



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA PLANIFICACION Y ORGANIZACIÓN DE FIESTAS  
INFANTILES EN LA CIUDAD DE QUITO**

TRABAJO DE TITULACION PRESENTADO EN CONFORMIDAD CON LOS  
REQUISITOS PARA OBTENER EL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL

PROFESOR GUIA: ING. MANUEL MARIA HERRERA

**AUTOR: DIEGO OSWALDO BARREZUETA RODRIGUEZ**

**2012**

## **DECLARACION PROFESOR GUIA**

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente

---

Manuel María Herrera Peña

Doctor

C.C. 100322898-6

## DECLARACION DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes

---

Diego Oswaldo Barrezueta Rodriguez

C.C. 170801110-9

## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer al terminar un ciclo más en mi vida de forma especial a mis padres. Quienes con su ejemplo y sacrificio hicieron una realidad el poder ser un profesional de la República. A mis profesores quienes con su conocimiento hicieron posible mi engrandecimiento personal. A mi esposa por su apoyo, ayuda y dedicación

## DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis de grado de manera especial a mi hija, por quien me esmero cada día en ser mejor y poder brindarle días llenos de prosperidad y alegría así como un buen ejemplo de vida

## RESUMEN EJECUTIVO

Se decidió realizar y profundizar en este plan de negocios, debido a la reciente experiencia que uno tiene como padre y observar que los diferentes lugares donde se desarrollaban fiestas a las que fue invitada mi hija no ofrecían algo diferente entre ellas. Se observó la oportunidad de negocio investigando que es lo que realmente les gusta a los niños del rango de edad que celebran todavía estos acontecimientos y que es lo que buscan los padres al momento de tomar la decisión de donde celebrar dicho acontecimiento

La industria de Servicios a Personas Comunes, Sociales y Personales se encuentra en crecimiento y el último trimestre ha presentado un incremento del 25%. Los precios en la industria se han incrementado en un 20,17%

El 53% de encuestados cree que no existen los lugares suficientes en la ciudad que abarquen la demanda de eventos infantiles. En el Distrito Metropolitano de Quito existen 355,790 niños entre los 1 a 9 años, que son quienes realizan estos festejos, lo cual lo convierte en un mercado grande y atractivo.

Se manejarán 2 paquetes al público, el primero tendrá un valor de 450 USD y el segundo será de 550 USD

La Tasa Interna de Retorno para el plan de negocios en el escenario Normal con apalancamiento será de 32,29% y sin apalancamiento es de 29,33%

La Tasa Interna de Retorno para los inversionistas en el escenario normal con apalancamiento será de 42,15% y sin apalancamiento del 29,33%

La inversión inicial es de 45,002.54 USD y el capital de trabajo para 3 meses de 10.554,27 USD

Lo que se pretende ofrecer al mercado es un lugar físico, provisto de diversiones modernas, en donde los niños puedan pasar un tiempo celebrando de una manera sana y entretenida a la persona homenajeada. Igualmente se

ha pensado en el esparcimiento de los padres ya que normalmente en otros sitios se limitan a matar el tiempo conversando entre ellos y no tienen la posibilidad de distraerse con atracciones que les interesa como escuchar música, jugar billar, observar televisión entre otras actividades. Se pretende diferenciar de la competencia ofreciendo servicios modernos novedosos que llamen la atención de los más pequeños.

Las ideas que se han generado para decorar el lugar, así como la ubicación y presentación del mismo han sido del agrado de las personas entrevistadas y encuestadas, lo que da una oportunidad verdadera y confiable para desarrollar esta idea

Luego de analizar el mercado y los indicadores financieros el plan de negocios es rentable y da una gran oportunidad de crecimiento a la empresa, además de brindar la posibilidad a las familias de la ciudad de tener un lugar en donde pueda recrearse la familia de una manera sana y divertida

## ABSTRACT

We decided to perform and deepen this business plan, due to the recent experience you have as a parent and see the different locations of parties I was invited my daughter did not offer anything different between them. It was observed investigating the business opportunity which is what they really like the children of the age range still celebrate these events and that is what parents are looking for when making the decision where to hold this event Industry Senior Services Community, Social and Personal growth is in the last quarter and has been an increase of 25%. Prices in the industry have increased by 20.17%

53% of respondents believe that there are sufficient places in town to cover the demand for children's events. In the Metropolitan District of Quito there are 355.790 children aged 1 to 9 years, who are performing these celebrations, which makes it a large and attractive market.

2 packages were handled to the public, the first will have a value of 450 USD and the second will be 550 USD

The Internal Rate of Return for the business plan in the Normal setting will be leveraged and unleveraged 32.29% 29.33%

is

The Internal Rate of Return the interest rate for investors in the leveraged-usual scenario will be 42.15% and 29.33% without leverage

The initial investment of USD 45,002.54 and the working capital for 3 months \$ 10,554.27

The intention to offer the market is a physical place, fitted modern entertainments, where children can spend time celebrating in a healthy and

entertaining to the honoree. It has also been thought of spread of parents and other sites that normally are limited to pass the time talking among themselves and are not able to distract with attractions that are interested in listening to music, play pool, watch television and other activities. The aim is to differentiate from the competition by offering innovative modern amenities that appeal to children.

The ideas were generated to decorate the place, and the location and presentation of it have been to the liking of those interviewed and surveyed, which gives a true and reliable opportunity to develop this idea. After analyzing the market and financial indicators, the business plan is cost effective and gives a great opportunity to grow the company, also offers the possibility to the families of the city to have a place where you can indulge in a family healthy and fun.

## INDICE

1	ASPECTOS GENERALES.....	1
1.1	ANTECEDENTES.....	1
1.2	OBJETIVOS.....	1
1.2.1	Objetivo General.....	1
1.2.2	Objetivos Específicos.....	2
1.3	HIPOTESIS.....	2
2	LA INDUSTRIA.....	3
2.1	CLASIFICACION DE LA INDUSTRIA.....	3
2.2	TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA.....	3
2.2.1	Identificación ciclo de vida de la industria.....	8
2.2.2	Precios y costos de la industria.....	8
2.3	ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA.....	9
2.3.1	Análisis de la competencia.....	9
2.3.2	Líderes en el mercado.....	10
2.3.3	Información servicios que conforman la industria.....	11
2.4	FACTORES ECONÓMICOS Y REGULATORIOS.	11
2.4.1	Variables Económicas.....	12
2.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	14
2.6	FUERZAS DE PORTER.....	15
2.6.1	Ingreso de nuevos competidores.....	16
2.6.2	Amenaza de sustitutos.....	16
2.6.3	Poder de negociación con los proveedores.....	16
2.6.4	Poder de negociación con los compradores.....	16
2.6.5	Intensidad de la rivalidad de la competencia.....	16

2.7	IDEA Y MODELO DEL NEGOCIO.....	16
2.7.1	Estructura legal de la empresa.....	17
2.7.2	Misión.....	17
2.7.3	Visión.....	17
2.7.4	Objetivos.....	17
2.8	SERVICIO.....	18
2.9	ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO.....	18
2.10	ANÁLISIS FODA.....	19
3	INVESTIGACION DE MERCADOS.....	20
3.1	DETERMINACION DE LA OPORTUNIDAD.....	20
3.2	IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.....	20
3.2.1	Problema gerencia.....	20
3.2.2	Problema de investigación de mercados.....	21
3.2.3	Objetivos, Preguntas e Hipótesis de la Investigación.	22
3.3	FUENTES DE LA INVESTIGACION.....	23
3.3.1	Fuentes de información Primaria.....	23
3.3.2	Fuentes de información Secundarias.....	23
3.4	DISEÑO.....	23
3.4.1	Investigación Cualitativa.....	23
3.4.2	Investigación Cuantitativa.....	28
3.5	TAMAÑO DEL MERCADO.....	41
3.5.1	Demanda.....	41
3.6	COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS.....	41
3.7	PARTICIPACIÓN DE MERCADO Y VENTAS DE LA INDUSTRIA.....	42

3.8	EVALUACIÓN DEL MERCADO.....	42
3.9	OPORTUNIDAD DE NEGOCI.....	42
4	PLAN DE MARKETING.....	43
4.1	ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING.....	43
4.2	MARKETING ESTRATEGICO.....	44
4.2.1	Etapa de introducción.....	44
4.2.2	Etapa de crecimiento.....	44
4.2.3	Etapa de madurez.....	45
4.2.4	Etapa de declive.....	45
4.3	POLITICA DE PRECIOS.....	45
4.4	ELASTICIDAD DE LA DEMANDA .....	46
4.5	COMPETENCIA.....	46
4.6	ESTRUCTURA DE COSTOS.....	46
4.7	ESTRATEGIA DE PRECIOS.....	49
4.8	TACTICA DE VENTAS.....	49
4.9	METAS PROYECTADAS.....	49
4.10	POLITICA SERVICIO AL CLIENTE Y GARANTIA	50
4.11	PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE.....	50
4.12	PROMOCION Y PUBLICIDAD.....	51
4.12.1	Relaciones Públicas.....	52
4.12.2	Promoción de Ventas.....	52
4.13	DISTRIBUCION.....	52
5	PLAN DE OPERACIONES.....	54
5.1	ESTRATEGIA DE OPERACIONES.....	54

5.2	CICLO DE OPERACIONES.....	54
5.3	FLUJOGRAMA DE PROCESOS.....	58
5.3.1	Proceso I.....	58
5.3.2	Proceso II.....	59
5.3.3	Proceso III.....	60
5.4	REQUERIMIENTO EQUIPO HERRAMIENTAS....	61
5.5	INSTALACIONES Y MEJORAS.....	62
5.5.1	Planos internos y externos.....	63
5.5.2	Localización geográfica.....	65
5.5.3	Capacidad de almacenamiento de inventarios.....	65
6	EQUIPO GERENCIAL.....	66
6.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	66
6.1.1	Organigrama.....	66
6.2	PERSONAL ADMINISTRATIVO CLAVE Y SUS RESPONSABILIDADES.....	66
6.2.1	Descripción de funciones.....	67
6.3	EQUIPO DE TRABAJO, COMPENSACIONES Y BENEFICIOS.....	72
6.3.1	Cargo: Gerente General.....	72
6.3.2	CARGO: ASESOR COMERCIAL (VENTAS).....	73
6.3.3	CARGO: SUPERVISOR DE OPERACIONES.....	74
6.3.4	CARGO: SECRETARIA.....	75
6.3.5	CARGO: AUXILIARES DE LIMPIEZA.....	76
6.4	COMPENSACIÓN A ADMINISTRADORES Y PROPIETARIOS.....	77
6.5	DERECHOS Y RESTRICCIONES.....	77

6.6	EQUIPO DE ASESORES Y SERVICIOS.....	78
6.6.1	Contador.....	78
6.6.2	Personal de animación.....	78
7	CRONOGRAMA GENERAL.....	79
7.1	ACTIVIDADES NECESARIAS PARA PONER EL NEGOCIO EN MARCHA.....	79
7.2	DIAGRAMA DE GANTT.....	81
7.3	RIESGOS E IMPREVISTOS.....	84
7.4	PLAN DE CONTINGENCIA.....	84
8	RIESGOS CRITICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS	
8.1	CRITERIOS UTILIZADOS.....	85
8.2	SUPUESTOS UTILIZADOS.....	86
8.3	RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES.....	88
9	PLAN FINANCIERO.....	89
9.1	INVERSIÓN INICIAL.....	89
9.2	FUENTES DE INGRESOS.....	89
9.3	GASTOS Y COSTOS.....	90
9.4	MARGEN BRUTO Y MARGEN OPERATIVO.....	90
9.5	ESTADO DE RESULTADOS.....	90
9.6	BALANCE GENERAL.....	90
9.7	ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO.....	91
9.8	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	91
9.9	ÍNDICES FINANCIEROS.....	91
9.9.1	Liquidez.....	91

9.9.2	Rentabilidad.....	92
9.9.3	Desempeño.....	92
9.9.4	Valuación.....	93
10	PROPUESTA DE NEGOCIO .....	94
10.1	FINANCIAMIENTO DESEADO.....	94
10.2	ESTRUCTURA CAPITAL Y DEUDA BUSCADA...	94
10.3	USO DE FONDOS.....	94
10.4	CAPITAL DE TRABAJO.....	94
10.5	ACTIVOS FIJOS.....	95
10.6	GASTOS PRE-OPERACIONALES.....	95
10.7	GASTOS AMORTIZABLES.....	96
10.8	RETORNO PARA EL INVERSIONISTA .....	97
11	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
11.1	CONCLUSIONES.....	98
11.2	RECOMENDACIONES.....	100
12	BIBLIOGRAFIA.....	102
13	ANEXOS.....	104



## INDICE DE TABLAS

Tabla 2 1 Precios y costos de la industria.....	8
Tabla 2 2 Estructura y análisis de la competencia.....	10
Tabla 2 3 Objetivos.....	17
Tabla 2-4 Estrategias .....	18
Tabla 2-5 Análisis FODA.....	19
Tabla 3-1 Problema de investigación de mercados.....	21
Tabla 3-2 Objetivos, preguntas e hipótesis de la investigación.....	22
Tabla 3-3 Segmentación de mercado.....	29
Tabla 3-4 Distribución de la población.....	30
Tabla 3-5 La competencia y sus ventajas.....	41
Table 4 1 Cuadro de Posicionamiento.....	43
Tabla 4-2 Estrategias.....	44
Tabla 4-3 Etapa de introducción.....	44
Tabla 4-4 etapa de crecimiento.....	44
Tabla 4-5 Etapa de madurez.....	45
Tabla 4-6 Etapa de declive.....	45
Tabla 4-7 Precio y costo de ventas paquete.....	47
Tabla 4-8 Costo y precio de ventas paquete 2.....	48
Tabla 4-9 Promoción y publicidad.....	51
Tabla 5-1 Decisión de Compra.....	55
Tabla 5-2 Preparación evento.....	56
Tabla 5-3 Organización y desarrollo del evento.....	57
Tabla 5-4 Equipos y herramientas.....	61
Tabla 5-5 Instalaciones y mejoras.....	62
Tabla 5-6 Metraje.....	62

Tabla 6-1 Descripción de funciones.....	67
Tabla 6-2 Perfil gerente general.....	72
Tabla 6-3 Perfil Asesor Comercial.....	73
Tabla 6-4 Perfil Supervisor de operaciones.....	74
Tabla 6-5 Perfil Secretaria.....	74
Tabla 6-6 Perfil Auxiliares de limpieza.....	76
Tabla 6-7 Tabla Salarial.....	77
Tabla 7 1 Diagrama de Gantt.....	81
Tabla 7-2 Plan de contingencia.....	84
Tabla 8-1 supuestos utilizados.....	86
Tabla 8-2 Proyección de ventas.....	87
Tabla 8-3 Riesgos principales.....	88
Tabla 9-1 Inversión inicial.....	89
Tabla 10-1 Capital de trabajo.....	95
Tabla 10-2 Gastos Preoperacionales.....	96
Tabla 10-3 Gastos Amortizables.....	96
Tabla 10-4 Retorno para el inversionista.....	97

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 2-1 PIB Por Industria Servicio a Personas Comunales Sociales y Personales (miles de dólares).....	3
Gráfico 2-2 PIB Contribución de la industria a la variación del PIB.....	5
Gráfico 2-3 Valor Agregado Bruto de la Industria Servicios a Personas Comunales, Sociales y Personales.....	6
Gráfico 2-4 Valor Agregado industria de Otros Servicios a Personas Sociales, Comunales y Personales por provincia.....	7
Gráfico 2-5 Variación de precios de la industria.....	9
Gráfico 2-6 Participación de mercado.....	10
Gráfico 2-7 Inflación.....	12
Gráfico 2-8 Tasas activas.....	12
Gráfico 2-9 Tasas pasivas.....	13
Gráfico 2-10 Índice de Confianza al Consumidor por sectores.....	14
Gráfico 2-11 Canales de distribución.....	15
Gráfico 2-12 Diamante de Porter.....	15
Gráfico 4-1 Proceso de atención al cliente.....	50
Gráfico 4-2 Canal de distribución.....	53
Gráfico 5-1 Mapa aéreo.....	65
Gráfico 7-1 Diagrama de Gantt.....	83



## CAPITULO I

### 1 ASPECTOS GENERALES

#### 1.1 ANTECEDENTES

La idea general de la oportunidad de negocio se basa en la experiencia personal y de familiares cercanos y en la investigación de lugares especializados en fiestas infantiles. En este análisis inicial se identificó una demanda insatisfecha.

Actualmente hay 30 locales especializados en fiestas infantiles<sup>1</sup> atendiendo a un mercado de 355.790<sup>2</sup> infantes en el rango de edad objetivo. Mediante entrevistas con proveedores de artículos infantiles también se identificó una posible entrada al negocio ya que muchos potenciales clientes han solicitado lugares originales en donde se pueda celebrar un evento infantil.

Una vez establecido el negocio en el norte de Quito, el objetivo es expandirse hacia otros puntos del Distrito Metropolitano como valles, el sur de la ciudad y en un mediano plazo hacerlo en ciudades cercanas como Ambato e Ibarra, zonas en las que existe también una necesidad que satisfacer.

Algunos elementos diferenciadores de la competencia incluyen los nuevos servicios que se van a ofrecer como: pistas de carreras de autos a baterías, pistas de patinajes, casas gigantes de muñecas, entre otros juegos innovadores. Además se ofrecerá servicios de asesoría a los padres que no tengan tiempo de escoger o buscar la mejor alternativa para la fiesta.

Al tener un amplio lugar físico se podrá aprovechar el terreno para ofrecer recepciones para primeras comuniones, bautizos y eventos en el que los niños sean los invitados especiales.

#### 1.2 OBJETIVOS

##### 1.2.1 Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para una empresa que ofrezca la planificación y organización de fiestas infantiles en la ciudad de Quito.

---

<sup>1</sup> [http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com\\_wrapper&Itemid=6](http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_wrapper&Itemid=6)

<sup>2</sup> <http://www4.quito.gob.ec/indicadoresMenu.html>

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Investigar la industria, la empresa y al consumidor para analizar precios, tendencias, así como la competencia
- Elaboración de un plan de marketing para posicionar la empresa
- Determinación de un plan operacional que ayude a llegar de una manera directa, útil y práctica al consumidor final.
- Definición de la estructura de la empresa, organigrama, personal, salarios y políticas de recursos humanos.
- Análisis de la viabilidad financiera del negocio.
- Propuesta de negocio a los inversionistas sobre los resultados obtenidos.

### **1.3 HIPOTESIS**

En la ciudad de Quito es factible y rentable establecer un negocio para la planificación y organización de fiestas infantiles.

## CAPITULO II

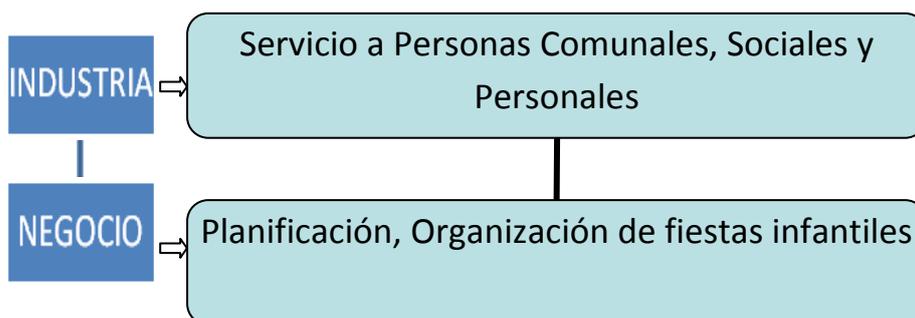
### LA INDUSTRIA

#### 2 INTRODUCCION

En este capítulo se estudiará la industria en la que se encuentra el negocio, así como tendencias a futuro.

##### 2.1 CLASIFICACION DE LA INDUSTRIA

De acuerdo a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme<sup>3</sup>, la empresa se encuentra en la industria SERVICIO A PERSONAS COMUNALES SOCIALES Y PERSONALES.



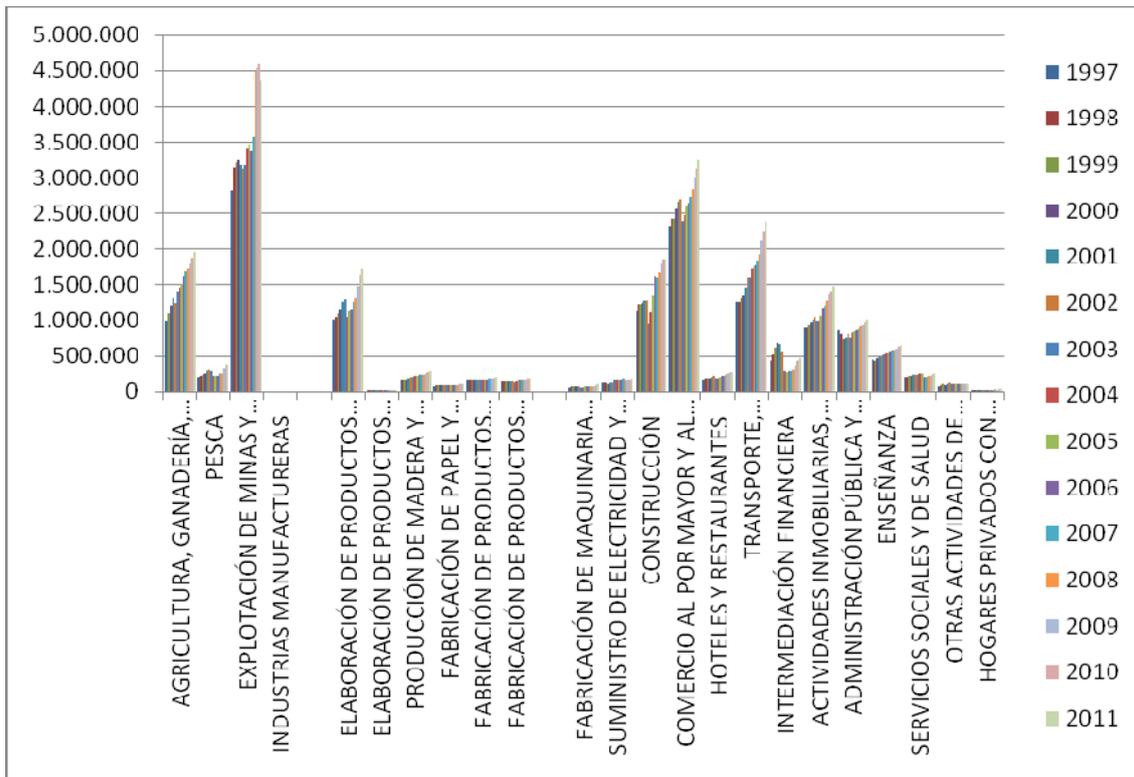
Elaborado por: Autor

##### 2.2 TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA.

Para mostrar como la industria ha ido evolucionando y tendencias pasadas y actuales, se muestran los siguientes cuadros y gráficos:

<sup>3</sup> <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=2&Lq=3>

Gráfico 2-1 PIB Por Industria Servicio a Personas Comunales Sociales y Personales (miles de dólares)

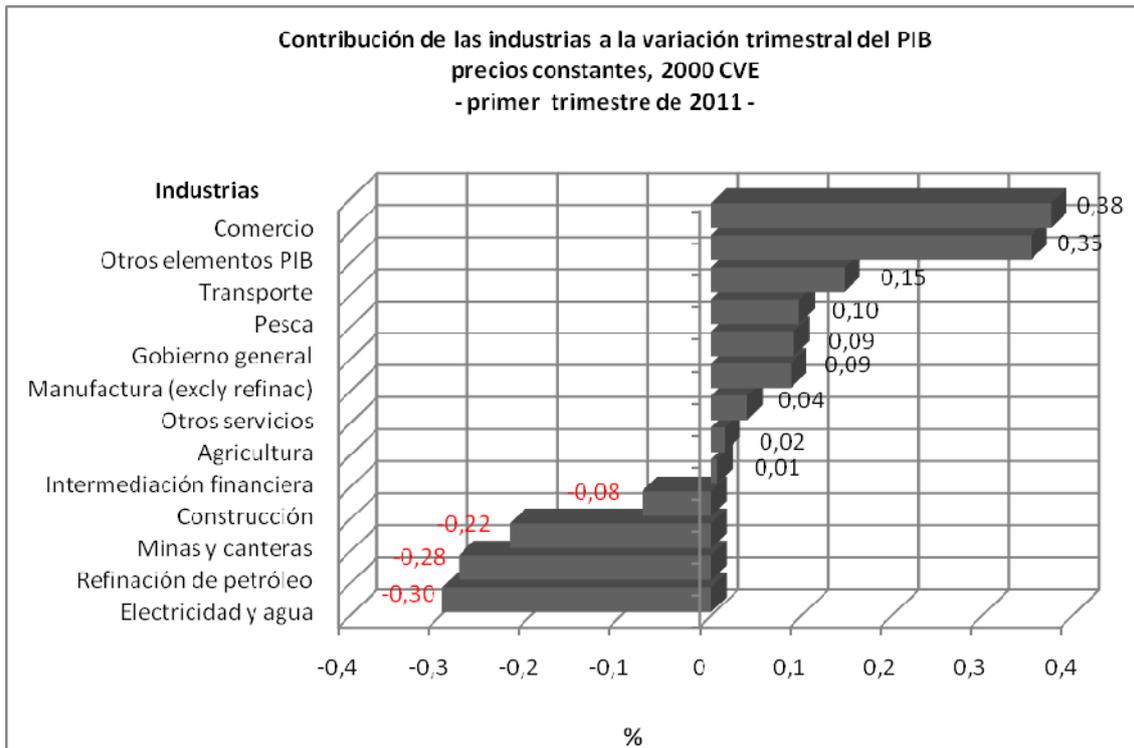


Fuente Banco Central del Ecuador: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaborado por: El Autor

En esta gráfica se puede notar que la industria que ha tenido un mayor crecimiento es la de explotación de minas y canteras al igual que el comercio y la construcción. En lo referente a la industria de otros servicios Comunales Personales y sociales si bien aporta en menor cantidad al PIB que las indicadas, pero se han mantenido constante y en crecimiento con 200.00 USD aproximadamente por año

Gráfico 2-2 PIB Contribución de la industria a la variación del PIB

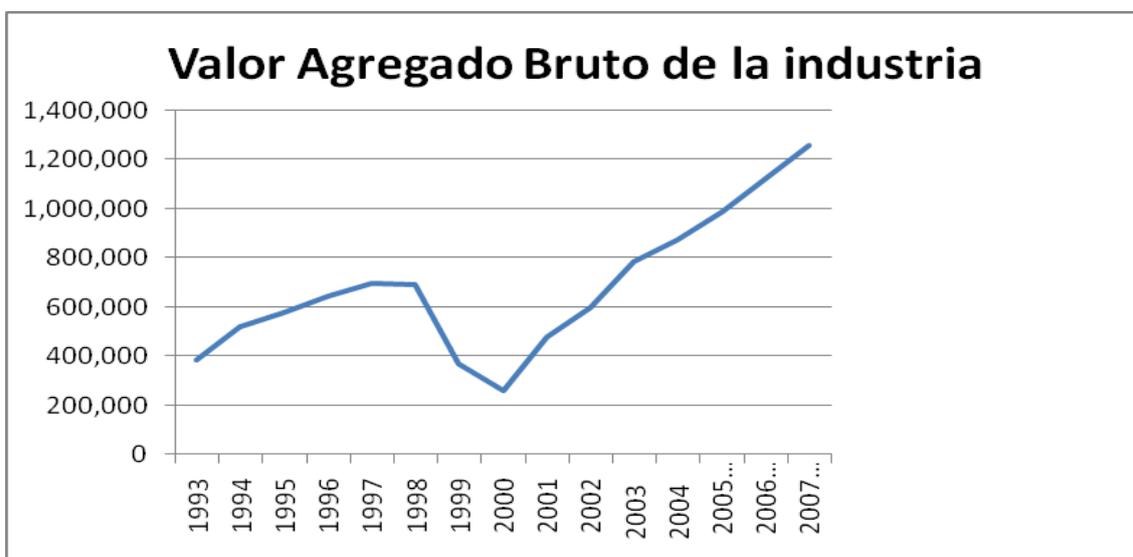


Fuente Banco Central del Ecuador: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaborado por: El Autor

