users/casa/Desktop/TESIS%20JULIO%2020147/Fiestas%20infantiles%20repotenciadas%20-%20Hogar%20y%20estilo.htm>.
- Carrion, F. (14 de febrero de 2011). *www.gestiopolis.com*. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de <http://www.gestiopolis.com/estudio-factibilidad-operacion-parque-eventos-infantiles-quayaquil-ecuador/>.
- Caveguías. (s.f.). *www.pac.com.ve*. Recuperado el 15 de abril de 2015, de <http://www.pac.com.ve/index.php?fkeyword=salones+de+fiestas+infantiles&fubicacion=Puerto+Ordaz&x=0&y=0>.
- Centro de Investigación para la Educación, I. P. (s.f.). *www.guayanaweb.ucab.edu.ve*. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de

<http://guayanaweb.ucab.edu.ve/linea-investigacion-analisis-socioeconomico-familia-ciudad-guayana.html>.

Colegio de Ingenieros de Venezuela. (s.f.). Recuperado el 20 de Septiembre de 2014, de http://www.civ.net.ve/uploaded_pdf/cep.pdf.

Consejo Nacional de Promociones de Inversiones (CONAPRI). (2011). *www.conapri.org*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2014, de <http://www.conapri.org/productdetail.asp?CategoryId=11805&ProductId=22874> 1.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial. N°36.860. Diciembre 30. Caracas. Eduven.

datanálisis. (1 de julio de 2011). *www.datanalisis.com*. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de <http://www.datanalisis.com/452/estratificacion-80-de-los-consumidores-se-encuentran-en-los-estratos-d-y-e/>.

Dam, G. (21 de enero de 2015). Ciudad Guayana sube al puesto 12 de las urbes más violentas en el mundo. Correo del Caroni. Recuperado de <http://www.correodelcaroni.com/index.php/sucesos/item/26391-ciudad-guayana-asciende-en-el-conteo-de-las-urbes-mas-violentas-del-mundo>.

Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES) (2014). Decreto N° 1.414. Noviembre 13. Caracas.

EFE. (29 de diciembre de 2014). *Venezuela reportó 82 asesinatos por cada 100.000 habitantes según el OVV* . El Nacional. Recuperado de http://www.el-nacional.com/sociedad/Venezuela-reporto-asesinatos-habitantes-OVV_0_546545377.html.

Hernández Hernández, A., & Hernández Villalobos, A. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Mexico: ECAFSA.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2008). *Metodología de la Investigación* (Tercera Edición ed.). Chile: Mc Graw-Hill.

Instituto Nacional de Estadísticas. (s.f.). *http://www.ine.gov.ve/*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2014.

- Ley de Impuesto Sobre la Renta. (2014). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*. N° 6.152 (Extraordinario), Noviembre 18 de 2014.
- Ley de Política Habitacional. (2012). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*. N° 39969. 20 de Julio de 2012.
- Ley Orgánica de Ordenación Urbanística. (1987). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*. N° 33.868. 16 de Diciembre de 1987.
- Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social. (2002). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*. N° 37.600. 30 de Diciembre de 2002.
- Ley Orgánica del Trabajo de los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT). (2012). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela* Nro. 8.938. 7 de Mayo de 2012.
- Ley que regula el Sistema de Paro Forzoso y Capacitación Laboral. (1999). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*. N° 5.392 (Extraordinario). 22 de Octubre de 1999.
- MonitorProDaVinci. (22 de enero de 2015). *www.prodavinci.com*. Recuperado el 20 de abril de 2015, de <http://prodavinci.com/2015/01/22/actualidad/60-economistas-se-pronuncian-sobre-la-crisis-economica-en-venezuela-monitorprodavinci/>.
- Montenegro, M. T. (2014). *Desempleo y Pobreza en Ciudad Guayana*. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Centro de Investigación para la Educación, la Productividad y la Vida (CIEPV) , Guayana.
- Murray, S., & Stephens, L. (2009). *Estadística* (4ta Edición ed.). México D.F., México: Mc Graw-Hill.
- Observatorio Venezolano de Violencia (OVV). (29 de diciembre de 2014). *Venezuela termina el 2014 como el segundo país con más homicidios en el mundo* .
- Osuna, S. (13 de octubre de 2011). *www.conapri.org*. Recuperado el 17 de septiembre de 2014, de <http://www.conapri.org/ArticleDetailIV.asp?articleid=436111&CategoryId2=14538>.
- Palacios, L. (2005). *Principios esenciales para realizar proyectos*. Caracas.

- Palella, S., & Martins, F. (2006). *Metodología de la Investigación Cuantitativa* (Segunda Edición ed.). Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Libertador (FEDEUPEL).
- Paz, A. (2007). <http://biblioteca.usac.edu.gt>. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/06/06_2542.pdf.
- Perrot, A., Castro, M., Otero, M., & Urió, P. (2009). www.ucema.edu.ar. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2009/mba_castro.pdf.
- Project Management Institute. (2013). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge* (5ta. Edición. ed.). Estados Unidos de América: Project Management Institute, Inc.
- Project Management Institute. (s.f.). *Código de Ética y Conducta Profesional*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2014, de http://www.pmi.org/~media/PDF/Ethics/ap_pmicodeofethics_SPA-Final.ashx.
- Rebolledo, H. (2005). Estudio de Factibilidad para la Construcción y Funcionamiento de una Posada Turística en Ciudad Bolívar, Estado Bolívar. Puerto Ordaz, Bolívar, Venezuela.
- Rolfini, V. (14 de julio de 2007). www.eluniversal.com. Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de <http://www.eluniversal.com/estampastematica/archivo/ninos140707/vivirnino2>.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL). (2006). Manual de Trabajos de Grado de Especialización, Maestría y Tesis Doctorales. Caracas: Venezuela.