Existen industrias que aportan positivamente al PIB. En el primer trimestre del 2011, el comercio y las actividades manufactureras, fueron las que más contribuyeron al crecimiento del PIB. La industria de servicios aportó positivamente en un 0,04%

**Gráfico 2-3 Valor Agregado Bruto de la Industria Servicios a Personas Comunes, Sociales y Personales**

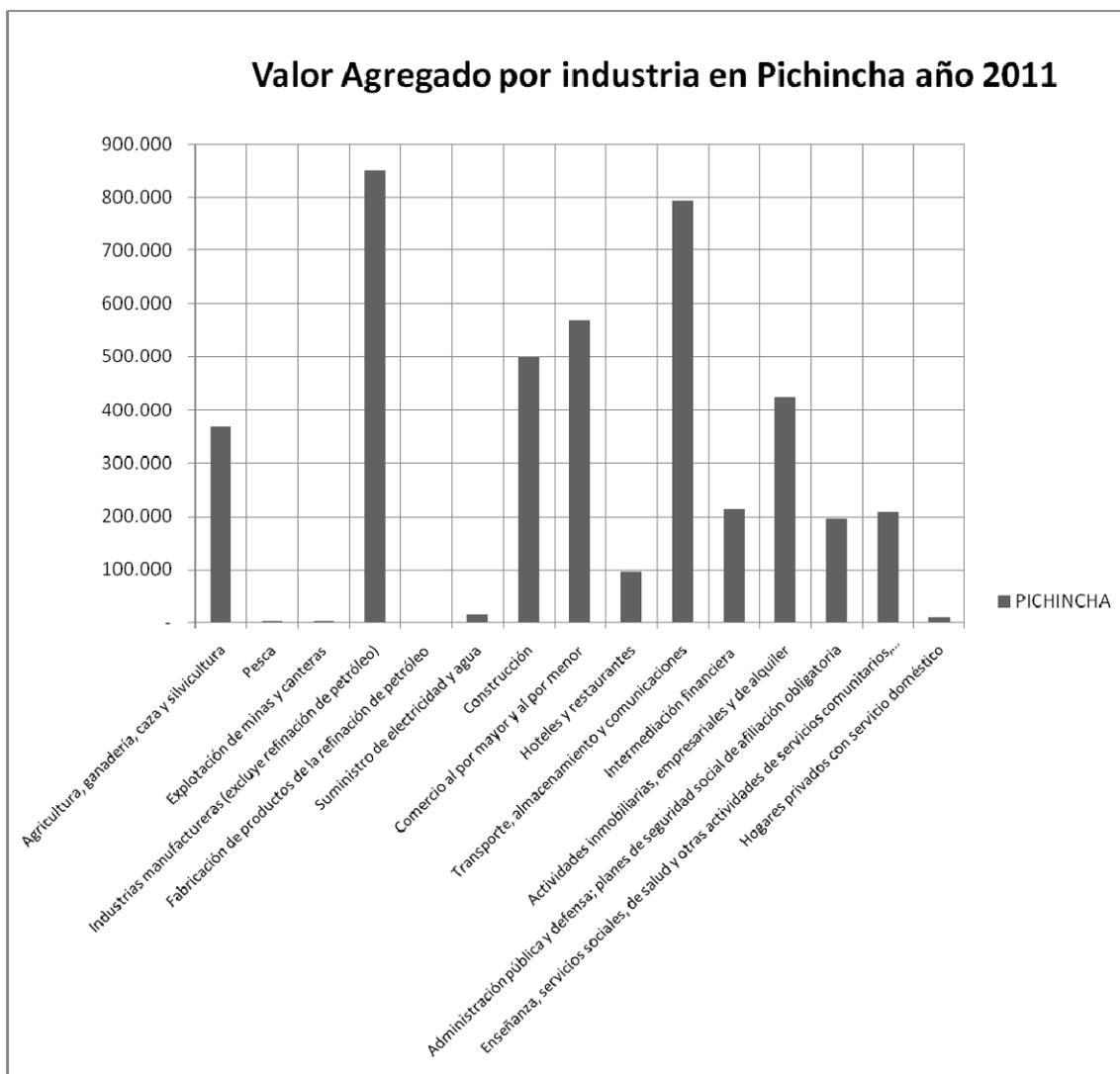


Fuente Banco Central del Ecuador: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaborado por: El Autor

Al igual que en el primer gráfico, se puede notar un crecimiento del Valor Agregado en los últimos años. Se prevee que esta industria aporte un desarrollo importante al PIB nacional debido al incremento sostenido

**Gráfico 2-4 Valor Agregado industria de Otros Servicios a Personas Sociales, Comunales y Personales por provincia**



Fuente Banco Central del Ecuador: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaborado por: El Autor

La industria de Servicios a Personas comunales, sociales y personales reportó un crecimiento de 0.25% en el cuarto trimestre del 2010 en relación al trimestre anterior, contribuyendo positivamente al crecimiento trimestral del PIB en 0.04%.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

De igual manera, al comparárselo con el cuarto trimestre de 2008 (t/t-4), presentó un incremento de 3,20%. La variación anual (2009/2008) fue de 1.71%.<sup>5</sup>

### 2.2.1 Identificación ciclo de vida de la industria

Basado en los datos anteriores se concluye que la industria de Servicios Sociales, Personales y Comunales está en crecimiento y que identifica una oportunidad atractiva de inversión para la empresa.

### 2.2.2 Precios y costos de la industria

A continuación se detallan ejemplos con precios y costos de algunas empresas que forman parte de la industria de Servicios Comunales, Sociales y Personales:

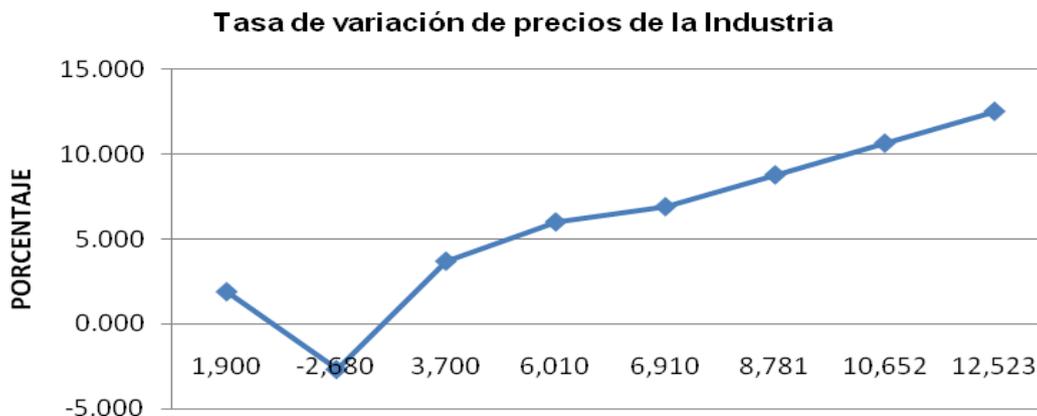
**Tabla 2-1 Precios y costos de la industria**

<b>Actividad de la industria</b>	<b>Precio</b>	<b>Costo</b>
Servicio de saneamientos	\$ 250	\$ 160
Películas cinematográficas (rollos, películas)	\$ 320	\$ 210
Servicios médicos y odontológicos (extracción muelas)	\$ 80	\$ 35
Bibliotecas, museos, zoológicos (entrada)	\$ 10	\$ 5
Servicios de lavandería (edredón)	\$ 20	\$ 11
Servicios domésticos (empleada)	\$ 280	\$ 160
Servicios profesionales directos	\$ 500	\$ 200
Instituciones de asistencia social	\$ 340	\$ 220
Servicios de diversión y esparcimiento (Para niños)	\$ 30	\$ 16

Elaborado por: El Autor

<sup>5</sup> [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

## Gráfico 2-5 Variación de precios de la industria



Fuente Banco Central del Ecuador: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaborado por: El Autor

A partir del año 2000, los precios en la industria se han incrementado en un 20,17%<sup>6</sup> según publicaciones del Banco Central y del INEC.

## 2.3 ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA

### 2.3.1 Análisis de la competencia

En la industria de Servicios a Personas Sociales, Comunales y Personales se presentan las siguientes empresas como competidoras indirectas

En el siguiente cuadro se resume los precios y características que poseen cada uno de los competidores directos:

<sup>6</sup> [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) Banco Central del Ecuador

**Tabla 2-2 Estructura y análisis de la competencia**

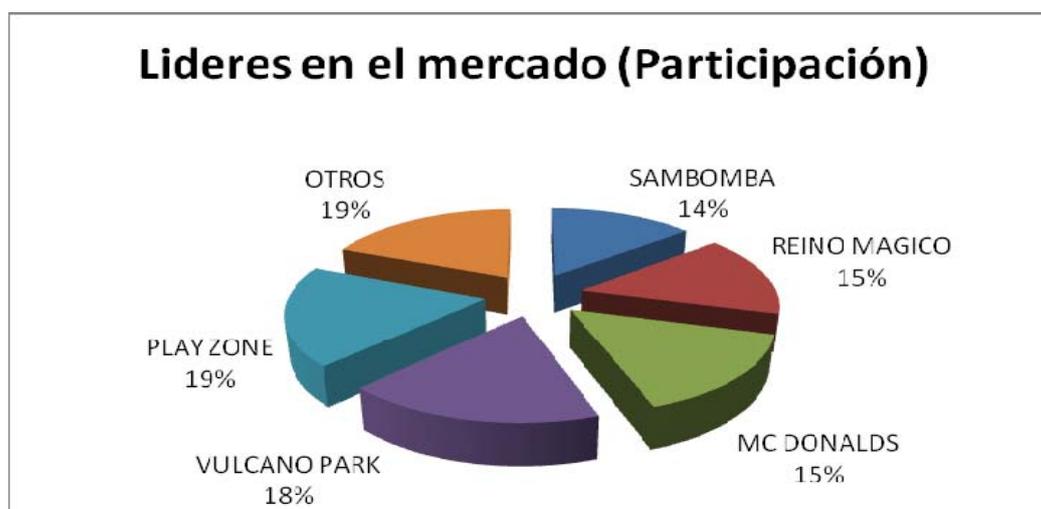
ACTIVIDAD	PRECIO	SERVICIOS / PRODUCTOS
Instituciones de asistencia social	340	Ayuda a personas necesitadas en varios campos
Servicios profesionales directos	500	Profesionales con título
Servicios domésticos	280	Empleadas domésticas
Servicios de lavandería	20	Lavado de edredones como referencia
Bibliotecas	5	Visitas y consultas en bibliotecas
Museos	10	Visitas y entradas a museos
Zoológicos	10	Visitas y entradas a zoológicos
Servicios médicos y odontológicos	80	Prestación de servicios de extracción de muelas y medicina general
Películas cinematográficas	320	Elaboración y producción de filmes
Servicios de Saneamiento	250	Oferta de sanidad

Elaborado por: El Autor

### 2.3.2 Líderes en el mercado

Entre los negocios existentes al momento en el mercado que sobresalen y son líderes podemos mencionar empresas como: Sambomba, Vulcano Park, Reino Mágico, Play Zone, Granja Azul, y Mc Donalds. No existe monopolio en el mercado o empresas que lo dominen total o parcialmente por lo que la competencia es libre.

**Gráfico 2-6 Participación de mercado**



Elaborado por: El Autor

### 2.3.3 Información de los servicios que conforman la industria

Dentro de la CIIU realizada por las NNUU, la industria en mención se conforma por todas las empresas descritas en la clasificación O (Ver Anexo A.2).<sup>7</sup>

Entre estas empresas se encuentran las siguientes:

- Eliminación de desperdicios y aguas residuales.
- Actividades de organizaciones empresariales y de empleadores.
- Actividades de organizaciones profesionales.
- Actividades de organizaciones políticas.
- Producción y distribución de filmes y video cintas.
- Exhibición de filmes.
- Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas.
- Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos.
- Actividades de jardines botánicos y zoológicos y parques nacionales.
- Lavado y limpieza de prendas de tela y piel.
- Peluquería y otros tratamientos de belleza.
- Pompas fúnebres y actividades conexas.
- Otras actividades de esparcimiento.
- Actividades de sindicatos
- Actividades de orden religioso.
- Actividades de radio y televisión.
- Actividades de agencias de noticias.
- Actividades deportivas.
- Otras actividades de esparcimiento.
- **Otras actividades de entretenimiento n.c.p.**
- Actividades de bibliotecas y archivos.

## 2.4 FACTORES ECONÓMICOS Y REGULATORIOS

Entre las variables que podrían afectar al negocio se encuentran las siguientes:

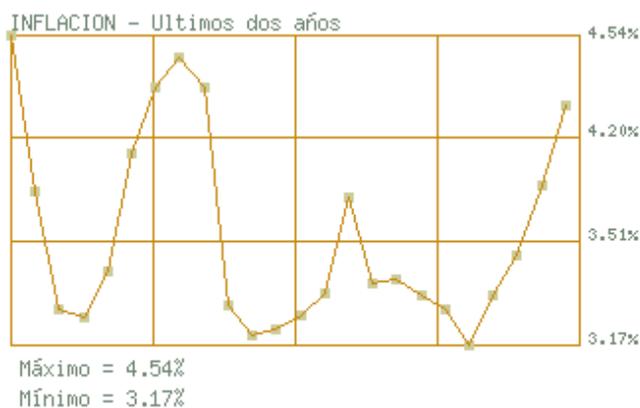
---

<sup>7</sup> Asuntos económicos y sociales de las Naciones Unidas

### 2.4.1 Variables Económicas

Son la inflación y las tasas de interés. A continuación se detalla la variación de la inflación y tasas pasiva y activa del año 2009 hasta lo que va del 2011. (Ver gráficos adjuntos)

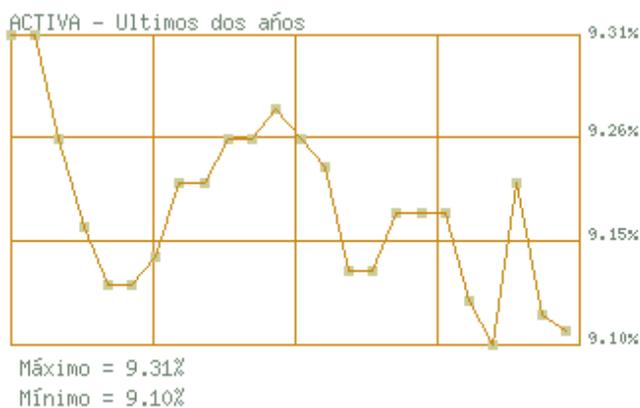
**Gráfico 2-7 Inflación**



Elaborado por: el Autor

De acuerdo a los datos del Banco Central del Ecuador, la inflación en estos últimos 2 años ha oscilado entre el 3,20% y 4,2% al final de cada mes, lo que indica estabilidad en los precios dentro del mercado y la industria. Al tener inflación controlada el negocio se beneficia por la permanencia de precios estables

**Gráfico 2-8 Tasas activas**

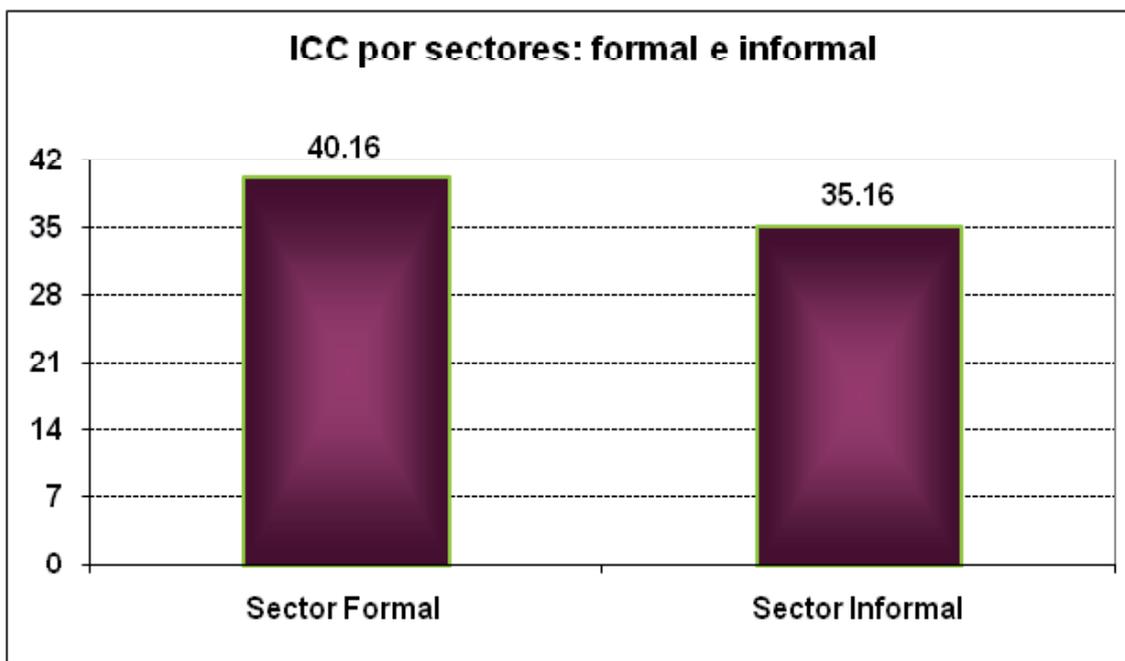


Elaborado por: El Autor

**Gráfico 2-9 Tasas pasivas**

Elaborado por: El Autor.

La tasa activa es la que se aplica a personas naturales y jurídicas por un préstamo adquirido a una institución financiera. Esta tasa ha fluctuado entre el 9,1 %y el 9,3%, es decir, sin mayor la diferencia en los ultimos años. La tasa pasiva sin embargo, tiene una diferencia mayor a 1 punto porcentual, lo que indica que ha tenido mayor volatilidad. Para la empresa será mas fructuoso el acceder a prestamos con tasas mas bajas, por tanto mientras menos fluctuen será mejor

**Gráfico 2-10 Índice de Confianza al Consumidor por sectores**

Fuente: Banco Central del Ecuador

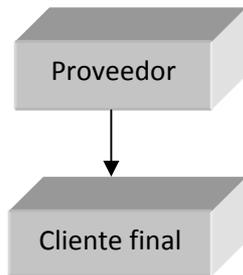
Elaborado por: Autor

Este gráfico indica que los informantes pertenecientes al sector formal, que son a quienes se dirige este plan de negocios, tienen mayor confianza que aquellos pertenecientes al sector informal, lo cual es buena información para los inversionistas

## 2.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Al ser un servicio que se ofrecerá directamente al cliente final, el canal de distribución de la industria es personal hacia los usuarios, es decir, simplemente empresa-cliente sin intermediarios.

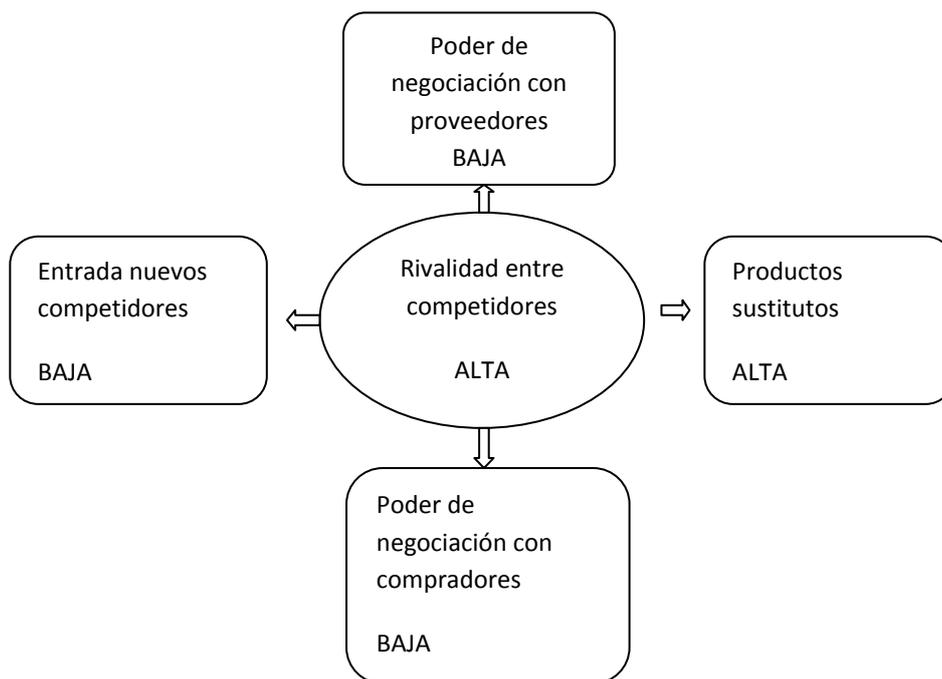
**Gráfico 2-11 Canales de distribución**



Elaborado por: Autor

**2.6 FUERZAS DE PORTER**

**Gráfico 2-12 Diamante de Porter**



Elaborado por: El Autor.

### **2.6.1 Ingreso de nuevos competidores**

BAJA, no se requiere mayor tecnología. Igualmente el capital no es excesivo. Lo que se intentará es crear una lealtad hacia la empresa por parte de clientes recurrentes y no solos consumidores ocasionales.

### **2.6.2 Amenaza de sustitutos**

ALTA, Un sustituto natural es el realizar las celebraciones en los hogares, quintas o haciendas propias de las familias ya que resulta más económico al no gastar en locales alquilados. Otro es elegir un regalo más costoso en lugar de realizar la fiesta con sus amigos, es decir dejar a un lado el festejo por un bien material importante.

### **2.6.3 Poder de negociación con los proveedores**

BAJA, en la ciudad existen varias empresas que pueden proveer los productos requeridos. Se tiene una ventaja adicional y es la posibilidad de una alianza con Fiesta Mall, negocio vinculado al medio y que podrá proveer de mercadería a precios más baratos a cambio de exclusividad en la compra de los productos para cada una de las fiestas.

### **2.6.4 Poder de negociación con los compradores**

BAJA, El mercado es amplio y existe al momento una cantidad de empresas suficientes para que el cliente no pueda imponer el precio que desee.

### **2.6.5 Intensidad de la rivalidad de la competencia**

ALTA, ya que existen sitios que han estado varios años ofreciendo sus servicios y algunos se han identificado con el mercado. Existen multinacionales importantes de comida rápida que están ingresando al negocio y sus precios son menores por las economías de escala que manejan. Al no necesitar un capital inicial mayor, la competencia puede multiplicarse.

## **2.7 IDEA Y MODELO DEL NEGOCIO**

La idea es implementar un lugar donde la familia pueda celebrar un acontecimiento infantil, ofreciendo distracción a grandes y pequeños con diferentes atracciones y novedades dentro del local.

### 2.7.1 Estructura legal de la empresa

FUNCITY será constituida como persona jurídica de Responsabilidad Limitada mediante escritura pública e inscrita en el Registro Mercantil. Su representante legal será el Sr. Diego Oswaldo Barrezueta Rodriguez, teniendo como su socio al Sr. Iván Molina. Su domicilio fiscal será la provincia de Pichincha, cantón Quito.

### 2.7.2 Misión

Ofrecer entretenimiento y diversión a través de profesionales capacitados para toda la familia utilizando juegos y recreaciones novedosas que propicien la unidad familiar y social, llegando a ser parte importante en la mente de nuestros clientes al momento de festejar un acontecimiento infantil.

### 2.7.3 Visión

Ser reconocida a mediano plazo como una empresa líder en el mercado de entretenimiento familiar, logrando el entusiasmo de nuestros clientes a través de una mejora continua en los servicios para diversión infantil.

### 2.7.4 Objetivos

**Tabla 2-3 Objetivos**

TIPO	AREA	Corto	Mediano	Largo
ECONOMICO	<b>Ventas</b>	Incrementar las ventas en un 9% en el primer año	Incrementar las ventas un 19% a partir del 2do año	Lograr un crecimiento constante del 32% a partir del 5to año.
	<b>Utilidades</b>	Obtener una utilidad del 10%	Incrementar la utilidad al 30%	Mantener un incremento sostenido de la utilidad hasta el 40%
	<b>Rentabilidad</b>	Tener una rentabilidad del 24%	Tener una rentabilidad del 26%	tener rentabilidad del 49%
ESTRATEGICO	<b>Participación de mercado</b>	Tener un 5% del mercado objetivo	Incrementar la participación de mercado	Expansión del mercado hacia otras ciudades
	<b>Incremento línea de productos</b>	Ofrecer servicios novedosos que no posee el mercado	Incrementar los diversos tipos de diversiones mecánicas y animaciones	Poder diversificarse hacia otros eventos similares

## 2.8 SERVICIO

Se ofrecerán servicios de organización planificación y desarrollo de fiestas y eventos infantiles. Para lograrlo se tiene programado vender 2 tipos de paquetes principales.

A estos 2 paquetes se los puede observar más adelante, detallando todo lo que incluye cada uno de estos

Adicional a los beneficios de cada paquete, cabe señalar que se pueden utilizar todas las instalaciones tanto para adultos como niños: pistas de carros, pista de patinaje, canchas de fútbol, video juegos, salas de música, etc.

## 2.9 ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO

La estrategia para ingresar al mercado en forma efectiva consta de 4 puntos principales:

**Tabla 2-4 Estrategias**

<b>INNOVACIÓN</b>	<b>PRECIO</b>
En la oferta de servicios actualmente no hay beneficios diferentes en la mayoría de lugares, la apuesta es innovar juegos en el que los niños puedan recrearse de una forma segura y novedosa	El valor que se cobrará si bien es un poco mas alto que el de la competencia, es justificado por la calidad y cantidad de beneficios que el cliente encontrará en el desarrollo del festejo
<b>CALIDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>
Ofrecer servicios de primera con personal calificado para el trato con niños, así como la organización y planificación del evento.	Considerando el grupo de mercado al que va dirigido, el local estará situado en la zona norte de la ciudad, facilitando de esta manera la llegada sin inconvenientes de los usuarios e invitados

Elaborado por: EL Autor

## 2.10 ANÁLISIS FODA

Tabla 2-5 Análisis FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enfoque especializado en fiestas para niños.</li> <li>- Fuerte relación comercial con proveedores y potenciales clientes.</li> <li>- Socios con amplia experiencia en este negocio.</li> <li>- Ubicación estratégica dentro de la ciudad por facilidad de acceso e infraestructura de soporte.</li> <li>- Ofrecer un servicio personalizado con productos de vanguardia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento de la demanda</li> <li>- Ampliación de la gama de productos en caso de existir nuevas necesidades que satisfacer.</li> <li>- Cambios en los factores de decisión de compra de consumidores.</li> <li>- Cambios sociales que demandan estos servicios por estatus.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Detalles y variabilidad de costos no considerados en el proyecto que pueden afectar el desarrollo de los eventos.</li> <li>- Necesidad de entrenamiento de personal adecuado en el trato hacia niños.</li> <li>- Limitaciones de flujo de caja que afectan el presupuesto de publicidad, lo que dificultará la entrada en mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dependencia de proveedores externos para algunos servicios que no se presta u ofrece directamente</li> <li>- Dificultades climatológicas pueden imposibilitar el uso de todas las instalaciones de la empresa.</li> <li>- Bajas barreras de entrada para nuevos competidores.</li> <li>- Cambios en los gustos del mercado</li> <li>- Factores macroeconómicos que afecten la demanda.</li> </ul>

## **CAPITULO III**

### **INVESTIGACION DE MERCADOS**

#### **3 INTRODUCCION**

Este capítulo se enfoca en obtener información del consumidor y del mercado para analizar y determinar la factibilidad de implementar una empresa de planificación y organización de fiestas infantiles en la ciudad de Quito.

##### **3.1 DETERMINACION DE LA OPORTUNIDAD**

La oportunidad de negocio surge de la experiencia personal y de familiares cercanos además de una investigación de lugares especializados en fiestas infantiles, donde se manifestó una demanda insatisfecha. Existen actualmente aproximadamente 30 locales<sup>8</sup> que atienden directamente esta necesidad en la ciudad de Quito. Entrevistas e información de proveedores de artículos infantiles también determinaron una oportunidad de negocio por varios potenciales clientes que han averiguado por lugares originales en donde se pueda celebrar un acontecimiento infantil.

El Distrito Metropolitano de Quito tiene 1,842 201 habitantes, de los cuales 355.790 son menores entre 1 a 9 años, lo que determina un mercado interesante.<sup>9</sup>

Los elementos diferenciadores son juegos nuevos como pista de autos, canchas de fútbol, casa de muñecas, que pocas empresas competidoras las tienen.

##### **3.2 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA**

###### **3.2.1 Problema gerencial**

Se basa en el desafío de investigar la factibilidad de constituir una empresa que se dedique a la organización y planificación de fiestas infantiles.

---

<sup>8</sup> [http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com\\_wrapper&Itemid=6](http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_wrapper&Itemid=6)

<sup>9</sup> Fuente: Distrito Metropolitano de Quito (<http://www4.quito.gob.ec/indicadoresMenu.html>)

### 3.2.2 Problema de investigación de mercados

Registrar y analizar la información sobre los hábitos de consumo de las personas al momento de realizar un agasajo infantil.

**Tabla 3-1 Problema de investigación de mercados**

Competencia	¿Qué grado de satisfacción ofrecen a sus clientes las empresas que actualmente brindan estos servicios?
Valor agregado	¿Qué servicios adicionales son los que pueden ser usados por la empresa para beneficio del cliente?
Precios	¿Los precios que se cobran actualmente en la organización de fiestas infantiles son los adecuados?
Información demográfica	¿Qué tipo de personas o clientes son los que están dispuestos a acceder al servicio?
Promoción y publicidad	¿Cuál es el medio idóneo por el cual el mercado debe enterarse de los productos y beneficios de la empresa?

Elaborado por: El Autor

### 3.2.3 Objetivos, Preguntas e Hipótesis de la Investigación

**Tabla 3-2 Objetivos, preguntas e hipótesis de la investigación**

<b>Objetivos</b>	<b>Preguntas de investigación</b>	<b>Hipótesis</b>
Establecer cuál sería el precio a pagar por niño	¿Qué cantidad de dinero gastan las familias al momento de realizar una fiesta infantil?	La familia está dispuesta a pagar un valor entre \$10 a \$15 por niño
Identificar que medio de comunicación sería el más idóneo para dar a conocer la empresa	¿Cuáles serían los medios de comunicación más efectivos para dar a conocer el negocio?	Medios escritos como panfletos, publicaciones en revistas infantiles, serían los apropiados por precio y llegada
Determinar el valor agregado que tiene el servicio	¿Cuál sería el valor agregado que los usuarios perciben del servicio que lo hace diferente?	Los nuevos servicios que ofrece como pista de carreras, pista de patinaje, , son del agrado del público
Identificar el segmento al que va dirigido el servicio	¿A qué segmento de mercado va dirigido el servicio?	El servicio va dirigido hacia familias de nivel socio económico medio alto en la ciudad de Quito y estén entre los 18 a 35 años.
Investigar qué servicios ofrece la competencia que gusta a los usuarios para poder mejorarlos	De los lugares existentes al momento ¿qué juegos o servicios son los que más atraen a los niños?	Existen servicios que la competencia ofrece que se deben instaurar en la empresa porque agrada a los niños
Determinar en qué lugar de la ciudad debe ubicarse el local para comodidad de los asistentes	Dentro de la ciudad de Quito ¿en qué zona le atraería más al mercado objetivo que se instaure la empresa?	El lugar debe instaurarse en el norte de la ciudad para que sea accesible a la mayoría de usuarios.

Elaborado por: El Autor

### **3.3 FUENTES DE LA INVESTIGACION**

#### **3.3.1 Fuentes de información Primaria**

Son aquellas fuentes que poseen información nueva original y cuya disposición no sigue ningún esquema predeterminado. Se accede a ellas directamente o a través de las fuentes de información secundaria.<sup>10</sup> Estas fuentes pueden ser elaboradas mediante grupos focales, entrevistas y encuestas.

#### **3.3.2 Fuentes de información Secundarias**

Son aquellas que contienen material ya conocido, pero organizado según un esquema determinado. Podemos recabarla de sitios de Internet, tanto gubernamentales como privados, así como por publicaciones del INEC, Banco Central y otras instituciones.

### **3.4 DISEÑO**

La investigación se la realizará mediante una investigación cuantitativa, a través de encuestas y cualitativa por medio de focus group y entrevistas

#### **3.4.1 Investigación Cualitativa**

La investigación cualitativa se utiliza para generar ideas. Se realiza con grupos reducidos de personas y requiere una estrecha interacción entre el investigador y los participantes. Se busca explorar las cualidades que debe tener el producto en mención<sup>11</sup>

Para este plan de negocios se aplicarán focus group y entrevistas con expertos.

##### **3.4.1.1 Focus Group**

Una entrevista en grupo comprende de seis a diez personas reclutadas de tal modo que cumplan características predefinidas (edad, uso de determinados productos, interés en la idea de un producto nuevo, etc.). La entrevista usualmente se realiza en una atmósfera tranquila e informal, de estilo de cuarto de conferencia o sala de recibo, que estimule la conversación. La reunión normalmente dura entre una y dos horas.<sup>12</sup>

#### **a) Metodología**

<sup>10</sup> [http://www.evirtual.lasalle.edu.co/info\\_básica/nuevos/guía/fuentesdeinformación.pdf](http://www.evirtual.lasalle.edu.co/info_básica/nuevos/guía/fuentesdeinformación.pdf)

<sup>11</sup> [http://www.scienceinthebox.com/es\\_ES/research/consumerresearch\\_es.html](http://www.scienceinthebox.com/es_ES/research/consumerresearch_es.html)

<sup>12</sup> <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/212-focus-group-tecnicas-de-recoleccion-de-datos.html>

Se realizarán 2 focus group para este plan de negocios, el primero estará conformado por 6 niños de entre 4 a 9 años, quienes mediante preguntas abiertas indiquen que juegos o diversiones son sus preferidas, que es lo que buscan cada uno de ellos el momento de ir a una fiesta infantil y de qué manera y de los lugares actuales cuál característica ha sido la que más ha llamado su atención. El segundo estará dirigido a diferentes padres y madres de los niños del mercado objetivo, quienes realizan la decisión de donde realizar la fiesta o agasajo infantil. Igualmente mediante preguntas abiertas se conocerá que aspectos llaman la atención para definir el lugar donde festejar a sus hijos como precio, seguridad, variedad, entre otras características.

#### b) Resultados

- A los niños actualmente les gusta más aquellos juegos de videos o mecánicos, es decir, juegos actuales y tecnológicos. En el caso de los varones sus favoritos son aquellos donde se utilicen pistolas, carros o juegos de acción. Para las mujeres es tener diversiones como un mini spa o una peluquería entre otras.

Existen juegos tradicionales que siguen siendo de la preferencia de los niños como por ejemplo, el baile de las sillas, pato pato ganso, entre otros.

Entre los lugares a los que más les gusta asistir para una fiesta se encuentran: El Vulcano Park y el Play Zone, debido a que, según indican, sus juegos son nuevos y de alta tecnología. La comida rápida sigue siendo la favorita al momento de comer en una fiesta: hotdogs, pizzas, pasteles y helados son sus favoritos.

- Lo que más les interesa a los padres al momento de elegir un lugar para realizar la fiesta de cumpleaños es la seguridad, tomando en cuenta que de por sí el niño es travieso e inquieto, buscan un lugar donde puedan estar libres pero a la vez bien cuidados. Otra opinión que nos dieron es que creen que al momento, salvo ciertas excepciones, no existe en la ciudad un sitio que ofrezca servicios diferentes en lo que a juegos se refiere.

Los juegos propuestos por este negocio les parecen originales y sobre todo creen que tendrán una buena acogida. Prefieren que el local este ubicado al norte de la ciudad ya que es más accesible para la familia. En lo que ha comida se refiere si bien saben que el servir comida rápida no es muy saludable, dicen que es lo que más le gustan a sus niños, sugieren probar con distintos tipos de frutas en lugar de vegetales. Muchos padres se inclinan a realizar la fiesta contratando un local a pesar de ser un poco más costoso pero el hecho de no tener que preocuparse por nada en la organización o planificación indican que vale la pena. Sobre el precio dicen que \$12 es lo más conveniente ya que el servicio que se les ofrecería es de calidad e inclusive podrían pagar hasta \$15 por invitado. Indican estar totalmente de acuerdo en que el local debe disponer de un sitio dedicado para que los padres se distraigan unos momentos mientras sus hijos están concursando o jugando en las diversas atracciones.

### c) Conclusiones

- De acuerdo a los testimonios de los niños estudiados se deduce que se tiene una oportunidad de negocio ya que manifestaron que no conocen muchos lugares con los suficientes juegos actuales y los existentes no les dan tantas actividades con las características que ellos buscan. Dentro de los juegos a innovar deberá existir una cancha de fútbol (fue lo que más resaltaron) y además juegos de acción para el caso de los varones. Para las niñas una casa de muñecas y mini peluquerías y spa es lo que más llamó su atención. Los juegos tradicionales deben seguir practicándose ya que gozan mucho del agrado de ellos.
- Si el servicio es de calidad, el cliente pagaría el precio establecido, es decir, se debe ofrecer calidad y mantenerla. Definitivamente el local debe ser ubicado en el norte de la ciudad, así lo han expresados los consultados. El contar con juegos originales y novedosos hace crear cierta fidelidad de los niños hacia el lugar, ya que desearían volver varias veces. Las principales características que debe poseer el local son la amplitud y la seguridad hacia los infantes. Necesariamente el

lugar debe contar con un área de entretenimiento para los padres, según la gente y las encuestas. Los lugares que más están en la mente de los consumidores son Play Zone y Vulcano Park. Esto se debe a que los juegos son atractivos y modernos. La comida a servir deberá ser comida rápida (hotdogs, hamburguesas, etc.) ya que es la que más le gusta a los niños. La mayoría de padres están dispuestos a pagar para que organicen la fiesta de sus hijos debido a que ahorran tiempo y complicaciones.

#### **3.4.1.2 Entrevista con expertos**

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, usuarios actuales del sistema existente, usuarios potenciales del sistema propuesto o aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación propuesta.<sup>13</sup>

##### a) Metodología

Se realizaron entrevistas con 3 expertos en 2 sesiones. La primera fue a la Ing. Paola Moran, gerente administrativo de Fiesta Mall, un lugar de proveeduría de implementos para fiestas infantiles y cuya vasta experiencia sirvió para esclarecer varias dudas que teníamos al respecto del tema. La segunda entrevista se la hizo a la Sra. Gabriela Egüez, persona que ha trabajado por varios años organizando y planificando fiestas infantiles en Fiesta Mall además de la Lcda. Ana Lorena Peña, profesora parvularia en la escuela Tomas Moro con varios años de experiencia en el manejo de niños y que supo guiarnos acerca del trato y los gustos actuales de los niños al momento de elegir algún agasajo.

Entre otros puntos los temas más importantes que se trataron en estas entrevistas fueron los siguientes:

- Cambio en el comportamiento de los niños en la actualidad
- Gustos de personajes animados

---

<sup>13</sup> <http://www.ucm.es/info/socio6ed/Profesorado/edu/temas/entrevis.pdf>

- Competencia y lugares más visitados
- Publicidad actual y posiblemente futuro ingreso al mercado
- Posibles problemas al momento de organizar un evento infantil
- Comidas, gustos, disfraces
- Procedimiento en el trato hacia los niños

#### b) Resultados

- Los padres se deciden el hacer una fiesta en un lugar donde ellos no tengan que esforzarse mucho en la organización y que les dé un servicio completo, no quieren lugares que se les ofrezca solo ciertas prestaciones y que deban buscar en otro lado las que le faltan por cumplir. Un lugar en el que los niños se diviertan y pasen momentos divertidos es casi seguro que el infante pedirá volver y conversará con sus amigos para que sus cumpleaños lo realicen en ese lugar. Existen lugares, sobre todo la cadena de comidas rápidas (Burger King o Mc Donalds) que a los niños les gusta por los regalos que ofrecen en las sorpresas, además de la comida. Pero también indican que a los padres no les agrada mucho al ser un lugar muy cerrado y sin mucha variedad de entretenimiento. Otra desventaja que ven en estos sitios es que las personas encargadas de entretener a los chicos no tienen experiencia y muchas veces son las meseras que trabajan allí, es decir, solo cobran por el arriendo del local más no por servicios adicionales. Hoy día a los niños varones les gusta todo juego que sea de adrenalina y de acción, como paredes de escalada o lucha con espadas ya que así se sienten más especiales en cada uno de los juegos. Las mujeres esperan todo tipo de actividad de vanidad: ponerse disfraces elegantes, un arreglo en el cabello, entre otras actividades que las hagan lucir “más bonitas”. El comportamiento de los niños varía día tras día, el éxito es darse cuenta en el grupo que es lo que más les interesa realizar ese momento y poder encaminar al grupo hacia esa actividad. Una vez más indican las expertas que es necesario que exista un lugar donde los padres puedan

distraerse un momento, aunque esto si depende mucho del personal que esté a cargo de sus hijos, ya que si sienten que las personas tienen experiencia y dominan el tema de seguridad se sentirán tranquilos de dejar a ellos con otras personas.

### c) Conclusiones

- Ofreciendo un servicio de calidad los padres están decididos a pagar el precio sugerido de manera que ellos no deban preocuparse en las actividades de organización y planificación de la fiesta infantil. Se debe contar en el local con juegos de acción y adrenalina para niños y servicios de vanidad o arreglo personal para niñas (actividades preferidas para ambos sexos). Necesariamente se debe contar con un lugar para que los padres puedan distraerse un momento mientras sus hijos disfrutan de la fiesta. La comida a servir en las fiestas debe ser del tipo rápido, esto es lo que realmente agrada a los pequeños y mayores.

Se puede llegar a tener una ventaja competitiva sobre la competencia teniendo un local amplio, seguro y novedoso, debido a que los padres se sienten mejor contratando un lugar con estas características e incluso se sienten incómodos cuando se encuentran en un lugar pequeño y cerrado. Un niño que salga contento es casi seguro que volverá y tomará la decisión de que su próxima fiesta sea allí. Los niños inciden mucho en la decisión de compra hacia los padres en este tipo de servicios. El lugar debe estar ubicado en el norte de la ciudad: las expertas coinciden que la mayoría de nuestro mercado objetivo está ubicado en esta zona.

#### **3.4.2 Investigación Cuantitativa**

Es aquella que permite examinar los datos de manera científica, o de manera más específicamente numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n\\_cuantitativa](http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cuantitativa)

### 3.4.2.1 Mercado Objetivo

Es el grupo de clientes (personas o empresas) a las que el vendedor dirige específicamente sus esfuerzos de marketing. La elección cuidadosa y la definición exacta de los mercados objetivos son esenciales para el desarrollo de una mezcla de marketing efectiva.<sup>15</sup>

El mercado objetivo al que se quiere llegar en este plan de negocios son niños entre 1 a 9 años de la clase media y media alta que vivan al norte de la ciudad o a su vez en los valles del Distrito Metropolitano de Quito.

### 3.4.2.2 Segmentación del Mercado

#### a) Segmentación Geográfica

Para este estudio se tomará en cuenta las personas que vivan al norte o en los valles del Distrito Metropolitano de Quito.<sup>16</sup>

#### b) Segmentación Demográfica

Entre las variantes a analizar en esta segmentación se detallan las siguientes:

**Tabla 3-3 Segmentación del mercado**

Edad	Entre 1 a 9 años, para padres entre 18 a 38 años
Sexo	Masculino y Femenino
Ingresos	No aplica en el dirigido a niños, en este caso se dirigirá la atención a los padres cuyos ingresos sean mayores a \$1.000 mensuales
Etnia	Todas las que se encuentren en la ciudad

Elaborado por: El Autor

#### c) Segmentación Psicosocial

Personas que por tradición festejen cumpleaños a sus hijos. Personalidad abierta que les guste compartir con diferentes individuos.

<sup>15</sup> <http://es.scribd.com/doc/2575359/mercado-objetivo>

<sup>16</sup> <http://www4.quito.gob.ec/indicadoresMenu.html>

Tabla 3-4 Distribución de la población

DISTRIBUCION DE LA POBLACION DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO																
POR GRUPOS DE EDAD SEGUN SEXO Y AREAS																
DESCRIPCION	D.M.Q.				A R E A S											
					QUITO URBANO				DISPERSO URBANO				SUBURBANO o RURAL			
	Total	%[1]	Hombres	Mujeres	Total	%[2]	Hombres	Mujeres	Total	%[3]	Hombres	Mujeres	Total	%[4]	Hombres	Mujeres
<b>Total</b>	1.842.201	100	893.716	948.485	1.402.652	100	676.447	726.205	12.834	100	6.500	6.334	426.715	100	210.769	215.946
Menor de 1	31.846	1,7	16.077	15.769	23.737	1,7	12.039	11.698	281	2,2	134	147	7.828	1,8	3.904	3.924
1 a 4	147.079	8,0	74.769	72.310	109.174	7,8	55.627	53.547	1.268	9,9	641	627	36.637	8,6	18.501	18.136
5 a 9	182.749	9,9	92.599	90.150	134.846	9,6	68.306	66.540	1.587	12,4	809	778	46.316	10,9	23.484	22.832
10 a 14	180.659	9,8	90.862	89.797	133.440	9,5	66.949	66.491	1.532	11,9	782	750	45.687	10,7	23.131	22.556
15 a 19	187.794	10,2	91.923	95.871	141.248	10,1	68.646	72.602	1.482	11,5	794	688	45.064	10,6	22.483	22.581
20 a 24	194.744	10,6	94.640	100.104	150.527	10,7	72.714	77.813	1.275	9,9	660	615	42.942	10,1	21.266	21.676
25 a 29	161.372	8,8	77.225	84.147	125.905	9,0	60.093	65.812	981	7,6	488	493	34.486	8,1	16.644	17.842
30 a 34	143.806	7,8	69.217	74.589	111.653	8,0	53.468	58.185	827	6,4	394	433	31.326	7,3	15.355	15.971
35 a 39	129.788	7,0	60.960	68.828	100.315	7,2	46.936	53.379	700	5,5	353	347	28.773	6,7	13.671	15.102
40 a 44	113.553	6,2	54.099	59.454	87.480	6,2	41.289	46.191	614	4,8	306	308	25.459	6,0	12.504	12.955
45 a 49	88.561	4,8	42.117	46.444	68.865	4,9	32.371	36.494	443	3,5	205	238	19.253	4,5	9.541	9.712
50 a 54	73.275	4,0	35.030	38.245	56.980	4,1	26.929	30.051	493	3,8	257	236	15.802	3,7	7.844	7.958
55 a 59	52.411	2,8	24.936	27.475	40.663	2,9	19.112	21.551	336	2,6	167	169	11.412	2,7	5.657	5.755
60 a 64	42.295	2,3	19.686	22.609	32.393	2,3	14.824	17.569	295	2,3	155	140	9.607	2,3	4.707	4.900
65 a 69	34.296	1,9	15.480	18.816	26.219	1,9	11.603	14.616	214	1,7	109	105	7.863	1,8	3.768	4.095
70 a 74	28.016	1,5	12.873	15.143	21.457	1,5	9.796	11.661	174	1,4	90	84	6.385	1,5	2.987	3.398
75 a 79	20.045	1,1	8.915	11.130	15.190	1,1	6.656	8.534	145	1,1	71	74	4.710	1,1	2.188	2.522
80 y más	29.912	1,6	12.308	17.604	22.560	1,6	9.089	13.471	187	1,5	85	102	7.165	1,7		

Fuente: Distrito Metropolitano de Quito (<http://www4.quito.gob.ec/indicadoresMenu.html>)

Elaborado por: El Autor

### 3.4.2.3 Encuestas

Es un instrumento de investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.<sup>17</sup>

Se realizaron las encuestas a padres de familia del mercado objetivo con la finalidad de saber qué es lo que buscan al momento de elegir un lugar para celebrar el cumpleaños de sus hijos, así como el precio que están dispuestos a pagar, que tipo de publicidad les gustaría recibir, entre otras inquietudes.

#### a) Tamaño de la muestra

Se determinó utilizando el modelo de muestreo aleatorio simple, el mismo que se explica de la siguiente manera:

<sup>17</sup> <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

$$n = \frac{Z^2 N pq}{E (N-1) + Z^2 pq}$$

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza= 95%

E = Error = 5%

p = Encuestas favorables = 0.7

q = Encuestas desfavorables = 0.3

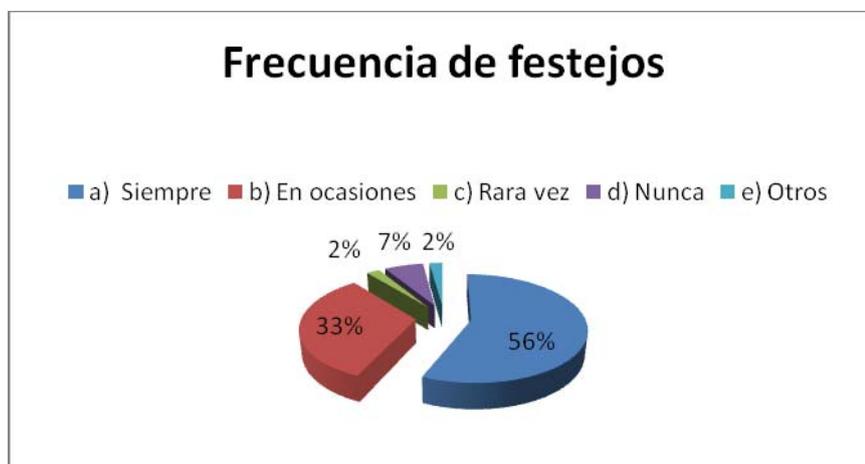
N = Población total clase media alta y alta en Quito en el rango de edad de 4 a 9 años = 59747

$$n = \frac{(1.95)^2 \times 59747 \times 0,7 \times 0,3}{(0,05) (59747-1) + (1.95)^2 \times 0,7 \times 0,3}$$

$$n = 318,06 \text{ encuestas} = 318$$

## b) Resultados Encuestas

2.- Realiza festejos en el cumpleaños de sus hijos?