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento para encuesta formal.

La siguiente encuesta se aplica con el propósito de obtener información necesaria para el desarrollo de un estudio de factibilidad económico-financiero, como objetivo principal de una Tesis de Grado. Esta encuesta es confidencial y anónima, consta de 15 preguntas y le tomará 7 minutos llenarla.

						Encuesta #:	
Datos Personales							
Edad (años):		Sexo:					
Ocupación (Coloque una "x")							
Ama de Casa	☐	Empleada	☐	Desempleada	☐		
Otro (Indique):							
Zona donde vive:							
Parroquia:		Municipio:					
Número de hijos que tiene:							
Edades de los hijos:							
A continuación se presentan una serie de preguntas. Marque con una "x" la (s) alternativa (s) de su preferencia.							
1) ¿Ha utilizado algún salón de fiestas para celebrar algún evento infantil?							
si		☐	no		☐		
2) ¿Estaría dispuesta a celebrar el próximo evento infantil en un salón de fiestas?							
si		☐	no		☐	, ir a la pregunta 12	
3) En caso afirmativo, qué razones la motivarían?							
Reducción de costos	☐	Nuevas y mejores experiencias	☐	Mejores instalaciones	☐	Comodidad	☐
Mayor espacio	☐	Instalaciones (mayor espacio / confort / acondicionamiento)	☐	Todas las anteriores	☐		
4) ¿Qué es lo que busca en ellos?							
Buena atención	☐	Calidad en el servicio	☐	Variedad en el servicio	☐	Buenos precios	☐
Instalaciones	☐	Seguridad	☐	Todas las anteriores	☐		
5) ¿Con qué frecuencia contrata el servicio de un salón de fiestas para celebrar los eventos infantiles?							
3 veces al año	☐	2 veces al año	☐	anual	☐		

6) ¿Qué servicios le gustaría que ofreciera el salón de fiestas?							
Animación	☐	Decoración	☐	Entretenimiento	☐	Pasapalos	☐
Torta	☐	Piñata	☐	Cotillones	☐		
7) ¿Cuál es el promedio de número de invitados (adultos) que considera tener en sus eventos infantiles?							
menos de 30	☐	entre 30 y 60	☐	mas de 60	☐		
8) ¿Cuál es el salón de fiestas en donde usted ha preferido celebrar los eventos infantiles?							
Mc Donald's	☐	Arturo	☐	Pollo Sabroso	☐	Espejito Espejito	☐
Fiesta Park	☐	Rumberitos (Nautico)	☐	Otro (indique):	☐		
9) ¿Cómo valoraría el servicio prestado por el salon de fiestas indicado en la pregunta anterior?							
Excelente	☐			Regular	☐		
Bueno	☐			Deficiente	☐		
10) ¿Cuáles aspectos mejoraría del servicio prestado?							
Buena atención	☐	Calidad en el servicio	☐	Variedad en el servicio	☐	Buenos precios	☐
Instalaciones	☐	Seguridad	☐	Todas las anteriores	☐		
Otro (indique):							
11) ¿Cuál servicio, patrón o producto considera más importante a la hora de seleccionar un salon de fiestas para celebrar un evento infantil (Seleccione solo una opción)?							
	Atención	☐		Decoración	☐	Comida	☐
	Variedad productos y serv.	☐		Precio	☐	Limpieza	☐
	Seguridad	☐		Instalaciones	☐		
Otro (indique):							
Si no ha celebrado eventos infantiles en salones de fiestas, a continuación se presentan una serie de preguntas. Marque con una "x" la (s) alternativa (s) de su preferencia.							
12) ¿Cuál ha sido el motivo por el que no celebra eventos infantiles en un salón de fiestas?							
	Tipo de servicios (cantidad / Variedad)	☐	Calidad del Servicio	☐	Alto Costo	☐	
	Inseguridad	☐	Todas las anteriores	☐	Otro		

13) ¿Cuál es el salón de fiestas que ha pensado contratar para celebrar los eventos infantiles?							
Mc Donald's	☐	Arturo	☐	Pollo Sabroso	☐	Espejito Espejito	☐
Fiesta Park	☐	Rumberitos (Nautico)	☐	Otro (indique):	☐		
14) ¿Por qué contrataría este salón (Seleccione solo una opción)?							
Atención	☐	Decoración	☐	Comida	☐		
Variedad productos y serv.	☐	Precio	☐	Limpieza	☐		
Seguridad	☐	Instalaciones	☐				
Otro (indique):							
15) ¿Cuáles servicios y/o productos contrataría en un salon de fiestas para celebrar un evento infantil (Seleccione solo una opción)?							
Animación	☐	Decoración	☐	Entretenimiento	☐	Pasapalos	☐
Torta	☐	Piñata	☐	Cotillones	☐		