Elaborado por: El Autor

3.- Los festejos los gusta realizarlos en:



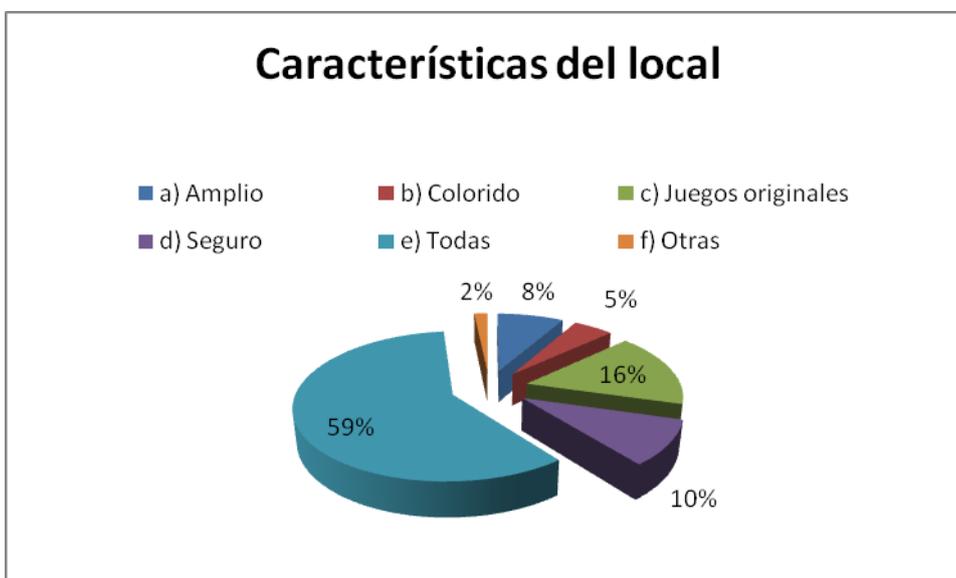
Elaborado por: El Autor

**4.- Cree usted que en la Ciudad de Quito existen suficientes sitios especializados en Celebraciones infantiles?**



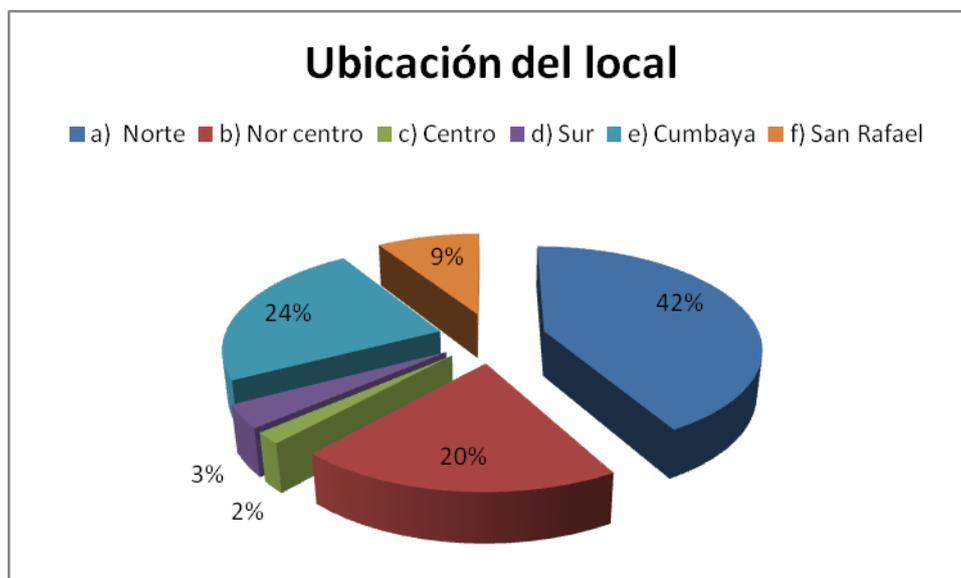
Elaborado por: El Autor

**5.- Que característica debe tener un sitio de fiestas infantiles**



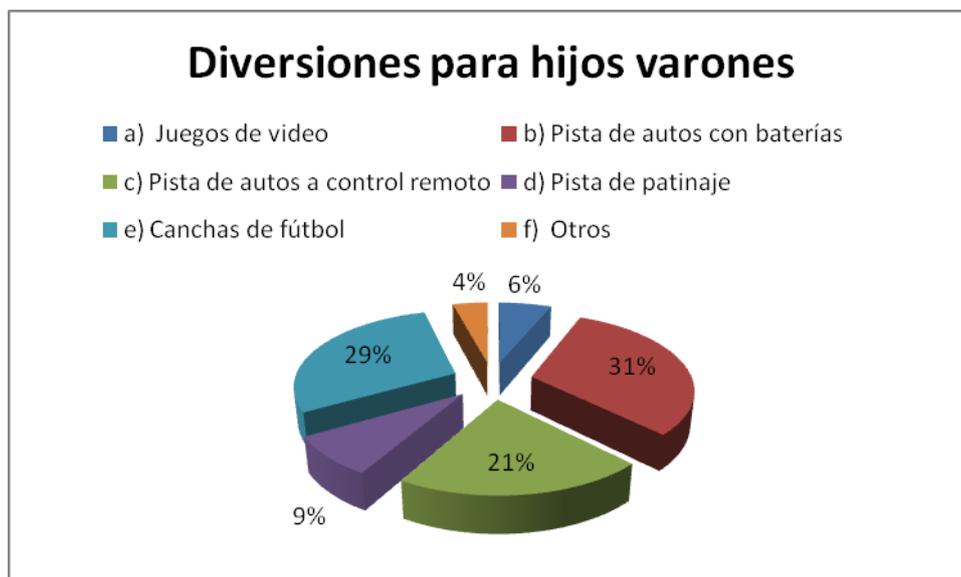
Elaborado por: El Autor

## 6.- En que lugar de la ciudad le gustaría que esté ubicado el local



Elaborado por: El Autor

## 7.- Si su hijo es varón que juegos le gustaría tener en el nuevo local



Elaborado por: El Autor

## 8.- Si su hija es mujer que juegos le gustaría tener en el nuevo local



Elaborado por: El Autor

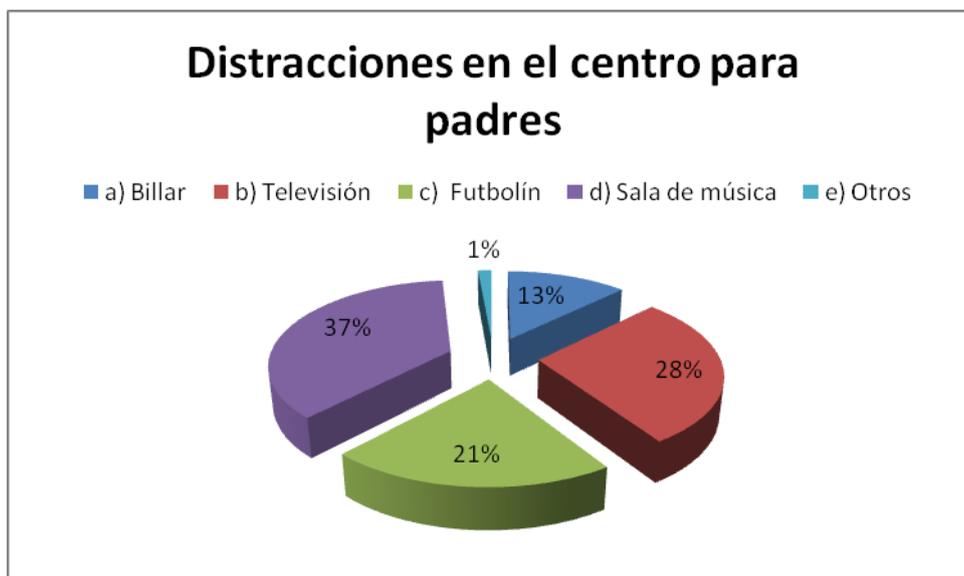
## 9.- Que tipo de animaciones le gusta para celebrar un cumpleaños



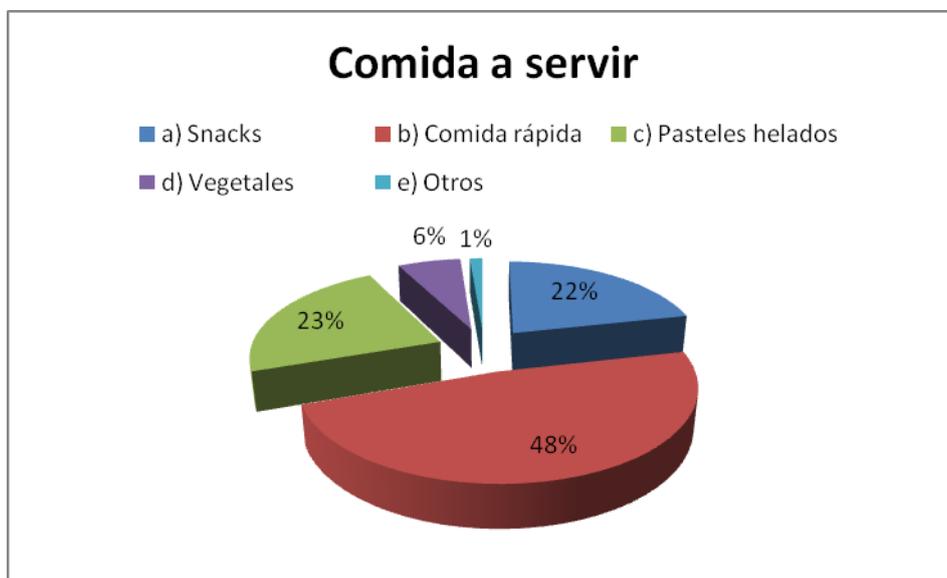
Elaborado por: El Autor

**10.- Cree necesario un lugar para distracción de los padres?**

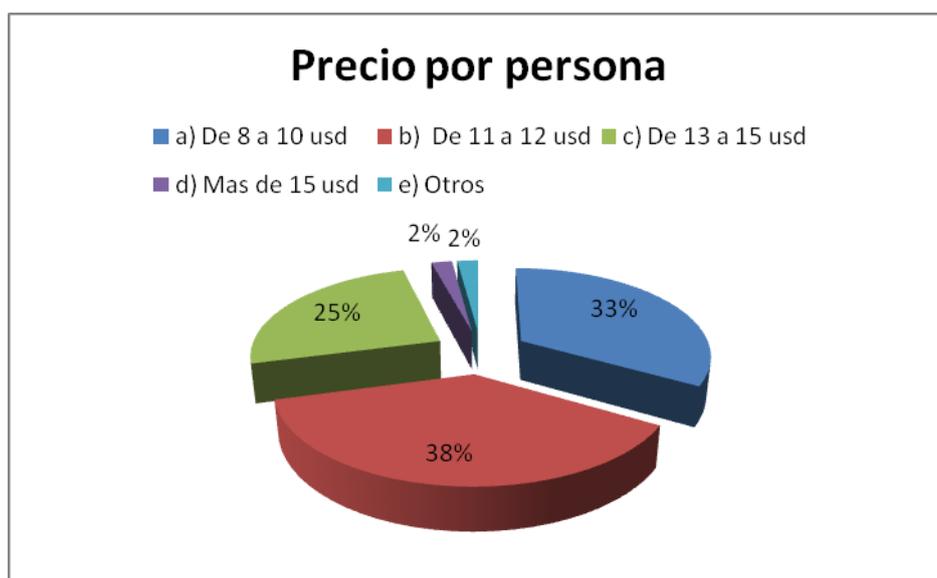
Elaborado por: El Autor

**11.- Que tipo de distracciones cree usted debería existir para los padres**

Elaborado por: El Autor

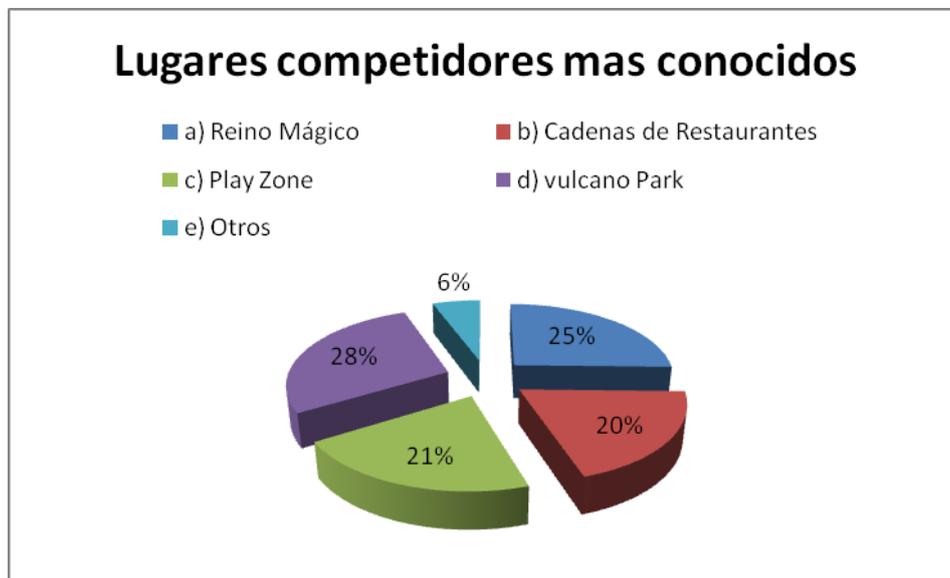
**12.- Que tipo de comida le gustaría se sirva a los niños en la fiesta infantil**

Elaborado por: El Autor

**13.- Entre qué cantidad estaría dispuesto a pagar por niño para celebrar el cumpleaños**

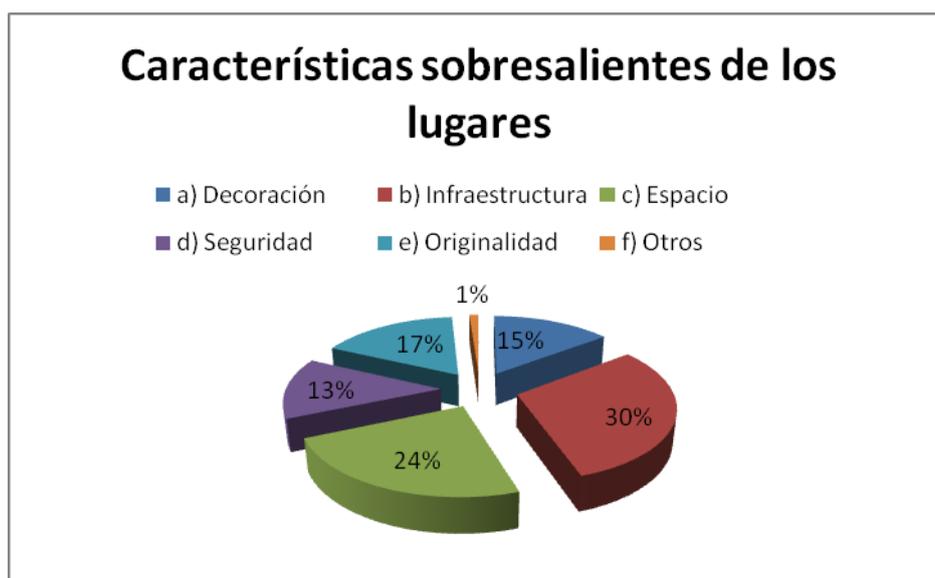
Elaborado por: El Autor

14.- De los lugares que ha asistido a festejos infantiles cual es el que mas ha llamado su atención



Elaborado por: El Autor

15.- Que atributos fueron los que más llamaron su atención en estos lugares?



Elaborado por: El Autor

**16.- Como le gustaría recibir información o publicidad de este nuevo servicio?**



Elaborado por: El Autor

### c) Conclusiones Encuestas

- La mayoría de gente piensa que no existen los suficientes lugares especializados para realizar una celebración infantil
- El lugar debe ser amplio y sobre todo seguro
- La ubicación debe ser en el norte de la ciudad aunque un importante número de encuestados le gustaría que sea en Cumbayá
- Los juegos ofrecidos que mas gusta a los varones son la cancha de fútbol y la pista de autos a batería
- Para las niñas lo que mas les atrae son las mini cocinas, pista de patinajes y casa de muñecas
- Los personajes animados de moda son los mas apetecidos, seguido de los magos
- Debe existir un lugar para los padres, donde puedan permanecer entretenidos mientras se desarrolla la fiesta infantil
- En la sala de padres debe existir prioritariamente Televisión con cable y una sala de música
- La comida rápida es la preferida al momento de elegir un bocadito para los invitados
- El precio que la mayoría de encuestados está dispuesto a pagar es de \$12 por persona
- Play Zone y Vulcano Park son los sitios de la competencia que mas recuerdan las personas
- El mercado prefiere recibir información de la empresa a través de panfletos o por Internet.

### 3.5 TAMAÑO DEL MERCADO

#### 3.5.1 Demanda

El mercado objetivo definido es de 355.790 niños de 1 a 9 años. Dentro de la clase media alta y alta representa el 15%. Al dividir la ciudad por sector, Centro Sur, Norte Valles de Cumbayá y San Rafael, se espera tener una participación en el primer año de un 3,5% lo que da un total de 554 familias objetivo.

### 3.6 COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS

Tabla 3-5 La competencia y sus ventajas

NOMBRE	LOCALIZACION	SERVICIOS	STATUS	VALO
SAMBOBA	NORTE	Juegos varios, atención personalizada, no ingresan padres, solo invitados	MEDIA ALTA- ALTA	USD 25
REINO MAGICO	NORTE	Carrusel, juegos mecánicos diversiones varias	MEDIA ALTA	USD 25
MINI CITY	CUMBAYA	Locales para niños, interacción con gente de verdad, diversidad	ALTA	USD 30
MC DONALDS	NORTE-VALLES	Ofrece solo un tobogán y sala espaciosa para juegos	MEDIA	USD 15
BURGER KING	NORTE	Ofrece solo un tobogán y sala espaciosa para juegos	MEDIA	USD 15
PLAY ZONE	NORTE	Juegos modernos, máquinas de video juegos modernos y más	MEDIA ALTA- ALTA	USD 20
VULCANO PARK	NORTE	Espacio muy grande para recreación, juegos varios y modernos	MEDIA ALTA- ALTA	USD 20

Elaborado por: El Autor

### **3.7 PARTICIPACIÓN DE MERCADO Y VENTAS DE LA INDUSTRIA**

Tanto en las entrevistas con expertos, focus group y encuestas se intuyó una oportunidad de negocio debido a que las personas encuestadas manifestaron el no tener lugares suficientes con una variedad aceptable de juegos en la ciudad de Quito. De acuerdo a proyecciones de ventas el primer año se estima facturar por encima de los 200.000 USD y, como se explicó en el literal anterior, captar un 3,5% del mercado objetivo lo cual es un porcentaje real y alcanzable el primer año.

### **3.8 EVALUACIÓN DEL MERCADO**

De los resultados de la investigación de mercado se podrá tener datos que nos indiquen si es factible o no poner en marcha el negocio. Se debe mantener una investigación constante en el tiempo para verificar si los gustos de las personas han cambiado.

### **3.9 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

La industria de Servicios a Personas Sociales, Comunes y Personales ha crecido en un 3,20%, lo que indica un ambiente favorable para el desarrollo del negocio.

La provincia de Pichincha y particularmente la ciudad de Quito ha crecido poblacionalmente en un 18,48% desde el Censo 2001 al Censo 2010<sup>18</sup>.

El incremento de los precios en la industria se ubica en un 19, 41%, lo cual también es favorable.

El 53% de encuestados cree que no hay suficientes lugares en la ciudad de Quito donde celebrar fiestas infantiles..

Analizando las investigaciones cualitativas y cuantitativas, así como los números e indicadores de la industria han mostrado una oportunidad de negocio para la empresa.

---

<sup>18</sup> [www.ecuadrencifras.com](http://www.ecuadrencifras.com)

## CAPITULO IV

### PLAN DE MARKETING

#### 4 INTRODUCCION

En este capítulo se establecen estrategias y objetivos para el posicionamiento de la empresa FUNCITY en la planificación y organización de fiestas infantiles.

##### 4.1 ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING

Para este plan de negocios se diseñará una estrategia de diferenciación a través del servicio<sup>19</sup>, es decir, se ofertarán características adicionales que agreguen valor al servicio ofrecido. De esta manera se pretende posicionarse en la mente del consumidor como novedosos en la variedad de servicios y juegos. Aunque el valor será un tanto mayor que el de la competencia, se espera que el cliente lo acepte por recibir más servicios que en otros lugares.

**Tabla 4-1 Cuadro de Posicionamiento**

		PRECIO		
		MAS	LO MISMO	MENOS
BENEFICIOS	MAS	MAS POR MAS	MAS POR LO MISMO	MAS POR MENOS
	LO MISMO		LO MISMO POR LO MISMO	LO MISMO POR MENOS
	MENOS			MENOS POR MENOS

Elaborado por: El Autor

La estrategia que se implementará de acuerdo al cuadro de posicionamiento de Philip Kotler es brindar más por más, es decir cobrar un valor mayor o tener precios más altos a cambio de más servicios y beneficios.

<sup>19</sup> <http://www.estoesmarketing.com/Estrategias/Diferenciacion.pdf>

## 4.2 MARKETING ESTRATEGICO

Para cada etapa del ciclo de vida del servicio a continuación se detallan las estrategias a seguir en cada una de ellas:

**Tabla 4-2 Estrategias**

	<b>INTRODUCCION</b>	<b>CRECIMIENTO</b>	<b>MADUREZ</b>	<b>DECLIVE</b>
<b>ESTRATEGIAS</b>	Capacitación y supervisión fuerza de venta	Fidelización de clientes	Nivel óptimo de cobertura	Innovación tecnológica
	Promoción, merchandising	Liderazgo en costos	Liderazgo en segmentos	Mejorar estrategias
	Distribución		Aprendizaje en desarrollo	

Elaborado por: El Autor

### 4.2.1 Etapa de introducción

**Tabla 4-3 Etapa de introducción**

Capacitación fuerza de ventas	Personal más idóneo posible y sea capacitado en base a las políticas de la compañía
Promoción	Dar a conocer el nombre de la empresa a través de varios canales como medios electrónicos y panfletos, entre otros
Distribución	Hacer llegar el servicio de la manera más directa al usuario o cliente final

Elaborado por: El Autor

### 4.2.2 Etapa de crecimiento

**Tabla 4-4 Etapa de crecimiento**

Fidelización de clientes	Ofrecer servicio de calidad de manera que el usuario desee volver su siguiente evento
Liderazgo en costos	Rebajar los costos al mínimo de manera de tener una ventaja competitiva sobre la competencia

Elaborado por: El Autor

### 4.2.3 Etapa de madurez

**Tabla 4-5 Etapa de madurez**

Nivel óptimo de cobertura	Ser capaces de atender las fiestas que sean necesarias de acuerdo a la demanda del mercado
Liderazgo en segmentos	Cubrir todos los segmentos que existan y sean posibles acapararlos para que de esta manera se ofrezca una atención integral
Aprendizaje en desarrollo	Con la experiencia ganada cada proceso irlo perfeccionando al máximo

Elaborado por: El Autor

### 4.2.4 Etapa de declive

**Tabla 4-6 Etapa de declive**

Innovación tecnológica	Mientras vayan pasando de moda ciertos juegos y entretenimientos, irlos cambiando por innovaciones más actuales
Mejorar estrategias	Revisar que las estrategias sigan siendo las adecuadas, caso contrario modificarlas

Elaborado por: El Autor

## 4.3 POLITICA DE PRECIOS

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.<sup>20</sup>

La meta de la empresa está orientada a las ventas y al status quo, esto quiere decir que será un servicio en el que se prioricen las ventas y a la vez será exclusivo para las familias que tengan más dinero. De aquí se desprende la segmentación explicada en el capítulo anterior (familias que tengan niños entre 1 a 9 años que vivan al norte y en los valles de Quito y que sean de clase media-alta y alta).

<sup>20</sup> Fundamentos de Marketing, Kotler y Armstrong 6ta edición, Prentice Hall.

Los márgenes de utilidad se esperan de un 65% por paquete vendido para 20 invitados.

#### **4.4 ELASTICIDAD DE LA DEMANDA**

La demanda es **inelástica** ya que si existiera un alza de precios en los servicios el usuario lo pagaría, manteniendo la calidad del servicio

#### **4.5 COMPETENCIA**

Los precios de la competencia oscilan entre los USD 150 por un paquete de 20 personas hasta los USD 520, esto depende del local contratado, que animaciones se prefiere. En Reino Mágico, que es una empresa de característica similar a la que se pretende emprender hay paquetes de 250, 350, 400 y 550 USD.

#### **4.6 ESTRUCTURA DE COSTOS**

El costo del paquete #1 es 157,56 USD, incluyendo todos los componentes y del paquete #2 es 200,76 USD . La mano de obra directa para el primer año será de 10.533,53 USD y los costos indirectos de fabricación serán de 300 USD.

A continuación se detallan los 2 paquetes que manejaremos para realizar cada agasajo en el local, mismos que serán puestos a consideración de los clientes y que se detallan sus precios y costos de ventas.

Tabla 4-7 Precio y costo de ventas paquete 1

PRECIOS DE VENTA PAQUETE 1
----------------------------

PRODUCTO	CANTIDAD	PVP
Invitaciones	20	4
Fundas de sorpresa	20	1,6
Cajas de sorpresa	20	3,7
Platos con cucharas	20	4
Vasos con sorbete	20	3,7
Mantel plástico	1	2
Servilletas	40	5
Piñatas	1	7
Guirnalda	1	1,5
Globos	36	2,5
Serpentinas	4	2,2
Premios (juguetes)	4	16
Relleno de piñata	varios	15
Relleno de sorpresa	3 juguetes mas dulces	26
Chupetera	25 dulces	15
Pastel	25 pedazos	25
Inflable	1	70
Hotdogs	50	80
Algodón de azúcar	60	35
Arco de Globos	1 arco por fiesta	30
Animaciones	1 animación por fiesta	100

TOTAL	449,2
-------	-------

COSTO DE VENTAS PAQUETE 1
---------------------------

PRODUCTO	CANTIDAD	PVP
Invitaciones	20	1,2
Fundas de sorpresa	20	0,48
Cajas de sorpresa	20	1,11
Platos con cucharas	20	1,2
Vasos con sorbete	20	1,11
Mantel plástico	1	0,6
Servilletas	40	1,5
Piñatas	1	2,1
Guirnalda	1	0,45
Globos	36	0,75
Serpentinas	4	0,66
Premios (juguetes)	4	4,8
Relleno de piñata	varios	4,5
Relleno de sorpresa	3 juguetes mas dulces	7,8
Chupetera	25 dulces	4,5
Pastel	25 pedazos	20
Inflable	1	0
Hotdogs	50	0
Algodón de azúcar	60	0
Arco de Globos	1 arco por fiesta	35
Animaciones	1 animación por fiesta	70

TOTAL	157,76
-------	--------

Elaborado por: El Autor

Tabla 4-8 Costo y precio de ventas paquete 2

## Precio de venta paquete 2

PRODUCTO	CANTIDAD	PVP
Invitaciones	20	4
Fundas de sorpresa	20	1,6
Cajas de sorpresa	20	3,7
Platos con cucharas	20	4
Vasos con sorbete	20	3,7
Mantel plástico	1	2
Servilletas	40	5
Piñatas	1	7
Guirnalda	1	1,5
Globos	36	2,5
Serpentinas	4	2,2
Premios (juguetes)	4	16
Relleno de piñata	varios	15
Relleno de sorpresa	3 juguetes mas dulces	26
Chupetera	25 dulces	15
Pastel	25 pedazos	25
Inflable	1	70
Hotdogs	50	80
Algodón de azúcar	60	35
Arco de Globos	1 arco por fiesta	30
Animaciones	1 animación por fiesta	100
Granizado, carro de canguil	30 porciones	50
Maquina de burbujas	1	50

TOTAL	549,2
-------	-------

## Costo de venta paquete 2

PRODUCTO	CANTIDAD	PVP
Invitaciones	20	1,2
Fundas de sorpresa	20	0,48
Cajas de sorpresa	20	1,11
Platos con cucharas	20	1,2
Vasos con sorbete	20	1,11
Mantel plástico	1	0,6
Servilletas	40	1,5
Piñatas	1	2,1
Guirnalda	1	0,45
Globos	36	0,75
Serpentinas	4	0,66
Premios (juguetes)	4	4,8
Relleno de piñata	varios	3,5
Relleno de sorpresa	3 juguetes mas dulces	6,8
Chupetera	25 dulces	4,5
Pastel	25 pedazos	20
Inflable	1	0
Hotdogs	50	0
Algodón de azucar	60	0
Arco de Globos	1 arco por fiesta	35
Animaciones	1 animación por fiesta	80
Granizado, carro de canguil	30 porciones	0
Maquina de burbujas	1	35

TOTAL	200,76
-------	--------

Elaborado por: El Autor

El Precio de venta al público se lo calcula con un margen de utilidad del 70% en productos de relleno (dulces, fundas, manteles, servilletas, piñatas). Para servicios como animaciones, comida (pastel, hotdogs, algodones), dependiendo del proveedor, se eleva el precio en los porcentajes indicados.

#### 4.7 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Entre las principales estrategias de precios se puede mencionar las siguientes:<sup>21</sup>

- Estrategia de descremado de precios
- Estrategia de penetración
- Estrategia de prestigio
- Estrategia orientadas hacia la competencia:
  - Diferenciarse de los competidores con precios superiores.- Se transmite una imagen de calidad o exclusividad a fin de captar los segmentos con mayor poder adquisitivo. Esta estrategia es adecuada para empresas con imagen de calidad, con productos muy diferenciados y cuando un grupo de consumidores percibe que no hay productos totalmente sustitutivos.<sup>22</sup>

Para esta investigación se ha escogido la estrategia orientada hacia la competencia, ofreciendo más servicios a cambio de un precio mayor.

#### 4.8 TACTICA DE VENTAS

Los métodos de ventas que se aplicará serán las **ventas directas por medio de publicidad**, además de tener una página web en la que puedan acceder los interesados para información del servicio y comunicación interactiva.

#### 4.9 METAS PROYECTADAS

Dentro del cálculo realizado, se estimó que se comenzará captando un 15% del mercado objetivo, esto es, familias que tengan hijos entre 1 a 9 años que vivan

---

<sup>21</sup> [www.promonegocios.net/precios/estrategias-precios.html](http://www.promonegocios.net/precios/estrategias-precios.html).

<sup>22</sup> Principios de Marketing, Agueda Esteban Tayala, Esic Editorial 1997

al norte de la ciudad de Quito o en los valles periféricos y que pertenezcan a la clase media alta o alta en la sociedad.

#### 4.10 POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE Y GARANTIAS

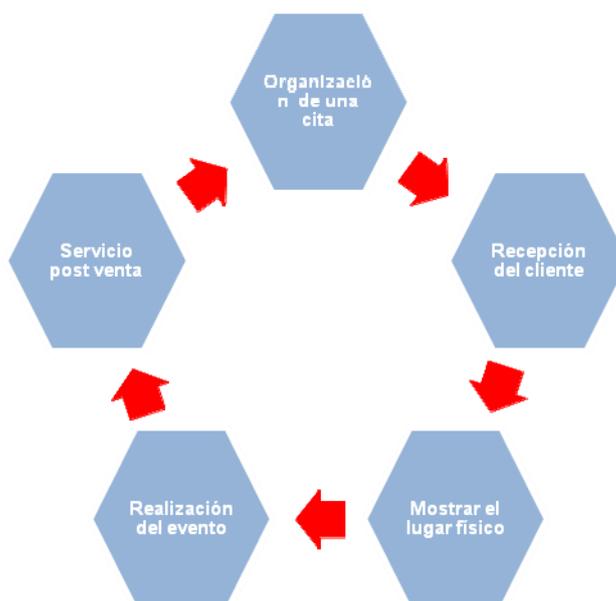
Como se indico anteriormente, las personas que trabajen en la realización de cada evento deben poseer un trato amable hacia los usuarios, de manera especial hacia los niños que son quienes realmente disfrutarán del evento y quienes decidirán si su próxima fiesta se realizará allí o buscaran otro lugar.

La garantía que tendrá la empresa es la satisfacción del consumidor, esto significa que un comprador se convierta en un cliente, que regrese al local siempre que tenga en mente un agasajo infantil. Esto se consigue con calidad tanto en productos como en servicios, en puntualidad, cordialidad y ambiente.

Se realizará una medición post venta, de manera telefónica, después de cada evento para que los padres sean quienes retroalimenten de aquellos beneficios positivos así como aspectos de mejora que se puedan realizar para futuras ocasiones.

#### 4.11 PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE

**Gráfico 4-1 Proceso de atención al cliente**



Elaborado por: El Autor

#### 4.12 PROMOCION Y PUBLICIDAD

Se indican las actividades a seguir para que el mercado conozca la empresa. Incluye las actividades de comunicación y comerciales que se realizarán para conseguir que el mercado objetivo contrate los servicios.

Hay varios medios mediante los cuales se da información y conocimiento de los servicios y productos ofrecidos por la empresa:

**Tabla 4.9 Promoción y Publicidad**

Prensa	Anuncios publicitarios en periódicos de circulación nacional y local (Revistas infantiles en El Comercio, el Universo, etc)
Televisión	Cuñas en diferentes canales y en el horario que se estime conveniente para nuestro público meta. Debido al alto costo que representa el pautar en TV, posiblemente este tipo de publicidad no lo utilizaremos.
Ferias	Colocar stands en varios tipos de ferias: por ejemplo ferias de niños, de ropa, de navidad, entre otras (Expohogar, Ferias de libro, Exposiciones para niños en lugares como Cinemark, CEQ, Teleférico, centros comerciales)
Internet	Crear una propia página web en donde se exponga y se de a conocer los servicios que brinda el local, comunicación directa con el usuario en una manera interactiva para resolver posibles dudas preguntas o comentarios
Papelería	Distribuir panfletos informativos y con algún tipo de promoción en centros comerciales, restaurantes de comida rápida, jugueterías, o en las calles del sector objetivo
Revistas	Publicar anuncios en revistas infantiles como La Pandilla, La Cometa, en revistas cuyo mercado son madres o mujeres tal es el caso de Hogar, Mariela entre otros

Para el primer año el valor a desembolsar por este concepto es de 3100 USD, el 2do, 3ro y 4to año será de 4900 USD cada uno y para el quinto año es de 7750 USD

#### **4.12.1 Relaciones Públicas**

Anualmente se realizará un paseo ya sea dentro de las instalaciones o fuera de ellas para todos los empleados y sus familias, de manera de poder reforzar lazos de amistad y sobre todo de gratitud y compartimiento entre ellos y los dueños.

Se analizará la posibilidad de un evento de lanzamiento, siempre y cuando empresas auspiciantes lo patrocinen

#### **4.12.2 Promoción de Ventas**

Al inicio de las operaciones de la empresa se realizarán diversos actos en el local, un tipo de feria que permita llamar la atención de las personas. En la misma se harán concursos en los que se entregarán varios premios a aquellas personas que se acerque a indagar qué servicios ofrece la compañía, se entregarán a su vez panfletos con descuentos y promociones para quienes deseen ser los primeros usuarios y pequeños obsequios para sus hijos.

Además se realizarán Sorteos entre los clientes que se tengan registrados y cupones de descuento para que puedan utilizarlo en la próxima visita al local. El valor es de 1764,00 USD

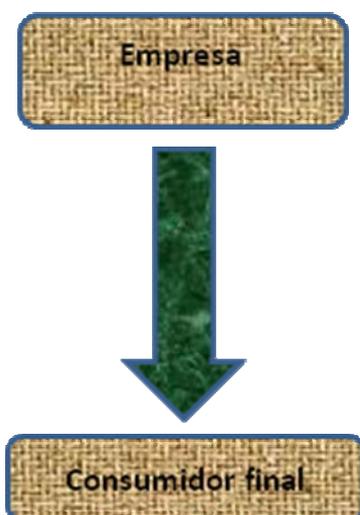
### **4.13 DISTRIBUCION**

Al ser un servicio el canal de distribución será directo entre el oferente y demandante, el comprador irá directamente hacia el lugar para hacer uso de las instalaciones y los beneficios por lo que pagó.

El canal para llegar al cliente será el tener un local propio, donde cada persona interesada podrá dirigirse a contratar los servicios, ya que allí estarán instaladas las oficinas de atención al cliente. Se realizará también tele marketing, llamando a exponer a los clientes potenciales las ventajas del negocio.

Como se mencionó anteriormente en este capítulo, se tendrá acceso al mercado también a través de Internet por medio de la página web y papelería publicitaria, de esta manera se espera ofertar de una manera exitosa a la empresa.

**Gráfico 4-2 Canal de distribución**



Elaborado por: El Autor

## **CAPITULO V**

### **PLAN DE OPERACIONES**

#### **5 INTRODUCCION**

En este capítulo se establecerán los procesos a seguir al ofrecer el servicio de organización y planificación de fiestas infantiles, ubicación del local, inventario requerido y su manejo, metraje y distribución.

##### **5.1 ESTRATEGIA DE OPERACIONES**

Se realizará una estrategia enfocada en la calidad de todos los procesos, optimizando los recursos de la empresa para de esta manera ofrecer un servicio de calidad al cliente. Se priorizará la eficacia del servicio, manifestado en puntualidad, inventario suficiente y cumplimiento de estándares.

##### **5.2 CICLO DE OPERACIONES**

A continuación se detalla el proceso al momento de la decisión y utilización del servicio. Para un mejor entendimiento, se lo realizará en 3 diferentes pasos: 1 decisión y cotización, 2 producción y 3 ejecución.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> [www.wikipedia.org/wiki/organizacióndeeventos](http://www.wikipedia.org/wiki/organizacióndeeventos)

## PROCESO 1: Decisión de compra.

Tabla 5-1 Decisión de Compra

	TIEMPO
El cliente desea realizar un festejo infantil.	
Averigua que opciones tiene dentro del mercado.	3 horas
Estudia las opciones disponibles	1 hora
Le interesa la empresa.	5 min
Llama a la oficina.	30 seg
La recepcionista contesta.	30 seg
Transfiere la llamada al vendedor.	1 min
El vendedor informa de servicios y precios para el evento.	8 min
Al cliente le agrada las opciones.	3 min
Programan una cita para que el cliente vaya a conocer las instalaciones.	2 min
Llega para verificar que lo informado sea lo que necesita	30 min
Realizan el contrato respectivo.	2 min
El cliente firma el contrato.	1 min
Caja recibe el pago anticipado del evento, copia de la factura y del contrato.	3 min
Se entrega la factura original al cliente.	30 seg
Se guardan los papeles.	1 min
Final del primer proceso.	

Elaborado por: El Autor

PROCESO 2: Preparación del evento.

**Tabla 5-2 Preparación evento**

	TIEMPO
Verificar tema propuesto por el cliente.	10 min
Contactar con proveedores para averiguar si existe todo lo necesario.	5 min
Si tienen lo requerido se planifica visita al almacén del proveedor.	30 min
Se realiza la visita al almacén para confirmación de lo solicitado.	15 min
Se revisa todos los productos, calidad y precio.	5 min
Conforme con lo revisado se procede a la compra de los productos.	4 min
Se cancela el dinero por lo adquirido.	2 min
EL proveedor entrega la factura original por la adquisición.	1 min
Coordinación de fecha y hora del envío del menaje.	5 min
Recepción de la mercadería a la hora establecida.	10 min
Verificación e inspección de la mercadería en buen estado.	5 min
Conteo para corroborar que las cantidades entregadas sean las correctas.	8 min
Almacenamiento del producto hasta una noche antes del evento.	5 min
Colocación del menaje en el local.	20 min
Decoración en interiores y exteriores con los artículos solicitados.	20 min
Verificación implementos e instalaciones del local	30 min
Final del segundo proceso.	

Elaborado por: El Autor

PROCESO 3. Organización y desarrollo del evento.

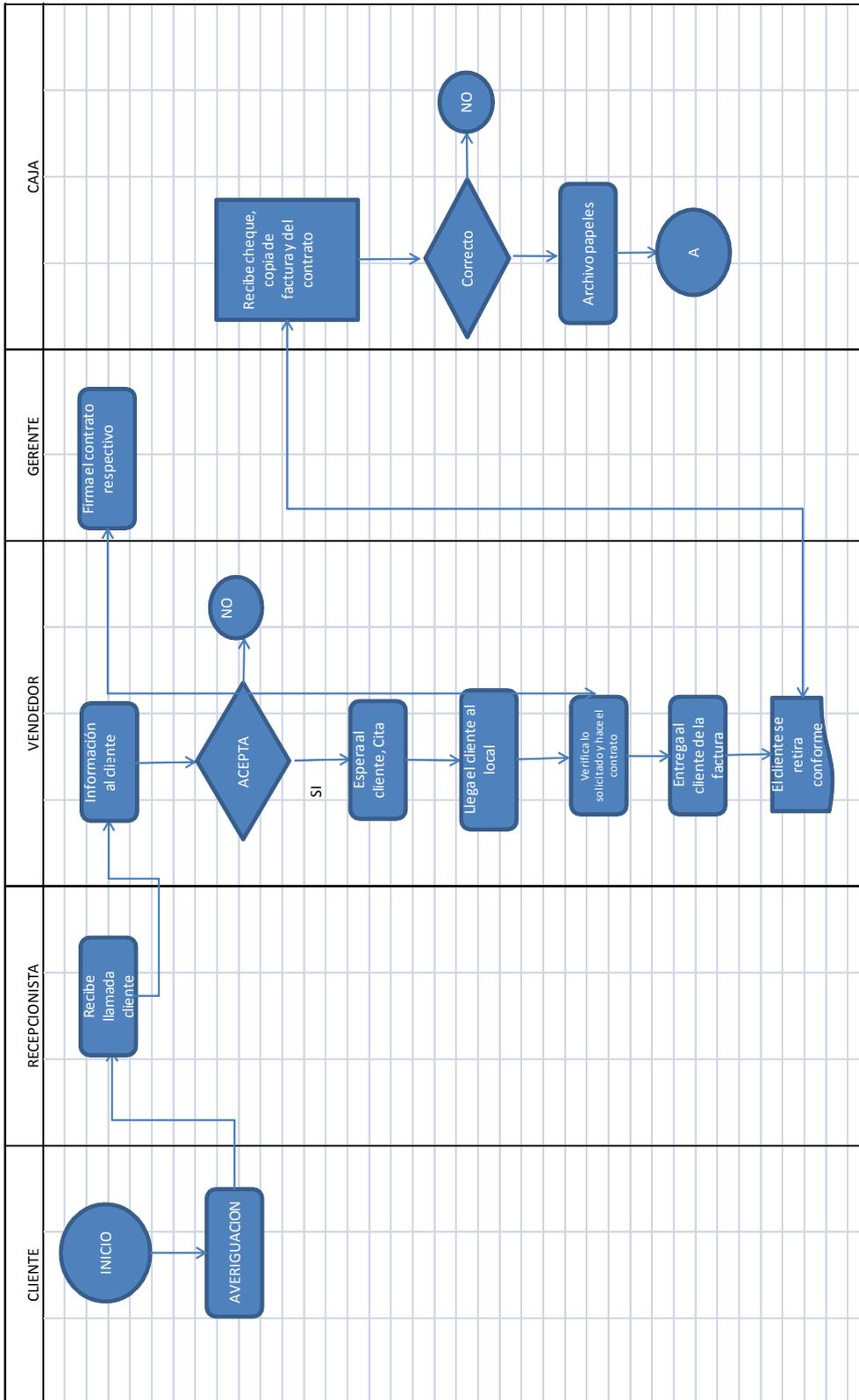
**Tabla 5-3 Organización y desarrollo del evento**

Limpieza total del local.	20 min
Arreglo de parqueaderos para invitados.	5 min
Preparación y revisión final juegos mecánicos y demás.	5 min
Recepción homenajeado y su familia.	20 min
Bienvenida a los invitados.	3 min
Recepción de presentes y obsequios al cumpleaños.	3 min
Entretenimiento con juegos	10 min
Congregación de todos los niños.	3 min
Realización actos de magia, payasos, títeres, entre otros	15 min
Padres de familia pueden pasar a la sala para adultos.	5 min
Entrega de equipos de protección	3 min
Desarrollo actividades mecánicas. (pista de autos, etc)	45 min
Realización actividades grupales (fútbol, patines).	45 min
Entrega alimentos a padres de familia.	10 min
Recolección equipos de protección.	3 min
Festejo con canto al homenajeado	5 min
Entrega de comida y bebidas a los niños.	6 min
Entrega de sorpresas a cada uno de los invitados.	4 min
Despedida a todas las familias presentes	20 min
Levantamiento basura del local.	10 min
Limpieza general y profunda del espacio físico.	30 min
Desmontaje de todos los juegos.	20 min
Revisión Maquinarias y equipos	15 min
Inventario herramientas y dispositivos	8 min
Almacenaje inventario sobrante y de los aparatos utilizados.	5 min
Cierre de puertas del local	5 min
Llamada de retroalimentación y post servicio	4 min

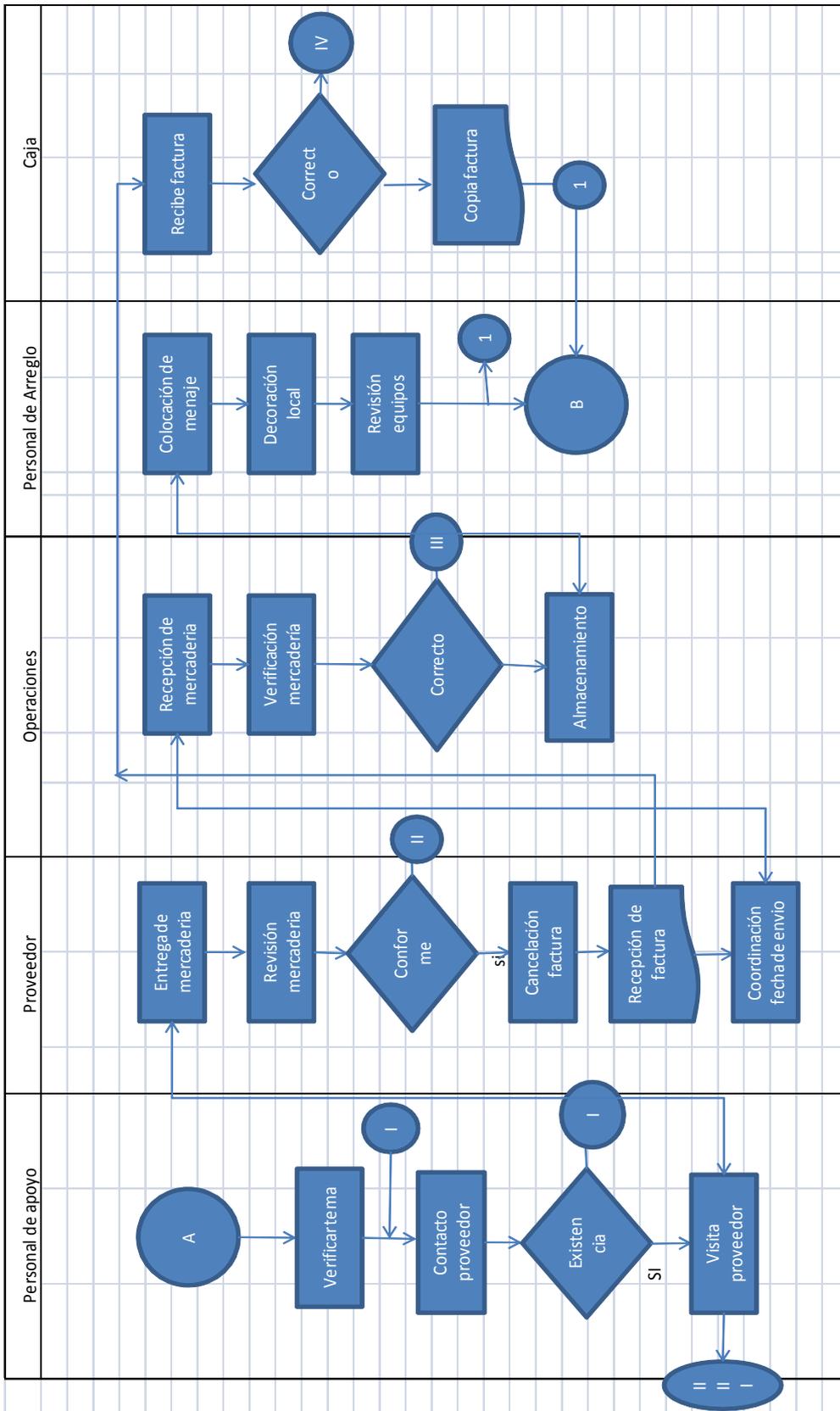
Elaborado por: El Autor

### 5.3 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

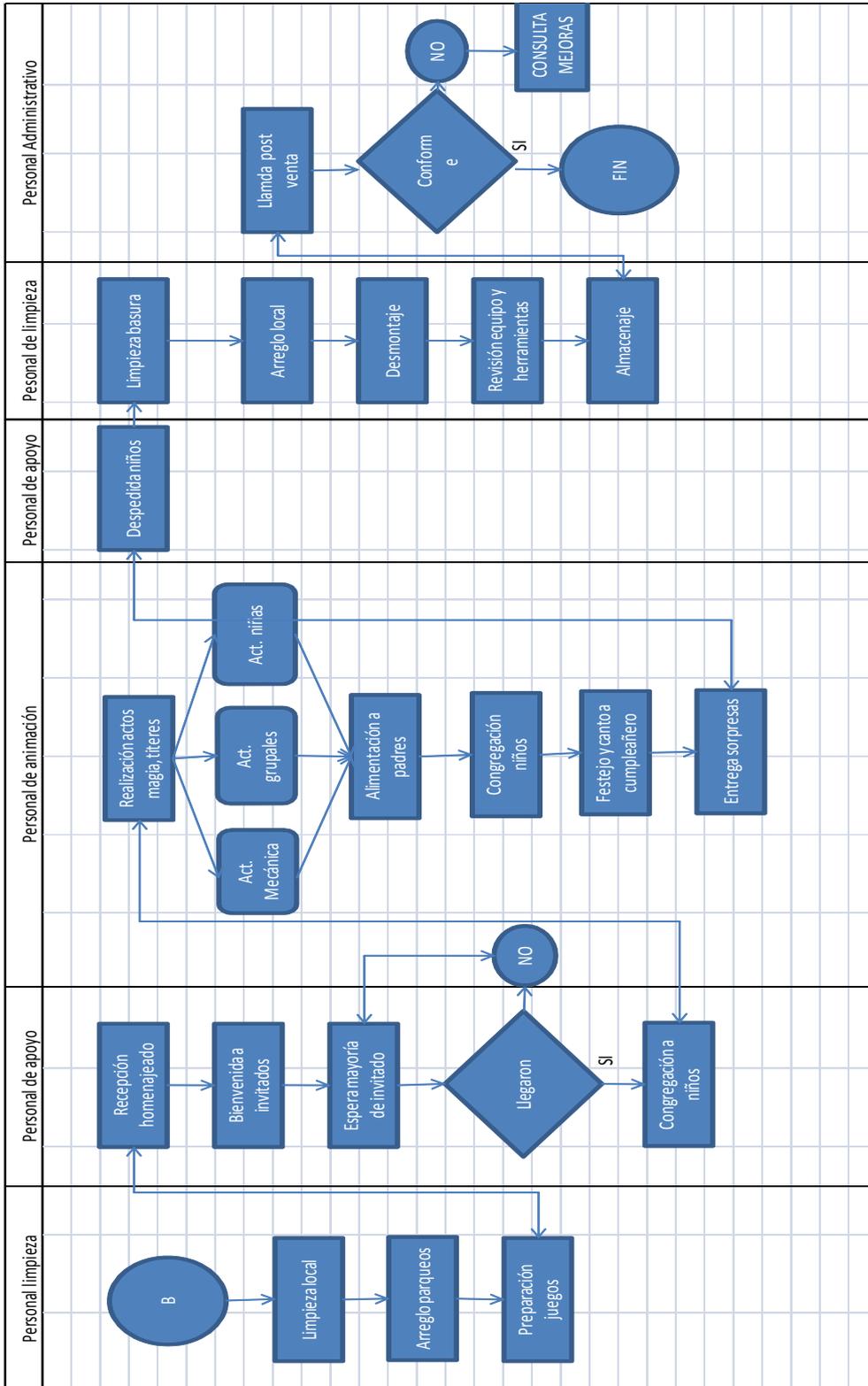
#### 5.3.1 Proceso I



5.3.2 Proceso II



5.3.3 Proceso III



#### 5.4 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y DE HERRAMIENTAS

Es necesaria la adquisición de los servicios que se muestran en la tabla 5.4:

**Tabla 5-4 Equipos y herramientas**

<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Inversión Total</b>
Autos a batería	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Inflables	2	\$ 4.000,00	\$ 8.000,00
Mesas	7	\$ 50,00	\$ 350,00
Sillas pequeñas	30	\$ 4,00	\$ 120,00
Sillas grandes	30	\$ 7,00	\$ 210,00
Patines	5	\$ 80,00	\$ 400,00
Columpios, resbaladeras	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Césped, equipamiento cancha	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Casa de muñecas	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Televisores	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Equipos de música	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Billar	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Castillo de pelotas	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Futbolín	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Muñecas	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Equipos de protección	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Balones	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Pistas de auto	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Artículos de peluquería	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Consolas de video juegos	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Juguetes de plástico	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Disfraces	8	\$ 15,00	\$ 120,00
Carro de hotdogs	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Carro de algodón de azúcar	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Coche para helados	1	\$ 600,00	\$ 600,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 18.895,00</b>

Elaborado por: Autor

## 5.5 INSTALACIONES Y MEJORAS

El local contará con 150 m<sup>2</sup> de construcción. En esta área se instalará la sala del pastel, donde los pequeños deberán ir con el homenajado al festejo, además allí un tanto más alejado se pondrá la sala para padres con las distracciones descritas anteriormente y baños de damas y caballeros. Además se planea tener una pequeña bodega donde se colocaran aparatos mecánicos y accesorios como autos, pelotas, patines, chalecos entre otros, en los días que no existan festejos.

**Tabla 5-5 Instalaciones y mejoras**

<b>PRESUPUESTO ADECUACIÓN INSTALACIONES</b>	
Obtenido con: Arq. Álvaro Guzmán Rodríguez	
<b>Descripción y características</b>	<b>Total</b>
Materiales (ceramica, cemento, bloques, pintura)	\$ 4.000,00
Instalación: mano de obra y dirección arquitectónica	\$ 2.000,00
<b>TOTAL PRESUPUESTO ADECUACIÓN INSTALACIONES</b>	<b>\$ 6.000,00</b>

Elaborado por: El Autor

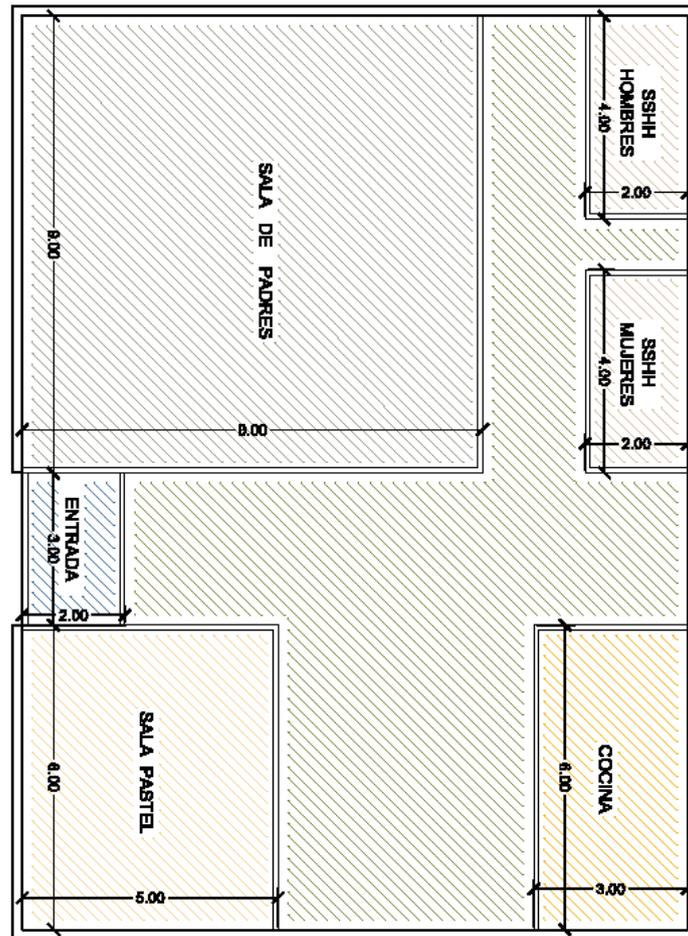
A continuación se detalla el metraje que se necesitará en total y por cada juego o distracción para distribuir correctamente el terreno necesitado.

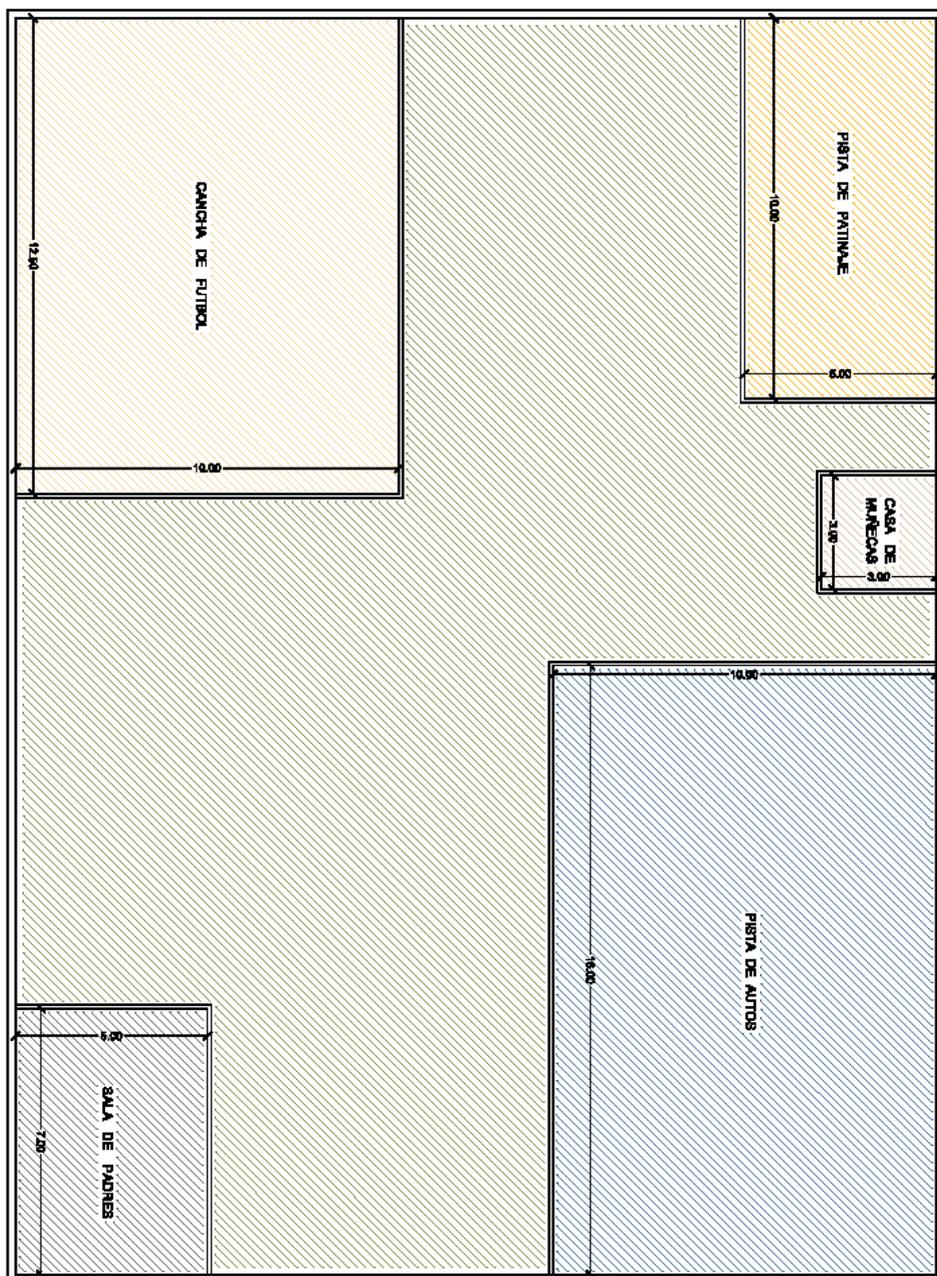
**Tabla 5-6 Metraje**

Distracción	Metraje
Salтарines	35
Pista de autos	80
Pista de patinaje	40
Casa de muñecas	15
Areas verdes	30
Cancha de futbol	100
<b>TOTAL</b>	<b>300 m<sup>2</sup></b>

Elaborado por: El Autor

## 5.5.1 Planos internos y externos



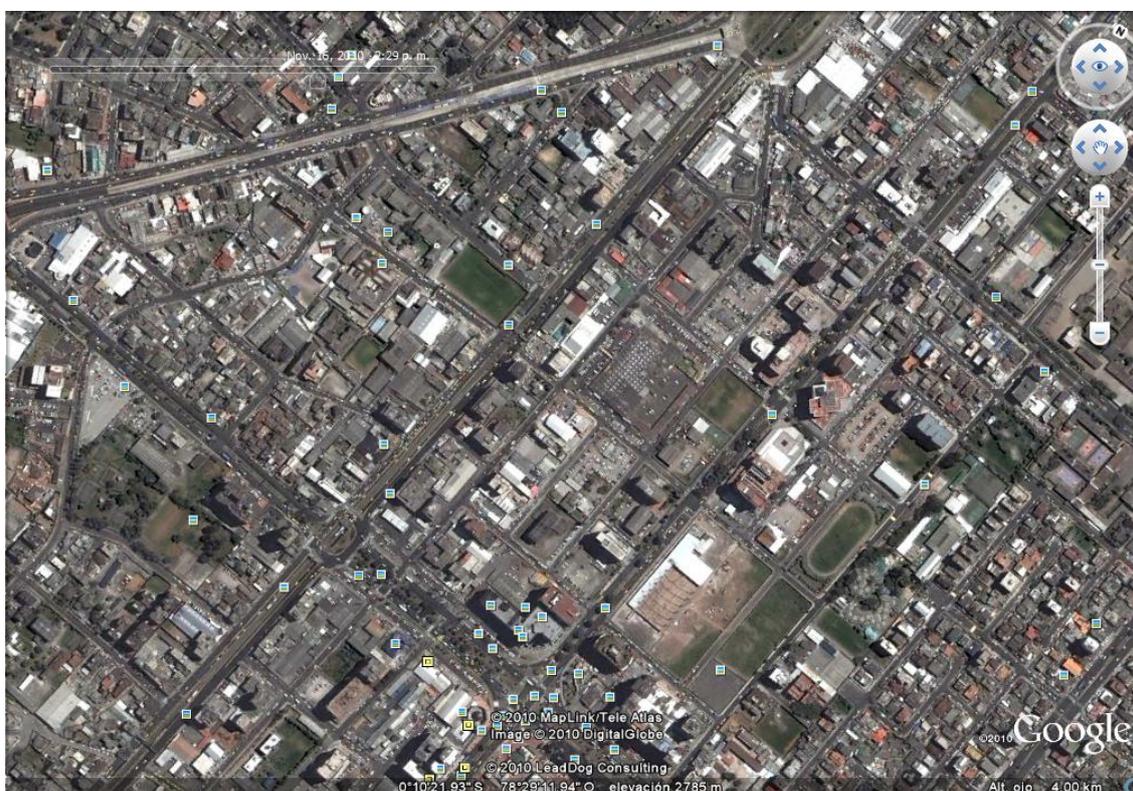


### 5.5.2 Localización geográfica

Luego de investigar al mercado objetivo se determinó que el local debe estar situado en la zona norte de la ciudad. Esto concuerda con la ubicación del local propio de las calles Gaspar de Villaroel y Japón.

En esta zona de la ciudad existen todos los servicios básicos como agua potable, luz, teléfono fijo y móvil e igualmente es de fácil acceso por la variedad de línea de buses urbanos que circulan por el sector.

**Gráfico 5-1 Mapa aéreo**



Elaborado por: El Autor

### 5.5.3 Capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios

No se mantendrá ningún tipo de inventario, debido a que los requerimientos de material y menaje se los pedirá exclusivamente al proveedor para cada evento. Por esta razón no es necesario tener stock de insumos en bodega.

## CAPITULO VI

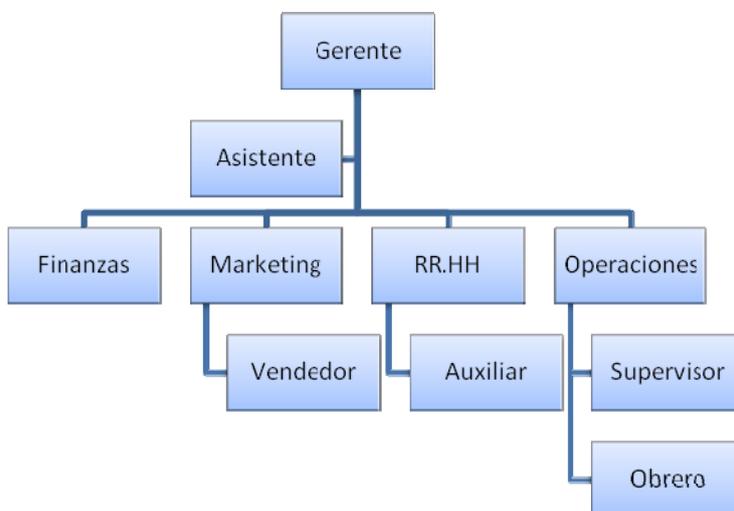
### EQUIPO GERENCIAL

#### 6 INTRODUCCION

En este capítulo se describirá la estructura organizacional, donde se establecerán las funciones de cada empleado, compensaciones y perfil necesario.

#### 6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

##### 6.1.1 Organigrama



Elaborado por: El Autor

#### 6.2 PERSONAL ADMINISTRATIVO CLAVE Y SUS RESPONSABILIDADES

Al inicio del proceso trabajarán 4 personas, y al final del 5to año este número se espera incrementar a 6.

### 6.2.1 Descripción de funciones

**Tabla 6-1 Descripción de funciones**

Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir con sus empleados los objetivos y finalidades de la empresa</li> <li>• Tomar las decisiones adecuadas al momento de tener varias opciones de compra, venta.</li> <li>• Poder de negociación con proveedores</li> <li>• Manejo financiero correcto de la empresa.</li> <li>• Poder de resolución en épocas de crisis de ventas</li> <li>• Mejorar la comunicación interna</li> <li>• Delegar correctamente funciones y responsabilidades</li> <li>• Orientar, dirigir y lograr objetivos</li> <li>• Definir objetivos y lograr alcanzarlos.<sup>24</sup></li> </ul>
Asistente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar correctamente el archivo</li> <li>• Organizar reuniones, convenciones de manera eficaz</li> <li>• Responsabilizarse de la agenda de trabajo de su superior</li> <li>• Revisión periódica de citas</li> <li>• Atención a clientes que visiten el local.</li> <li>• Organización de agenda del gerente y personal de apoyo.</li> <li>• Manejo de reportes, estadísticas.</li> <li>• Llevar correctamente el control de las facturas emitidas hacia clientes.</li> </ul>

<sup>24</sup> <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh1/18hossanbor.htm>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar liquidaciones al personal</li> <li>• Recepción de documentos para el personal que ingrese a la empresa<sup>25</sup></li> </ul>
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maximización de utilidades en cada transacción económica</li> <li>• Invertir de manera correcta los recursos financieros excedentes</li> <li>• Obtención de la calidad a bajo costo y de manera eficiente</li> <li>• Planear, obtener y usar fondos para maximizar el valor de la organización.</li> <li>• Interacción con departamentos afines</li> <li>• Administrar de manera correcta los recursos financiero para una correcta compra de insumos, adquisición de maquinarias entre otras</li> <li>• Establecer el financiamiento más adecuado para la empresa</li> <li>• Mantener a la empresa con una liquidez suficiente en su manejo económico.</li> <li>• Dar rentabilidad en los procesos de comercialización</li> <li>• Procurar la obtención más rentable en activos fijos<sup>26</sup></li> </ul>
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar el mercado sus variantes y composición</li> </ul>

<sup>25</sup> <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh1/18hossanbor.html>

<sup>26</sup> <http://www.slideshare.net/actualizate.net/gerente-y-la-funcion-financiera-511495>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar nuevas necesidades o deseos de los clientes</li> <li>• Determinar oportunidades que se generen en el mercado</li> <li>• Estudio y análisis de la competencia</li> <li>• Investigación de nuevos productos que satisfagan las necesidades</li> <li>• Análisis de la capacidad y los recursos</li> <li>• Diseñar estrategias de marketing que ayuden a conseguir los objetivos planteados por la organización</li> <li>• Establecer los atributos y funciones que debe tener el servicio para satisfacción del cliente</li> <li>• Determinar las estrategias necesarias en lo referente a plaza, precio, producto y promoción</li> <li>• Fijación de precios</li> <li>• Establecer los medios de publicidad más adecuados para la organización.</li> <li>• Elaborar la publicidad más eficaz para el mercado objetivo<sup>27</sup></li> </ul>
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reclutar el personal idóneo para cada puesto</li> <li>• Capacitación de personal</li> <li>• Control de nómina de empleados</li> <li>• Comunicación interempresarial con los empleados</li> <li>• Establecer el perfil ideal para cada puesto de trabajo</li> </ul>

<sup>27</sup> ://www.gerenteweb.com/documentos/direccion/dd1005051.php

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de iniciativas de promoción interna y formación</li> <li>• Cumplir con las obligaciones legales</li> <li>• Evaluaciones continuas al personal</li> <li>• Identificación de competencias organizacionales</li> <li>• Estrategias para desarrollar competencias claves</li> <li>• Llevar el control de beneficios de los empleados</li> <li>• Desarrollar programas y cursos que mejoren el conocimiento del empleado</li> <li>• Mediar en posibles conflictos internos<sup>28</sup></li> </ul>
Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte de mercadería</li> <li>• Almacenamiento y preservación del producto en condiciones óptimas para su uso</li> <li>• Manejo correcto del inventario</li> <li>• Establecer el período prudente para realizar las compras de insumos sin generar exceso de inventario.</li> <li>• Negociación con proveedores</li> <li>• Sistemas de control para manejo de la mercadería</li> <li>• Responsabilidad en el manejo a tiempo de la realización del evento.</li> <li>• Determinación de la capacidad que la empresa tiene para poseer inventario propio</li> <li>• Trabajo en equipo con proveedores y clientes</li> </ul>

<sup>28</sup> [://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/6668-la-funcion-del-gerente-de-recursos-humanos-y-la-etica.html](http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/6668-la-funcion-del-gerente-de-recursos-humanos-y-la-etica.html)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer los procesos logísticos más adecuados en función del giro del negocio</li> <li>• Definir y valorar recursos materiales</li> <li>• Determinar gastos operativos<sup>29</sup></li> </ul>
Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer un nexo entre el cliente y la empresa</li> <li>• Comunicar adecuadamente a los clientes los beneficios que ofrece el servicio brindado por la empresa.</li> <li>• Asesoramiento a los clientes de cómo los servicios de la empresa puedan satisfacer sus necesidades</li> <li>• Retroalimentación a la empresa sobre lo que sucede en el entorno y en el mercado en general</li> <li>• Verificación de las políticas de calidad</li> <li>• Contribuir a la solución de problemas</li> <li>• Administrar su territorio de ventas</li> <li>• Retención de los clientes actuales</li> <li>• Lograr volúmenes de ventas interesantes</li> <li>• Mejorar la participación en el mercado<sup>30</sup></li> </ul>

Elaborado por: El Autor

Los auxiliares de operaciones y RRHH cumplirán funciones parecidas a sus superiores una vez que ingresen a la empresa

<sup>29</sup> <http://www.nitzanonline.com/pdf/JobDescription.pdf>

<sup>30</sup> <http://www.promonegocios.net/venta/funcion-vendedor.html>

### 6.3 EQUIPO DE TRABAJO, COMPENSACIONES Y BENEFICIOS.<sup>31</sup>

El perfil del equipo de trabajo fue investigado en el código del trabajo en lo referente a salarios y beneficios.

#### 6.3.1 Cargo: Gerente General PERFIL

**Tabla 6-2 Perfil Gerente General**

Edad	Entre 30 a 50 años		
Sexo	Indistinto		
Estudios	De tercer nivel (Postgrados o Maestrías en Administración de empresas, Economía o afines)		
Experiencia	Mínima de 5 años en cargos afines		
Estado Civil	Casado		
Aptitudes y destrezas	Trabajo bajo presión, liderazgo, don de mando, proactivo, responsable		
Idiomas	Inglés (80%)		
SALARIO MINIMO SECTORIAL	USD. 299.20	SALARIO ESTABLECIDO	USD.600
BONIFICACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afiliación al IESS</li> <li>• Pago de fondos de reserva</li> <li>• Fondo de cesantía</li> <li>• Pago de horas extras</li> </ul>		

<sup>31</sup> Código del trabajo

**6.3.2 CARGO: ASESOR COMERCIAL (VENTAS)**  
**PERFIL**

**Tabla 6-3 Perfil Asesor Comercial**

Edad	Entre 20 a 35 años		
Sexo	Indistinto		
Estudios	De segundo nivel (Estudiantes o egresados en Ingeniería comercial, administración, ventas o afines)		
Experiencia	Mínima de 2 años en cargos afines		
Estado Civil	Soltero de preferencia		
Aptitudes y destrezas	Trabajo bajo presión, extrovertido, proactivo, responsable, carismático		
Idiomas	Inglés (30%)		
SALARIO MINIMO SECTORIAL	USD. 281.47	SALARIO ESTABLECIDO	USD. 350
BONIFICACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afiliación al IESS</li> <li>• Pago de fondos de reserva</li> <li>• Fondo de cesantía</li> <li>• Pago de horas extras</li> </ul>		

**6.3.3 CARGO: SUPERVISOR DE OPERACIONES**  
**PERFIL**

**Tabla 6-4 Perfil Supervisor de Operaciones**

Edad	30 a 55 años		
Sexo	Masculino		
Estudios	De segundo nivel (Profesionales con título en Ingeniería Comercial, Administración de empresas, Economía, o afines)		
Experiencia	Mínima de 4 años en cargos afines		
Estado Civil	Indistinto		
Aptitudes y destrezas	Trabajo bajo presión, liderazgo, proactivo, responsable		
Idiomas	Inglés (50%)		
SALARIO MINIMO SECTORIAL	USD. 295.68	SALARIO ESTABLECIDO	USD. 350
BONIFICACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afiliación al IESS</li> <li>• Pago de fondos de reserva</li> <li>• Fondo de cesantía</li> <li>• Pago de horas extras</li> </ul>		

**6.3.4 CARGO: SECRETARIA**  
**PERFIL**

**Tabla 6-5 Perfil Secretaria**

Edad	Entre 25 a 50 años		
Sexo	Femenino		
Estudios	De segundo nivel (Estudiantes, egresados o profesionales en Secretariado Ejecutivo Bilingüe)		
Experiencia	Mínima de 3 años en cargos afines		
Estado Civil	Indistinto		
Aptitudes y destrezas	Trabajo bajo presión, responsable, organizada, buen trato con el cliente		
Idiomas	Inglés (70%)		
SALARIO MINIMO SECTORIAL	USD. 279.72	SALARIO ESTABLECIDO	USD. 350
BONIFICACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afiliación al IESS</li> <li>• Pago de fondos de reserva</li> <li>• Fondo de cesantía</li> <li>• Pago de horas extras</li> </ul>		

### 6.3.5 CARGO: AUXILIARES DE LIMPIEZA PERFIL

**Tabla 6-6 Perfil auxiliares de limpieza**

Edad	Entre 25 a 40 años		
Sexo	Femenino		
Estudios	Aprobado por lo menos el décimo grado de Educación Básica		
Experiencia	Mínima de 2 años en cargos afines		
Estado Civil	Indistinto		
Aptitudes y destrezas	Buen trato con la gente, responsabilidad, honradez, rapidez en sus funciones		
Idiomas	n/a		
SALARIO MINIMO SECTORIAL	USD. 276.28	SALARIO ESTABLECIDO	USD. 280
BONIFICACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afiliación al IESS</li> <li>• Pago de fondos de reserva</li> <li>• Fondo de cesantía</li> <li>• Pago de horas extras</li> </ul>		

Elaborado por: El Autor

Tabla 6-7 Tabla Salarial

RECURSO HUMANO	N PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0,5%	IECE 0,5%	IESS PERSONAL 9,35% (1)	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO
Gerente	1	\$600	\$600	\$67	\$3	\$3	\$56	\$50	\$20	\$50	\$25	\$818	\$818
Asistente de Gerencia	1	\$350	\$350	\$39	\$2	\$2	\$33	\$29	\$20	\$29	\$15	\$485	\$485
Vendedor	1	\$350	\$350	\$39	\$2	\$2	\$33	\$29	\$20	\$29	\$15	\$485	\$485
Operativo	1	\$280	\$280	\$31	\$1	\$1	\$26	\$23	\$20	\$23	\$12	\$392	\$392
Cortador	1	\$300	\$300	\$33	\$2	\$2	\$28	\$25	\$20	\$25	\$13	\$419	\$419
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>\$1.880</b>	<b>\$1.880</b>	<b>\$210</b>	<b>\$9</b>	<b>\$9</b>	<b>\$176</b>	<b>\$157</b>	<b>\$100</b>	<b>\$157</b>	<b>\$78</b>	<b>\$2.600</b>	<b>\$2.600</b>

Elaborado por: El Autor

#### 6.4 COMPENSACIÓN A ADMINISTRADORES Y PROPIETARIOS

El gerente de la empresa será uno de los propietarios y tendrá un sueldo mensual, (estipulado en el literal anterior), y además tendrá derecho al reparto de utilidades del ejercicio económico en el siguiente año.

#### 6.5 DERECHOS Y RESTRICCIONES

El capital accionario se dividirá entre 2 socios: 51% de la persona que realiza el proyecto y 49% lo pondrá otra persona natural quien solo será capitalista, dejando el trabajo diario a quien posee el mayor porcentaje de las acciones.

Dentro de los derechos que poseen los accionistas se debe mencionar a los siguientes, entre los más importantes:

- Voz y voto en las reuniones de directorio.
- Dividendos
- Utilidades
- Entre los deberes que tienen que cumplir los accionistas sobresalen los siguientes:
  - Citar a reunión directorio trimestralmente
  - Cuidar el patrimonio de la empresa.
  - Deber de confidencialidad

## **6.6 EQUIPO DE ASESORES Y SERVICIOS**

Dentro de este equipo se tendrá a los siguientes miembros que ayudarán para un correcto manejo del evento así como la buena administración de las cuentas contables, tributación y gastos.

### **6.6.1 Contador**

Esta persona brindará servicios profesionales al negocio y será la encargada, en el corto plazo (mientras se pueda contratar una persona fija), de las siguientes actividades:<sup>32</sup>

- Elaborar la información financiera que refleja el resultado de la gestión.
- Examinar, evaluar los resultados de gestión económicos y financiero

### **6.6.2 Personal de animación**

Entre este staff podemos mencionar a: magos, payasos, personajes de animación y elenco de shows infantiles. Ellos serán los encargados entre otras cosas de las siguientes tareas o actividades:

- Concursos entre niños y padres que concurrieron al evento
- Globoflexia (Crear animales y formas con globos creados para este propósito)
- Pintar a los niños que deseen formas y dibujos en sus rostros
- Shows de personajes infantiles de moda

Adicional se contratará, como servicios no profesionales, al personal que atenderá el carro de hotdogs, algodón de azúcar, granizados además de meseros que puedan ayudar en caso de que el evento lo amerite.

---

<sup>32</sup> www. <http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070302092240AAj6uOf>

## CAPITULO VII

### CRONOGRAMA GENERAL

#### 7 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se establecerán las actividades y los tiempos que conlleva cada fase para poner en marcha el negocio

##### 7.1 ACTIVIDADES NECESARIAS PARA PONER EL NEGOCIO EN MARCHA

A continuación se detalla los pasos que se seguirán desde la constitución legal de la empresa hasta que las puertas se abran al público para que conozca, disfrute y aproveche el servicio brindado por la compañía:

- ❖ Desarrollo de la idea
- ❖ Plan de negocios
  - La industria, empresa y su entorno
  - Investigación de mercados
  - Plan de marketing
  - Plan de operaciones
  - Equipo gerencial
  - Cronograma general
  - Riesgos críticos, problemas y supuestos
  - Plan financiero
  - Propuesta de negocios
  - Resumen ejecutivo
  - Revisión final y entrega
- ❖ Constitución de la compañía
- ❖ Pago de abogados
- ❖ Pago de impuestos

- ❖ Registros y papeles municipales
- ❖ Arreglo de oficinas
- ❖ Compra equipos de oficina
- ❖ Compra de muebles
- ❖ Arreglo baños
- ❖ Pintura paredes
- ❖ Adecuación instalaciones y local
- ❖ Pavimentación pista de autos
- ❖ Pavimentación pista de patinaje
- ❖ Colocación césped en cancha de fútbol
- ❖ Instalación video juegos y equipos de audio y video.
- ❖ Construcción casas de muñecas.
- ❖ Adquisición de implementos
- ❖ Compra de vehículos a batería
- ❖ Compra de patines, juguetes, productos de uso infantil.
- ❖ Reunión con proveedores
- ❖ Fijación de políticas de precios, pagos, compras
- ❖ Planificación con personal tercerizado.
- ❖ Definición de precios, horarios con magos, payasos, zanqueros
- ❖ Flete y envío de menaje
- ❖ Transporte inflables, carros de alimentos hacia el local
- ❖ Selección de personal
- ❖ Entrevistas a candidatos
- ❖ Pruebas a candidatos
- ❖ Capacitación nuevos empleados
- ❖ Campaña de publicidad previa apertura

- ❖ Repartición de panfletos
- ❖ Entrega de obsequios con el logo de la empresa
- ❖ Entrega de flyers, dípticos, escarapelas
- ❖ Anuncios en prensa.
- ❖ Cuñas de radio
- ❖ Actos protocolarios
- ❖ Cocktail inauguración con potenciales clientes
- ❖ Mañana familiar con niños de clientes.

## 7.2 DIAGRAMA DE GANTT

A continuación se detalla los pasos resumidos en una tabla con los días por proceso y su respectivo Diagrama de Gantt:

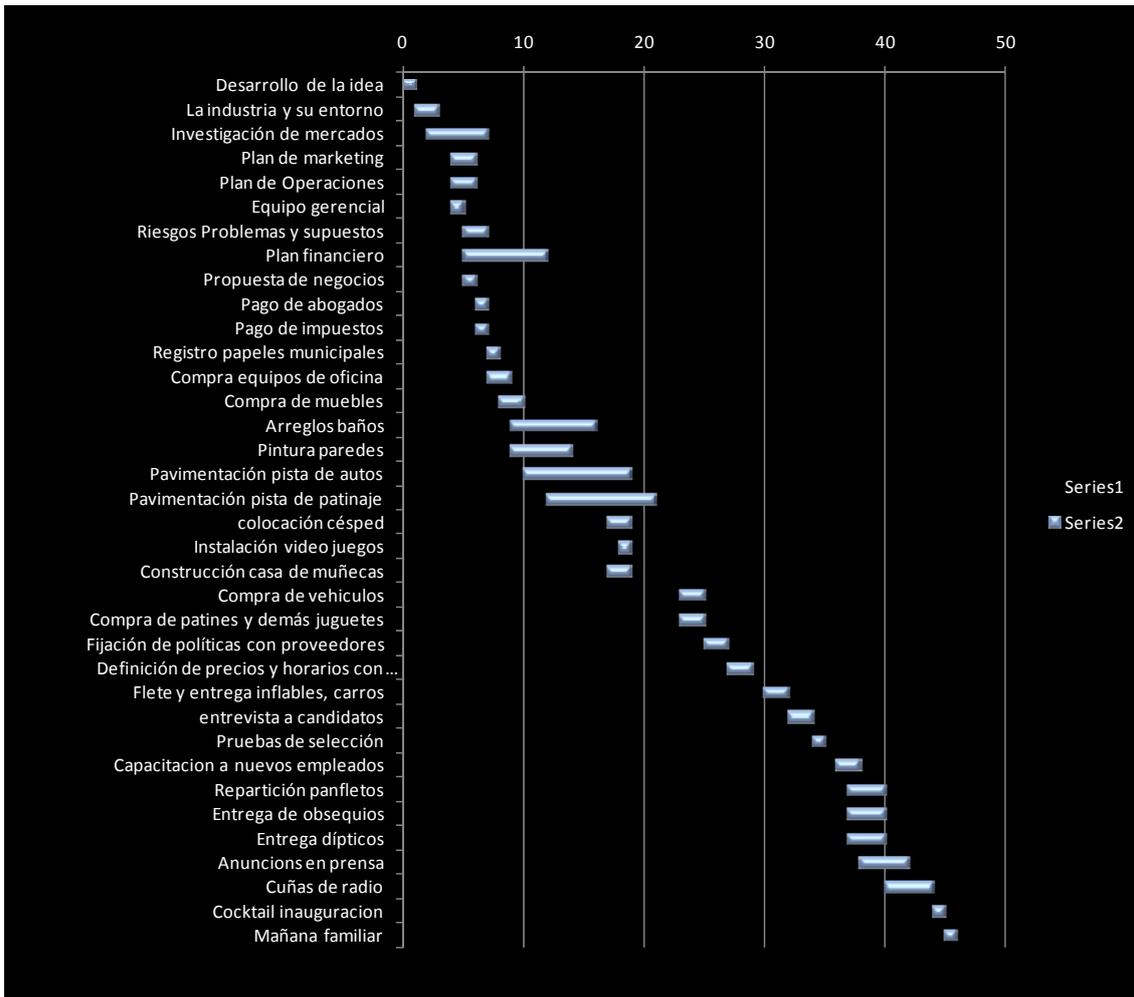
**Tabla 7-1 Diagrama de Gantt**

	INICIO	DURACION
Desarrollo de la idea	0	1
La industria y su entorno	1	2
Investigación de mercados	2	5
Plan de marketing	4	2
Plan de Operaciones	4	2
Equipo gerencial	4	1
Riesgos Problemas y supuestos	5	2
Plan financiero	5	7
Propuesta de negocios	5	1
Pago de abogados	6	1
Pago de impuestos	6	1
Registro papeles municipales	7	1
Compra equipos de oficina	7	2
Compra de muebles	8	2
Arreglos baños	9	7
Pintura paredes	9	5
Pavimentación pista de autos	10	9
Pavimentación pista de patinaje	12	9

colocación césped	17	2
Instalación video juegos	18	1
Construcción casa de muñecas	17	2
Compra de vehiculos	23	2
Compra de patines y demás juguetes	23	2
Fijación de políticas con proveedores	25	2
Definición de precios y horarios con tercerizados	27	2
Flete y entrega inflables, carros	30	2
entrevista a candidatos	32	2
Pruebas de selección	34	1
Capacitacion a nuevos empleados	36	2
Repartición panfletos	37	3
Entrega de obsequios	37	3
Entrega dípticos	37	3
Anuncions en prensa	38	4
Cuñas de radio	40	4
Cocktail inauguracion	44	1
Mañana familiar	45	1

Elaborado por: El Autor

Gráfico 7-1 Diagrama de Gantt



Elaborado por: El Autor

### 7.3 RIESGOS E IMPREVISTOS

Dentro de los imprevistos más importantes que pueden generarse en este capítulo se encuentran:

- Capacitación a empleados, para mejorar sus habilidades de acuerdo a lo necesitado por la empresa
- Constitución legal de la compañía, debido a los trámites burocráticos que se dan en las instituciones.
- Arreglo y mejora de instalaciones.- Pueden surgir problemas inesperados no planificados al momento de votar paredes o hacer adecuaciones.
- Entrega de fletes.- al ser un transporte común el que se utilizará puede sufrir alguna avería o daño el vehículo

### 7.4 PLAN DE CONTINGENCIA

**Tabla 7-2 Plan de contingencia**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PROBLEMA</b>	<b>CONTINGENCIA</b>
Capacitación a empleados	Mejorar las habilidades de cada uno de los empleados requeridos en su puesto de trabajo	Contratar planes de capacitación a empresas profesionales en la rama
Constitución legal de la compañía	Tramites burocráticos lentos en las instituciones encargadas	Contratar a una persona que sea especializada en este tipo de trámites
Retraso en entrega de fletes	Daños o averías en el vehículo	Tener listo o preparado un automóvil adicional que pueda suplir al automotor dañado
Arreglo instalaciones	Retraso del personal encargado	Exigir al contratista que aumente el número de trabajadores
Fijación de políticas con los proveedores	Desacuerdos en puntos importantes de la negociación	Mejorar la comunicación y el poder de negociación buscar un ganar-ganar para ambas partes

Elaborado por: El Autor

## CAPITULO VIII

### RIESGOS CRITICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

#### 8 INTRODUCCION

En este capítulo se establecerán los riesgos, problemas y supuestos que se podrían enfrentar al momento de crear la empresa, así como sus posibles soluciones.

##### 8.1 CRITERIOS UTILIZADOS

Para determinar la oportunidad de negocio que tiene este plan, se ha basado entre otros en los siguientes supuestos y criterios:

- La empresa estará ubicada en el norte de la ciudad, en una zona céntrica ya que así lo determinó el grupo objetivo
- El canal de distribución será directo, proveedor – cliente.
- Se iniciará el negocio con 5 personas, incluidas el gerente propietario, con el transcurso de los años se aumentaran colaboradores en áreas necesarias
- El mercado objetivo serán las familias de clase media alta y alta del Distrito Metropolitano de Quito ya que son quienes pueden pagar el costo de cada evento realizado en el local
- Para la proyección de ventas en dólares anuales se tomo como base una empresa de similares características y tamaño a la propuesta en el plan.
- Se analizarán 3 escenarios, el optimista, el pesimista y el normal
- En el primer año el negocio iniciara solamente con 5 personas, quienes serán las encargadas de la organización, planificación, supervisión y posterior arreglo en cada evento

- Los proveedores mantengan el stock necesario de manera que no haga falta insumo alguno
- Para el pago de la deuda apalancada con un préstamo, el interés bancario se fijará en el 10,5% (Ver tabla de amortización).
- Se suponen precios fijos en el tiempo, esto quiere decir que se mantendrán constantes al cliente los valores.
- Se asume que no hay inflación, para efectos del cálculo de los valores financieros

## 8.2 SUPUESTOS UTILIZADOS

**Tabla 8-1 Supuestos utilizados**

Inversión Inicial	USD 45.002,54, está incluido el capital de trabajo
Capital de trabajo	USD 10.554,27 calculado para 3 meses de pago de servicios básicos, sueldos y gastos administrativos
Estructura de capital	Conformada por capital propio 25.000,00 USD (55,55%) y deuda 20.002,54 USD (44,45%). (Ver Anexo D.1)
Depreciación	Se realizará con la metodología de línea recta y obteniendo el valor de salvamento (Ver Anexo D.1.1)
Amortización del préstamo	Por un valor de 20.002,54. Se realizará con crédito de la CFN, a una tasa del 10,5% y por un periodo de 60 meses. (Ver Anexo D.1.2)
Amortización del diferido	De acuerdo a las normas contables por 5 años. (Ver Anexo D.1.3)
Gastos	Se detallan: de publicidad, administrativos, amortización y depreciación. (Ver Anexo D.1.4)
Nómina	Mano de obra directa, mano de obra indirecta y personal administrativo, proyectada a 5 años. (Ver Anexo D.1.5)
Precios	se los calcularon en base a un estudio de la competencia, empresas proveedoras de materia prima y familiares que están en el medio. (Ver Cap. IV cuadro 4.3.1 y 4.3.1.1)

Proyección de ventas	Se la realizará en 3 escenarios: el normal, el pesimista y el optimista
escenario pesimista	se pone uno de los puntos más bajos del comportamiento de los últimos años de la industria (2,5%)
escenario optimista	Se coloca uno de los picos más altos del comportamiento de la industria en los últimos años (8,5%)
escenario normal	Se utiliza la regresión lineal. (5,00%)
mercado potencial	Es del 3,5% lo que significa 554 familias dentro del segmento objetivo . (Ver Anexo E.1.3)
Costo de oportunidad	Se calculó con el CPPC y es de 18,05% para los escenarios desapalancados y de 15,15% para los escenarios apalancados (Ver Anexo D.1.6)
Evaluación	se determinará si el plan de negocios es viable mediante la aplicación del VAN, el TIR, en cada uno de los escenarios además del punto de equilibrio y los índices financieros

Elaborado por: El Autor

**Tabla 8-2 Proyección de ventas en los 3 escenarios**

Escenarios	Base	Industria	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pesimista *1	\$ 200.000	3,20%	\$ 206.400	\$ 213.005	\$ 219.821	\$ 226.855	\$ 234.115
Normal	\$ 200.000	5,00%	\$ 210.000	\$ 220.500	\$ 231.525	\$ 243.101	\$ 255.256
Optimista *1	\$ 200.000	8,50%	\$ 217.000	\$ 235.445	\$ 255.458	\$ 277.172	\$ 300.731

Elaborado por: El Autor

### 8.3 RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES

**Tabla 8-3 Riesgos principales**

<b>RIESGOS</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>
Ventas superiores a las proyectadas	Adecuar otro sitio o abrir una sucursal para satisfacer la demanda, contratar personal adicional
Ventas inferiores a las proyectadas	Campaña publicitaria agresiva, visitas personalizadas del gerente a potenciales clientes. Publicación en Facebook, HI5, My space. Auspiciar eventos sociales. Relanzamiento del servicio
Huelgas, manifestaciones	Mantener informado al personal de posibles agitaciones de los diferentes sectores sociales. Buscar las medidas de seguridad necesarias para salvaguardar la seguridad del personal y posibles clientes

Elaborado por: El Autor

## CAPITULO IX

### PLAN FINANCIERO

#### 9 INTRODUCCION

En este capítulo se mostrará la proyección y evaluación financiera de la creación del centro de diversión infantil FUNCITY.

#### 9.1 INVERSIÓN INICIAL

**Tabla 9-1 Inversión Inicial**

Inversión inicial	Activos fijos: 22.532,25 Gastos pre-operacionales: 9.799,00 Gastos amortizables 2.117,02 Ver Anexo E .1.1.
Capital de trabajo	Se calculó para tres meses representados por: servicios básicos, Sueldos y salarios, Gasto publicidad y promoción, Gastos administrativos y pago de interese por préstamo, equivalente a USD 10.554,27 (Ver Anexo E.1.2)
Gastos de constitución	Son todos aquellos incurridos en los papeleos y procesos previos a la apertura de la empresa. Equivale a un valor de 1.717,02 USD Ver Anexo E 1.1

Elaborado por: El Autor

#### 9.2 FUENTES DE INGRESOS

Las fuentes de ingresos son los paquetes de servicios, estos se dividieron en dos.

Paquete uno consta todo lo que significa menaje para la fiesta, adornos, dulces, tortas, comidas para adultos, animaciones. El precio del mismo es de 450 USD.

El paquete dos consta de los mismos servicios que el paquete 1, pero debemos aumentar además granizados, canguil, y máquina de burbujas como servicios adicionales. El precio del segundo paquete es de 550 USD.

Por otro lado, también se ofrecen los servicios individuales, de acuerdo a la necesidad del cliente con los precios establecidos para cada uno.

La proyección de ingresos para los cinco años se puede ver en el Anexo E.1.3.

### **9.3 GASTOS Y COSTOS**

Los gastos son los valores desembolsados por concepto de: Gastos de oficina, servicios básicos y nomina administrativa Ver anexo E.1.4

Son valores que influyen en el costo de ventas de los servicios ofrecidos y en cada uno de los escenarios Ver Anexo E.1.5

### **9.4 MARGEN BRUTO Y MARGEN OPERATIVO**

El margen bruto del primer año en el escenario normal es de USD 68.559,78 y el margen operativo del primer año en el escenario normal es de USD 25.155,24 Ver Anexo E.1.6

### **9.5 ESTADO DE RESULTADOS**

Se proyectó a cinco años, en tres escenarios, con y sin financiamiento. Se tomó como base la proyección de ventas para los ingresos y los gastos ocasionados por las ventas. Ver Anexo E.1.7

### **9.6 BALANCE GENERAL**

Las cuentas por cobrar que se reflejan en el Balance general se determinaron en el Anexo E.1.8.

Se proyectó a cinco años con y sin financiamiento. Se reflejan como utilidades retenidas el 30% de la utilidad neta y el 70% restante en dividendos por repartir. Ver Anexo E.1.9

## 9.7 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Los flujos de efectivo se calcularon en base a una proyección para 5 años, con financiamiento y sin él, en tres escenarios, con una tasa de descuento del 15,15% para los apalancados y otra del 18,05% para los no apalancados Ver Anexo E.1.10

## 9.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

Los paquetes que ofrece la empresa para cada fiesta son los que han sido utilizados para calcular el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio en el año 1 se logra al organizar 266 fiestas a un precio promedio de USD 500 para el primer año de operación,.

El punto de equilibrio en el año 2 se logra al organizar y vender 286 fiestas al año, y con los paquetes a un precio promedio de USD 500 para el segundo año de operación, Ver Anexo E.1.11

## 9.9 ÍNDICES FINANCIEROS

### 9.9.1 Liquidez

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Razón Corriente</b>	$= \frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}} =$	\$ 12,26	\$ 13,15	\$ 17,52	\$ 18,88	\$ 22,49
<b>Prueba Ácida</b>	$= \frac{\text{Activos corrientes -Inventarios}}{\text{Pasivos Corrientes}} =$	\$ 12,26	\$ 13,15	\$ 17,52	\$ 18,88	\$ 22,49

Elaborado por: Autor

### 9.9.2 Rentabilidad

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROI	= $\frac{\text{Rendimiento}}{\text{Valor promedio invertido}}$ =	36%	35%	62%	70%	74%
		Elaborado por: Autor				

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROA	= $\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Activos totales promedio}}$ =	38%	38%	54%	60%	54%
		Elaborado por: Autor				

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROE	= $\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio promedio}}$ =	35%	32%	41%	42%	36%
		Elaborado por: Autor				

### 9.9.3 Desempeño

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación de las CxC	= $\frac{\text{Ventas}}{\text{Promedio CxC}}$ =	5,36	5,02	5,05	5,02	5,02
		Elaborado por: Autor				

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación CxC días	= $\frac{360}{\text{Rotación de CxC}}$ =	67	72	71	72	72
		Elaborado por: Autor				

#### 9.9.4 Valuación

<b>VALOR PRESENTE NETO DEL PLAN DE NEGOCIOS</b>		
<b>Valorado USD</b>		
	Con apalancamiento	Sin apalancamiento
<b>Tasa de descuento</b>	<b>15,15%</b>	<b>18,05%</b>
Pesimista	47.570,27	40.994,24
Normal	56.378,00	49.009,04
Optimista	77.341,18	68.189,09

<b>TASA INTERNA DE RETORNO DEL PLAN DE NEGOCIOS</b>		
	Con apalancamiento	Sin apalancamiento
Pesimista	28,66%	25,70%
Normal	32,39%	29,33%
Optimista	41,07%	37,79%

Elaborado por: El Autor

Se observa que en los 3 escenarios la tasa interna de retorno es positiva y es mayor que el costo de oportunidad calculado para ambos escenarios con y sin apalancamiento. Lo mismo ocurre con el Valor Actual Neto, es positivo para los 3 escenarios investigados tanto con financiamiento y sin el.

Debido al pago de los intereses de la deuda contraída, en el escenario apalancado los VAN y las TIR calculados son mayores que los del escenario desapalancado.

## **CAPITULO X**

### **PROPUESTA DE NEGOCIO**

#### **10 INTRODUCCION**

En esta parte del plan de negocios se determinará y explicará el financiamiento deseado para montar la empresa, así como la estructura del capital, uso de fondos y el retorno para los inversionistas.

##### **10.1 FINANCIAMIENTO DESEADO**

Para financiar este proyecto se requiere, de acuerdo al estudio realizado una inversión de 45.002,54 USD.

De acuerdo a los flujos proyectados la empresa tendrá además de un crecimiento sostenido en ventas el suficiente dinero en efectivo para pagar a proveedores, sueldos a sus colaboradores y otras obligaciones de la compañía.

##### **10.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL Y DEUDA BUSCADA**

La estructura del capital para formar la empresa será del 55,55% como capital propio es decir 25.000 USD mientras que la deuda contraída será de 44,45% del valor total, es decir 20.002,54 USD.

Si no se lleva a cabo financiamiento la estructura del capital se modifica y el capital propio es quien asume toda la inversión, es decir, 45.002,54 USD.

##### **10.3 USO DE FONDOS**

Una vez establecida la cantidad de dinero que se necesita para establecer la empresa en este punto se detallará en que se utilizará este fondo. Se debe establecer 4 componentes principales: Capital de trabajo, Activos fijos, gastos pre-operacionales y depreciación.

##### **10.4 CAPITAL DE TRABAJO**

Incluye: Gastos administrativos, de ventas, y el pago de interés por el préstamo realizado. Se calculó para 3 meses el capital de trabajo hasta que la empresa comience a incrementar sus ventas.

**Tabla 10-1 capital de trabajo**

<b>Capital de trabajo</b>	
<b>Gastos administrativos</b>	\$ 1.633,34
<b>Gasto ventas</b>	\$ 1.555,08
<b>Pago de interese por prestamo</b>	\$ 329,67
<b>Total gastos mensuales</b>	\$ 3.518,09
<b>No. de meses</b>	3,00
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 10.554,27</b>

Elaborado por: Autor

## 10.5 ACTIVOS FIJOS

Los Activos Fijos que posee la empresa son los siguientes:

- Equipos de computación (1.417,00 USD)
- Modulares y equipos de oficina (1.125,00 USD)
- Muebles y enseres (1.485,00 USD)
- Equipos eléctricos (2.243,00 USD)
- Máquinas de servicio (3.359,00 USD)
- Equipos de cocina (253,00 USD)
- Implementos y juegos (12.268,25 USD) Ver Anexo E.1.1

## 10.6 GASTOS PRE-OPERACIONALES

Los gastos pre-operacionales vienen dados por 2 rubros:

La adecuación o arreglos del local, tienen un valor de 6000 USD. Esta cuantía fue establecida por el Arq. Alvaro Guzman, familiar del dueño quien en su visita a las instalaciones presupuesto este costo

Material de la imagen corporativa y el material publicitario, tienen un valor de 1.764,00 USD, dicho valor nos fue presupuestado por la empresa AS publicidad como un estimado por la cantidad requerida.

Tabla 10-2 Gastos Preoperacionales

<b>Gastos preoperacionales</b>		
Adecuaciones Instalaciones	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Evento Lanzamiento	\$ 2.035,00	\$ 2.035,00
Material imagen corporativa y material publicitario inicial	\$ 1.764,00	\$ 1.764,00
<b>TOTAL GASTOS PREOPERACIONALES</b>		<b>\$ 9.799,00</b>

Elaborado por: El Autor

## 10.7 GASTOS AMORTIZABLES

Incluyen todos los gastos de constitución de la empresa así como los de licencias de software.

Tabla 10-3 Gastos amortizables

<b>Gastos amortizables</b>		
<b>Gastos de constitución</b>		
Trámite Legal de Constitución de la Empresa	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Inscripción en R. Mercantil	\$ 61,82	\$ 61,82
Domiciliación, permiso para operar	\$ 30,00	\$ 30,00
Cobro por concepto de Gastos Generales R.M.	\$ 42,00	\$ 42,00
Escritura Pública	\$ 150,00	\$ 150,00
Publicación Extracto	\$ 100,00	\$ 100,00
Notaria	\$ 11,20	\$ 11,20
Tasa registro de marcas	\$ 54,00	\$ 54,00
Tasa por emisión del Título de Marca - IEPI	\$ 28,00	\$ 28,00
Permiso de Bomberos Tipo A e Inspección	\$ 40,00	\$ 40,00
Patente Municipal	\$ -	\$ -
SRI Obtención de RUC	\$ -	\$ -
<b>Total Gastos de constitución</b>		<b>\$ 1.717,02</b>
<b>Gastos de licencias de software</b>		
Sistema Integrado de administración y contabilidad.	\$ 400,00	\$ 400,00
<b>Total gastos para licencias de software</b>		<b>\$ 400,00</b>

Elaborado por: Autor

### 10.8 RETORNO PARA EL INVERSIONISTA

Con o sin financiamiento y en los 3 escenarios resaltados anteriormente las ganancias del inversionista son positivas, igualmente el rendimiento sobre el capital invertido es mayor a la tasa de descuento.

**Tabla 10-4 Retorno del Inversionista**

<b>VALOR PRESENTE NETO DE LOS INVERSIONISTAS</b>		
<b>Valorado USD</b>		
	Con apalancamiento	Sin apalancamiento
<b>Tasa de descuento</b>	<b>27,20%</b>	<b>18,05%</b>
Pesimista	33.309,23	40.994,24
Normal	39.377,22	49.009,04
Optimista	54.155,97	68.189,09

<b>TASA INTERNA DE RETORNO DE LOS INVERSIONISTAS</b>		
	Con apalancamiento	Sin apalancamiento
Pesimista	37,58%	25,70%
Normal	42,15%	29,33%
Optimista	53,42%	37,79%

Elaborado por: El Autor

Tanto con o sin apalancamiento en los 3 escenarios: pesimista, normal y optimista el inversionista obtiene réditos sobre su dinero. Sus ganancias son mayores a la tasa de descuento por lo que el proyecto es viable.

## CAPITULO XI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 11 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

##### 11.1 CONCLUSIONES

- La industria de Servicios a personas Comunales, sociales y personales, así como su Valor Agregado tienden a la alza en un 1,71% aproximadamente.
- Los juegos que prefieren los niños son aquellos de la nueva generación es decir juegos de video, 29% y la pista de autos a baterías 31%
- Los clientes están dispuestos a pagar un poco mas a cambio de tener servicios que entretengan totalmente al homenajeadado y sus invitados
- El plan de negocios es rentable debido a que en los 3 escenarios establecidos ya que los valores actuales netos son mayores a cero y la rentabilidad es mayor que la tasa de descuento (18,05% desapalancado y 15,15% apalancado)
- La inversión inicial será de 45.002,54 USD
- Fortaleza de la empresa es la posibilidad de alianzas con otras compañías del mismo ramo, proveedores de servicios entre otras
- El local deberá estar ubicado en la zona norte, 42% así lo expresaron las personas encuestadas y es donde se enfoca la mayoría del mercado objetivo.
- La seguridad es el tema más importante a tomar en cuenta, debido a que a los padres es lo que más les importa.
- Al momento existe competencia fuerte como cadenas multinacionales de restaurantes y sitios especializados en el tema pero que no abastecen a la demanda actual.

- En la actualidad la demanda es creciente ya que las familias optan por no complicarse realizando festividades en sus hogares y aunque puede ser un poco más caro eligen esta opción por tiempo y comodidad
- Al ser un servicio, el canal de distribución es directo entre la empresa y el consumidor.
- No se cree necesario hacer una publicidad masiva en medios de comunicación como radio y TV, ya que el costo beneficio no es favorable a la compañía
- La mejor publicidad para este tipo de empresas es la que se hace de boca a boca, por un servicio de calidad
- Los precios a los que se ingresará al mercado serán relativamente iguales a los de la competencia que ofrecen los mismos beneficios que los que brindará el negocio (449 USD el paquete 1 y 549 USD el paquete 2)
- El talento humano con el que se contará es básico para alcanzar los resultados deseados, ya que al ser niños nuestros principales invitados se debe tener la suficiente paciencia y experiencia para sobrellevarlos
- Tanto las adecuaciones como los juegos y herramientas utilizados deben ser de primera calidad para de esta manera ofrecer a los padres lo que mas necesitan que es seguridad para sus hijos
- El manejo de inventarios es casi mínimo tomando en cuenta que los proveedores son quienes entregarán la mercadería en el momento justo de realizar el festejo, simplemente se tendrá inventariado la maquinaria, equipos y herramientas propias del local como carros, juguetes, pistas, entre otras.

- Se realizarán todos los pasos que constan en el cronograma general para poner en marcha el negocio, se espera no tener retrasos o demoras por algún inconveniente que surja en el camino
- Los riesgos que más se deben tomar en cuenta son que las ventas sean inferiores a las proyectadas, en este caso se deberá realizar una publicidad más agresiva, hacer un relanzamiento del servicio, o buscar anunciar en eventos sociales importantes que concurra bastante gente del mercado objetivo. El otro sería que los costos sean superiores a los previstos para este particular se deberá mejorar la política de compras, logrando posibles descuentos por volumen y realizando alianzas con proveedores.

## **11.2 RECOMENDACIONES**

- Después de investigar la industria, realizar la investigación de mercados y hacer el análisis financiero respectivo se recomienda montar la empresa
- Realizar un proceso de reclutamiento de personal sumamente selectivo y minucioso teniendo en cuenta que el trato con niños debe ser totalmente profesional y pedagógico,
- Acaparar el nicho de mercado que está disponible al momento lo antes posible tomando en cuenta que al ser un negocio que está en aumento y que trae ganancias buenas y proyecciones interesantes son ya varias las empresas que están girando su negocio hasta este campo
- Se debe estar al día en lo referente a nuevas ideas que surjan en esta materia, nuevos juegos, diversiones, entre otras. Tratar de viajar a conocer lugares en otras ciudades o países que presten servicios de entretenimiento infantil para poder imitar las tendencias que gusten.
- Dar un servicio de calidad brinda a la empresa la posibilidad de una excelente campaña de publicidad dentro del mercado objetivo

- Estar atentos a los movimientos de la competencia para que sus acciones no afecten en demasía a la empresa
- Realizar un servicio post venta a todos los clientes de manera de obtener una retroalimentación precisa
- Dar capacitación constante a los empleados con charlas de motivación y cursos de pedagogía en el manejo de niños ayudará a la empresa a mantenerse en la vanguardia
- Cuidar la alianza con proveedores que son importantes para que los productos lleguen a tiempo y sin novedad.
- Los pagos deberán ser en efectivo, tarjeta de crédito o con plazo de pago de 30 días para optimizar el flujo de caja

## **BIBLIOGRAFIA**

### **LIBROS**

- Fred R. David: Conceptos de Administración Estratégica, Pearson Educación, 5ta edición.
- Galindo, Edwin (2007). Estadística para la Administración e Ingeniería. Quito, Ecuador.
- Jerry A. Viscione, Análisis financiero, Editorial Limusa
- KOTLER, P. Y OTROS (1999): Introducción al Marketing, Edición europea Ed. Prentice Hall.
- KOTLER, P. Y OTROS (2000): Dirección de Marketing, Prentice-Hall.
- KOTLER, P., (1991): Marketing management: Analysis, planning, and control. 7<sup>a</sup>
- LAMBIN, J. (1995): Marketing estratégico, 3<sup>a</sup> edición. Madrid: McGraw-Hill.
- Malhotra, Naresh K. (2008 b): Investigación de mercados. Entrevistas mediante sesiones de grupo. Pearson Educación. México.
- Steven E. Bolten: administración financiera, Editorial Limusa.
- Stewart Myers, Principios de Finanzas Corporativas, Editorial McGraw Hill 1995

### **DOCUMENTOS DE INTERNET**

- [www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/.../IEM-432.xls](http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/.../IEM-432.xls)
- <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/CuentasProvinciales/ar2.htm>
- <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt57/CuentasTrimestrales57.pdf>
- [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)
- <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/SistemaTasasVigentes102007.pdf>
- [www.derechoecuador.com](http://www.derechoecuador.com)

- [www.economyweb.com](http://www.economyweb.com)
- [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)
- [www.eldiario.com.ec](http://www.eldiario.com.ec)
- [www.estrategiafinanciera.es](http://www.estrategiafinanciera.es)
- [www.eumed.net](http://www.eumed.net)
- <http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html>
- [www.finanzas.com](http://www.finanzas.com)
- [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)
- [www.incae.com](http://www.incae.com)
- [http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu\\_est/territorio/div\\_pol\\_adm/nac\\_pro](http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/territorio/div_pol_adm/nac_pro)
- [http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu\\_est/territorio/div\\_pol\\_adm/nac\\_pro 2010](http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/territorio/div_pol_adm/nac_pro_2010)
- [http://www.inec.gob.ec/web/guest/institucion/direcciones/dir\\_pro\\_est\\_soc/est\\_pob\\_viv](http://www.inec.gob.ec/web/guest/institucion/direcciones/dir_pro_est_soc/est_pob_viv)
- <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-marketing-estrategico-15.htm>
- <http://www.preinversion.gob.ec/>
- [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)
- [www.revistafinanciera.com](http://www.revistafinanciera.com)
- [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

## **REVISTAS**

- Revista Diners Club.
- Revista Gestión

## **ANEXOS**

**ANEXOS A.- La industria, la empresa y sus servicios**

**ANEXOS B.- Investigación de mercados, análisis**

**ANEXOS C.- Plan de operaciones y producción**

**ANEXOS D.- Plan financiero**

## ANEXO A.1 VALOR AGREGADO DE LA INDUSTRIA

CIIU Rev-3	INDUSTRIAS	VALOR AGREGADO BRUTO POR INDUSTRIA / PIB miles de dólares de 2000															
		AÑOS	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>H</b>	<b>16</b>	<b>HOTELERÍA Y RESTAURANTES</b>	183.011	188.042	195.893	201.700	209.662	222.390	192.917	198.308	209.008	224.514	232.102.00	242.960	257.536	276.165	286.462
	36	Hoteles y restaurantes	183.011	188.042	195.893	201.700	209.662	222.390	192.917	198.308	209.008	224.514	232.102.00	242.960	257.536	276.165	286.462
<b>I</b>	<b>17</b>	<b>TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES</b>	1.257.755	1.292.027	1.309.415	1.351.732	1.463.008	1.601.106	1.596.991	1.719.955	1.751.926	1.773.112	1.848.987.00	1.938.687	2.110.194	2.261.194	2.389.063
	37	Transporte y almacenamiento	1.144.649	1.188.838	1.166.216	1.181.009	1.268.579	1.321.540	1.321.032	1.412.984	1.419.827	1.421.028	1.447.032.00	1.477.039	1.510.995	1.590.241	1.639.215
	38	Comercio y telecomunicaciones	113.104	113.189	143.199	170.723	194.429	279.566	275.959	306.961	332.099	352.084	401.955.00	461.648	599.199	670.953	749.848
<b>J</b>	<b>18</b>	<b>INTERMEDIACIÓN FINANCIERA</b>	434.941	526.718	619.323	688.514	673.637	559.892	294.980	301.489	281.256	289.489	290.738.00	306.965	366.299	441.668	477.125
	39	Intermediación financiera, excepto la financiación de planes de seguros y de pensiones	422.816	507.636	586.826	668.393	653.006	533.268	267.832	276.308	266.924	272.822	274.812.00	291.659	347.319	419.718	454.172
	40	Financiación de planes de seguros y de pensiones, excepto los de seguridad social de afiliación obligatoria	12.125	19.082	32.497	20.121	20.031	26.624	27.148	25.161	14.332	16.667	15.926.00	17.906	18.980	21.950	22.953
<b>K</b>	<b>19</b>	<b>ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIAS Y DE ALQUILER</b>	901.555	897.533	940.122	975.310	1.017.173	1.046.669	981.230	1.003.725	1.071.078	1.169.053	1.207.328.00	1.280.943	1.367.476	1.416.223	1.480.781
	41	Alquiler de vivienda	463.400	469.473	471.897	480.133	491.644	511.539	531.747	543.465	558.432	571.879	578.155.00	632.396	664.571	673.361	692.930
	42	Otras actividades empresariales	438.155	428.060	468.315	495.177	555.029	534.930	449.483	460.270	512.646	597.174	629.173.00	648.547	702.905	742.862	797.791
<b>L</b>	<b>20</b>	<b>ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN OBLIGATORIA</b>	868.924	812.154	748.905	741.978	762.729	808.823	763.795	834.773	843.948	863.758	889.015.00	916.227	933.259	959.696	1.016.225
	43	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación	868.924	812.154	748.905	741.978	762.729	808.823	763.795	834.773	843.948	863.758	889.015.00	916.227	933.259	959.696	1.016.225
<b>M</b>	<b>21</b>	<b>ENSEÑANZA</b>	447.266	430.600	411.235	467.888	483.897	498.429	523.523	535.965	537.947	568.317	570.250.00	562.894	606.903	635.313	657.891
	44	Enseñanza	447.266	430.600	411.235	467.888	483.897	498.429	523.523	535.965	537.947	568.317	570.250.00	562.894	606.903	635.313	657.891
<b>N</b>	<b>22</b>	<b>SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD</b>	205.069	214.313	223.284	232.820	238.985	247.354	249.291	260.151	269.919	273.315	218.537.00	224.300	238.023	244.282	263.925
	45	Servicios sociales y de salud	205.069	214.313	223.284	232.820	238.985	247.354	249.291	260.151	269.919	273.315	218.537.00	224.300	238.023	244.282	263.925
<b>O</b>	<b>23</b>	<b>OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES</b>	754.336	84.524	108.360	96.737	105.447	117.654	112.713	115.529	101.280	104.967	106.869.00	108.899	105.960	109.898	116.499
	46	Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	754.336	84.524	108.360	96.737	105.447	117.654	112.713	115.529	101.280	104.967	106.869.00	108.899	106.960	109.898	116.499
<b>P</b>	<b>24</b>	<b>HOGARES PRIVADOS CONSERVANDO DOMESTICO</b>	23.396	23.803	24.548	24.984	26.072	26.863	27.785	28.453	29.250	29.864	31.193.00	32.350	30.894	31.862	31.908
	47	Servicio doméstico	23.396	23.803	24.548	24.984	26.072	26.863	27.785	28.453	29.250	29.864	31.193.00	32.350	30.894	31.862	31.908
	48	SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA MEDIDOS INDIRECTAMENTE	-470.831	-546.294	-587.888	-673.868	-669.973	-587.456	-380.130	-394.897	-321.871	-439.646	-422.308.00	-410.612	-448.839	-554.967	-619.556
		<b>VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS (pb)</b>	12.887.205	13.984.494	13.738.737	14.052.730	14.609.005	14.909.573	13.941.220	14.325.652	15.020.073	15.432.817	16.038.826.00	17.288.884	18.289.449	18.924.511	19.307.547
		<b>OTROS ELEMENTOS DEL PIB</b>	1.383.042	1.437.000	1.463.964	1.515.175	1.589.546	1.631.675	1.588.019	1.608.014	1.764.022	2.063.852	2.082.487.00	2.283.345	2.457.727	2.628.790	2.782.633
		<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (pe)</b>	14.270.247	14.941.494	15.202.731	15.567.905	16.198.551	16.549.239	15.533.666	16.764.095	17.496.669	18.122.313.00	19.572.229	20.744.176	21.553.301	22.096.190	

Elaboración: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ANEXO A.1.2 PRODUCCION BRUTA POR INDUSTRIA

**6.18. PRODUCCIÓN BRUTA PROVINCIAL POR INDUSTRIA**  
2007 (p)  
Miles de dólares de 2000

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M + N + O	P	ECONOMIA TOTAL
	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	Pesca	Explotación de minas y canteras	Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	Fabricación de productos de la refinación de petróleo	Suministro de electricidad y agua	Construcción	Comercio al por mayor y al por menor	Hoteles y restaurantes	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	Intermediación financiera	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	Enseñanza, servicios sociales, de salud y otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	Hogares privados con servicio doméstico
<b>PROVINCIAS</b>															
1 AJAJAY	130.889	2.415	7.969	463.140	-	309.639	376.631	273.129	44.882	279.519	74.695	88.253	77.335	82.464	1.844
2 BOLIVAR	66.893	203	584	8.028	-	739	24.143	49.471	1.702	19.671	1.013	14.626	22.176	18.276	279
3 CANAR	83.273	383	2.268	112.071	-	7.686	77.661	42.837	8.886	64.087	11.209	19.723	24.859	25.272	291
4 CARCHI	64.190	155	133	26.179	-	1.929	25.806	93.014	7.552	37.646	5.299	16.775	18.519	16.531	278
5 COTACACHI	208.900	155	609	376.536	-	4.760	79.381	117.232	5.083	79.895	11.232	34.369	39.840	39.707	403
6 CHIMBORAZO	74.393	253	2.343	118.836	-	4.039	57.200	118.239	14.804	85.649	14.691	45.473	48.229	46.591	577
7 EL ZARZO	179.771	281.271	38.118	1.069.862	-	2.128	148.281	1.131.826	11.963	1.018.111	28.614	63.321	113.733	105.425	1.016
8 ESCOBARDO	154.347	204.644	1.469	139.262	-	34.803	148.609	233.139	21.893	43.741	861	42.813	49.759	54.629	771
9 GUAYAS	520.860	676.963	54.048	3.272.028	248.006	317.463	938.009	1.533.110	212.067	1.078.820	262.800	421.955	402.724	364.445	9.883
10 IMBABURA	72.866	99	2.466	125.692	-	2.799	102.261	128.419	21.764	90.363	16.201	39.734	42.075	40.609	905
11 LOJA	108.929	470	1.500	50.932	-	4.204	181.612	98.381	18.023	81.380	24.249	42.800	56.733	45.542	799
12 LOS RIOS	484.985	5.344	1.20	180.141	-	2.979	85.460	203.767	8.048	128.676	11.036	81.880	74.101	71.638	968
13 MANABI	302.329	185.418	4.462	826.725	-	6.488	229.863	420.390	31.046	188.669	23.427	144.238	145.455	128.353	1.960
14 MORONA SANTIAGO	46.718	171	237	11.797	-	2.723	33.651	23.896	3.640	9.592	2.333	8.696	18.214	14.689	148
15 NAPO	19.983	253	149	4.029	-	7.061	18.483	25.222	7.631	8.976	967	7.157	15.307	12.014	207
16 PASAJA	12.214	1.069	450.890	2.745	-	5.579	17.109	14.706	5.868	11.268	2.486	5.777	11.194	10.156	117
17 PICHINCHA	108.493	6.182	4.555	3.038.342	-	74.827	970.949	824.529	245.594	1.282.739	476.628	557.936	292.153	279.332	9.864
18 TUNGURAHUA	26.716	134	862	271.884	-	75.439	149.883	181.162	23.053	181.790	34.150	56.432	54.088	48.093	620
19 ZAMORA CHINCHIPE	1.105	3.255	14	8.204	-	901	20.081	38.725	1.740	6.851	1.208	6.245	12.774	9.148	96
20 GALAPAGOS	476	46	2.809	16.689	-	2.126	13.271	67.062	18.160	58.669	1.113	2.541	2.010	2.010	52
21 SUCUMBIOS	19.483	416	1.066	1.318	-	2.318	33.136	1.038	1.963	1.317	1.038	1.038	1.038	1.038	146
22 SHELING BRITA	19.483	416	1.066	1.318	-	2.318	33.136	1.038	1.963	1.317	1.038	1.038	1.038	1.038	146
<b>PRODUCCION BRUTA</b>	<b>3.468.278</b>	<b>1.195.330</b>	<b>4.945.245</b>	<b>9.242.081</b>	<b>981.837</b>	<b>940.895</b>	<b>3.628.513</b>	<b>4.708.116</b>	<b>725.537</b>	<b>3.872.754</b>	<b>1.011.817</b>	<b>1.922.194</b>	<b>1.510.553</b>	<b>1.397.697</b>	<b>31.986</b>

## ANEXO A.1.3 PIB POR INDUSTRIA TASA DE VARIACION

CIBU Rev.3	INDUSTRIAS	ANOS	VALOR AGREGADO BRUTO POR INDUSTRIA / PIB (continuación)													
			Tasas de variación A precios de 2000													
			1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (s.d)	2006 (s.d)	2007 (p)
12	FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE TRANSPORTE EN LAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS N.C.P.		5,74	2,89	-4,32	6,87	6,56	-20,75	5,72	6,97	3,55	2,77	1,34	11,55	13,47	8,60
30	Fabricación de maquinaria y equipo		4,91	3,71	-0,82	2,48	4,50	-5,67	2,90	-0,49	6,67	5,54	0,42	5,14	9,26	7,58
31	Transporte terrestre		7,30	7,56	8,28	15,74	10,85	18,90	4,33	-27,34	3,86	-1,22	4,88	10,71	20,97	11,16
32	Industrias manufactureras n.c.p.															0,81
9	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE LA REFINACIÓN DE PETRÓLEO		-1,34	-11,04	-19,78	-0,96	-0,92	-26,83	-20,13	-0,88	-0,03	-5,18	-12,55	-3,32	-10,90	-2,37
25	Fabricación de productos de la refinación de petróleo		-1,34	-11,04	-19,78	-0,96	-0,92	-26,83	-20,13	-0,88	-0,03	-5,18	-12,55	-3,32	-10,90	-2,37
E 13	SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD Y AGUA		3,80	-18,78	11,89	6,82	8,49	22,98	2,55	0,56	8,24	1,20	-8,74	1,34	0,46	15,49
33	Suministro de electricidad y agua		3,80	-18,78	11,89	6,82	8,49	22,98	2,55	0,56	8,24	1,20	-8,74	1,34	0,46	15,49
F 14	CONSTRUCCIÓN		6,97	0,43	1,28	2,69	-0,20	-24,91	16,31	19,69	20,03	-0,65	4,02	7,35	3,77	0,11
34	Construcción		6,97	0,43	1,28	2,69	-0,20	-24,91	16,31	19,69	20,03	-0,65	4,02	7,35	3,77	0,11
G 15	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR		4,66	-0,13	5,40	4,48	0,74	-11,17	3,81	4,82	1,76	3,49	3,86	5,23	4,73	3,34
35	Comercio al por mayor y al por menor		4,66	-0,13	5,40	4,48	0,74	-11,17	3,81	4,82	1,76	3,49	3,86	5,23	4,73	3,34
H 16	HOTELES Y RESTAURANTES		2,75	4,18	2,96	3,95	6,07	-13,25	3,11	5,08	7,42	3,38	4,68	6,00	7,23	3,73
36	Hoteles y restaurantes		2,75	4,18	2,96	3,95	6,07	-13,25	3,11	5,08	7,42	3,38	4,68	6,00	7,23	3,73
I 17	TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES		-0,46	4,58	3,23	8,23	9,44	-0,26	7,70	1,86	1,21	4,28	4,75	8,95	7,16	5,65
37	Transporte y almacenamiento		-0,51	2,40	1,27	7,41	4,17	-0,04	6,96	0,48	0,08	1,83	2,07	2,30	5,24	3,08
38	Correo y telecomunicaciones		0,08	26,51	19,22	13,89	43,79	-1,29	11,23	8,19	6,02	14,16	14,40	30,31	11,97	11,76
J 18	INTERMEDIACIÓN FINANCIERA		21,10	17,58	11,17	-2,16	-16,89	-47,31	2,21	-6,71	2,93	0,43	6,48	19,33	20,58	6,03
39	Intermediación financiera, excepto la financiación de planes de seguros y de pensiones		20,06	15,60	13,90	-2,21	-16,41	-48,78	3,16	-3,40	2,21	0,73	6,13	19,08	20,85	5,21
40	de pensiones de planes de seguros y de pensiones, excepto los de seguridad social de afiliación obligatoria		57,38	70,30	-38,08	-0,45	32,91	1,97	-7,25	-43,08	16,29	-4,45	12,43	6,00	15,65	4,57
K 19	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER		-0,45	4,75	3,74	4,29	2,90	-6,25	2,29	6,71	9,15	3,27	6,10	6,76	3,71	4,41
41	Alquiler de vivienda		1,31	0,50	1,76	2,40	4,11	3,89	2,20	2,76	2,41	1,10	9,38	5,09	1,32	1,43
42	Otras actividades empresariales		-2,50	9,40	5,74	6,13	1,77	-16,96	2,40	11,38	16,49	5,36	3,08	6,38	5,97	7,11
L 20	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN OBLIGATORIA		-6,53	-7,79	-0,92	2,80	6,04	-5,57	9,29	1,10	2,35	2,92	3,06	1,86	2,83	5,89
43	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria		-6,53	-7,79	-0,92	2,80	6,04	-5,57	9,29	1,10	2,35	2,92	3,06	1,86	2,83	5,89
M 21	ENSEÑANZA		-3,73	2,47	6,00	3,47	3,00	5,03	2,32	0,43	3,97	1,95	2,22	3,93	4,87	3,55
44	Enseñanza		-3,73	2,47	6,00	3,47	3,00	5,03	2,32	0,43	3,97	1,95	2,22	3,93	4,87	3,55
N 22	SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD		4,51	4,19	4,18	2,69	3,55	0,78	4,36	3,75	-19,49	0,56	2,64	5,23	3,50	8,04
45	Servicios sociales y de salud		4,51	4,19	4,18	2,69	3,55	0,78	4,36	3,75	-19,49	0,56	2,64	5,23	3,50	8,04
O 23	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES		12,05	28,20	-10,73	9,00	11,86	-4,44	2,85	-12,64	3,64	1,81	1,90	-2,68	3,70	6,01
46	Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales		12,05	28,20	-10,73	9,00	11,86	-4,44	2,85	-12,64	3,64	1,81	1,90	-2,68	3,70	6,01
P 24	HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMÉSTICO		1,91	3,13	1,78	4,35	3,03	3,43	2,40	2,80	2,10	4,45	3,71	-4,50	3,20	0,08
47	Servicio doméstico		1,91	3,13	1,78	4,35	3,03	3,43	2,40	2,80	2,10	4,45	3,71	-4,50	3,20	0,08
48	SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA INDIRECTAMENTE		-16,03	-3,95	-16,52	0,50	15,26	35,01	-1,25	16,37	-36,59	3,94	2,77	-6,82	-24,20	-11,64
49	VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS (pb)		4,79	1,73	2,29	3,96	2,06	-6,49	2,76	4,85	2,75	3,93	7,79	5,79	3,47	2,02
50	OTROS ELEMENTOS DEL PIB		3,90	1,88	3,50	4,91	2,65	-4,51	3,21	9,70	17,00	0,90	9,65	7,64	6,96	5,85
51	PRODUCTO INTERNO BRUTO (pc)		4,70	1,75	2,40	4,05	2,12	-6,30	2,80	5,34	4,25	3,58	8,00	6,00	3,89	2,49

Elaboración: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

## ANEXO A.2 CLASIFICACION CIIU DE LAS NNUU

### CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME (CIIU)

*Rev.3.1 Rev.2 Actividad*

#### **7521 Relaciones exteriores**

7521 9100 \* Relaciones exteriores

#### **7522 Actividades de defensa**

7522 9100 \* Actividades de defensa

#### **7523 Actividades de mantenimiento del orden público y de seguridad**

7523 9100 \* Actividades de mantenimiento del orden público y de seguridad

#### **7530 Actividades de planes de seguridad social de afiliación obligatoria**

7530 9100 \* Actividades de planes de seguridad social de afiliación obligatoria

### ***M.—Enseñanza***

#### **8010 Enseñanza primaria**

8010 9310 \* Enseñanza primaria

#### **8021 Enseñanza secundaria de formación general**

8021 9310 \* Enseñanza secundaria de formación general

#### **8022 Enseñanza secundaria de formación técnica y profesional**

8022 9310 \* Enseñanza secundaria de formación técnica y profesional

#### **8030 Enseñanza superior**

8030 9310 \* Enseñanza superior

#### **8090 Otros tipos de enseñanza**

8090 \* 9310 \* Otros tipos de enseñanza n.c.p.

8090 \* 9591 \* Actividades de escuelas de peluquería y tratamientos de belleza

### ***N.—Servicios sociales y de salud***

#### **8511 Actividades de hospitales**

8511 9331 \* Actividades de hospitales

#### **8512 Actividades de médicos y odontólogos**

8512 9331 \* Actividades de médicos y odontólogos

#### **8519 Otras actividades relacionadas con la salud humana**

8519 9331 \* Otras actividades relacionadas con la salud humana

#### **8520 Actividades veterinarias**

8520 9332 \* Actividades veterinarias

#### **8531 Servicios sociales con alojamiento**

8531 9340 \* Servicios sociales con alojamiento

#### **8532 Servicios sociales sin alojamiento**

8532 \* 9310 \* Adiestramiento y readiestramiento

8532 \* 9340 \* Servicios sociales sin alojamiento

### ***O.—Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales***

#### **9000 Eliminación de desperdicios y aguas residuales, saneamiento y actividades similares**

9000 9200 \* Eliminación de desperdicios y aguas residuales, saneamiento y actividades similares

285

TABLAS DE CORRESPONDENCIAS

*Rev.3.1 Rev.2 Actividad*

- 9111 Actividades de organizaciones empresariales y de empleadores**  
 9111 9350 \* Actividades de organizaciones empresariales y de empleadores
- 9112 Actividades de organizaciones profesionales**  
 9112 9350 \* Actividades de organizaciones profesionales
- 9120 Actividades de sindicatos**  
 9120 9350 \* Actividades de sindicatos
- 9191 Actividades de organizaciones religiosas**  
 9191 9391 Actividades de organizaciones religiosas
- 9192 Actividades de organizaciones políticas**  
 9192 9399 \* Actividades de organizaciones políticas
- 9199 Actividades de otras asociaciones n.c.p.**  
 9199 9399 \* Actividades de otras asociaciones n.c.p.
- 9211 Producción y distribución de filmes y videocintas**  
 9211 \* 9411 \* Producción de filmes y videocintas  
 9211 \* 9412 \* Distribución de filmes y videocintas  
 9211 \* 9414 \* Estudios de grabación de sonido
- 9212 Exhibición de filmes**  
 9212 9412 \* Exhibición de filmes
- 9213 Actividades de radio y televisión**  
 9213 9413 \* Producción de programas de radio y televisión en combinación o no con su emisión
- 9214 Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas**  
 9214 \* 9414 \* Producción de obras de teatro  
 9214 \* 9415 Actividades de autores, compositores y otras artistas independientes n.c.p.
- 9219 Otras actividades de entretenimiento n.c.p.**  
 9219 \* 9310 \* Escuelas de baile  
 9219 \* 9414 \* Otras actividades de entretenimiento n.c.p.  
 9219 \* 9490 \* Funcionamiento de salas de baile, discotecas, parques de atracciones y lugares similares
- 9220 Actividades de agencias de noticias**  
 9220 8329 \* Actividades de agencias de noticias
- 9231 Actividades de bibliotecas y archivos**  
 9231 9420 \* Actividades de bibliotecas y archivos
- 9232 Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos**  
 9232 9420 \* Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos
- 9233 Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales**  
 9233 9420 \* Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales
- 9241 Actividades deportivas**  
 9241 9490 \* Actividades deportivas
- 9249 Otras actividades de esparcimiento**  
 9249 \* 9411 \* Actividades de contratación de artistas, filmes

### ANEXO A.3 REQUISITOS PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA

#### PASO 1: Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de **cualquiera de los siguientes documentos** que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
  - Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
  - Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.
  - Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
  - Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
- Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO

Fuente: [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)

PASO 2: Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- *Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos*
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

Fuente: [www.quito.gov.ec](http://www.quito.gov.ec)

### PASO 3: Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

#### Para artesanos

- Informe de Inspección
- Copia del certificado artesanal

- Exoneración del municipio
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior

Fuente: Cuerpo de Bomberos de Quito

PASO 4: Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos)

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario)
- Declaración juramentada
- Copia de la Cédula de Ciudadanía
- Copia del Certificado de Votación
- Foto a color tamaño carné actualizada
- Tipo de Sangre (Cruz Roja Ecuatoriana)
- Carné del Gremio Actualizado

Fuente: Junta Nacional de Defensa del Artesano Quito

PASO 5: Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria
- Certificado del título profesional del CONESUP
- Lista de productos a elaborar
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria)
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes
- Croquis de la ubicación de la planta

- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud
- Copia del RUC del establecimiento
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Fuente: Dirección Provincial de Salud Pichincha

#### ANEXO A.4 PRODUCTOS OFRECIDOS

- Pistas para autos a batería

Este servicio será exclusivo, ya que de los lugares conocidos de la competencia ninguno lo ofrece. Se trata de una pista de cemento, señalizada y con todas las seguridades posibles en la que los niños podrán competir subidos en autos a batería, esquivando obstáculos y mostrando sus habilidades al volante para pasar un momento agradable y de adrenalina.

- Cancha de fútbol

Se contará con una cancha de césped sintético de 50 m<sup>2</sup>, en la que los niños, especialmente varones, puedan ejercitarse corriendo, jugando, divirtiéndose practicando uno de los deportes mas populares y queridos del país. Se contará con todos los implementos necesarios para que sea del agrado de los pequeños, como chalecos, balones, arcos, redes, entre otros.

- Pista de patinaje

Dentro de las instalaciones del local se pondrá una cancha de patinaje de 20 m<sup>2</sup> aproximadamente para que los niños puedan aprender o perfeccionar el patinaje , igualmente que en las otras atracciones se contarán con todos los implementos de seguridad como cascos, rodilleras, coderas, cinturones, de manera que en caso de una caída fuerte nadie se lastime

- Casa de muñecas

Se trata de una casa a escala de muñecas, en la que las niñas podrán realizar varias actividades divertidas como cocinar, jugar con varias muñecas, y todas las actividades sociales que les gustan

- **Saltares**

Esta atracción estará conformada por 2 saltarines inflables de aire con formas divertidas y conocidas para los niños, en estas podrán saltar, como indica su nombre, lanzarse empujarse, es decir posran desenvolverse de manera divertida y a la vez segura.

- **Menaje de fiesta.-** En este paquete se incluirán las siguientes mercancías mismas que sirven para decoración del local del tema escogido por el homenajeado: Vasos con sorbetes, manteles plásticos, Servilletas, Globos, serpentinas, posters, Piñatas. Estos productos se encontrarán por toda el área donde se realice la fiesta para poner un toque de alegría
- **Dulces y golosinas.-** Las mismas se encontraran tanto en la mesa principal justo con el pastel, así como en las sorpresas entregadas a cada uno de los invitados y en la piñata. Consistirán en un mix de varios elementos como chicles, caramelos, chocolates, chupetes, entre otros
- **Comida para padres.-** Se ofrecerá a cada adulto un hotdog con un vaso de cola, o si el dueño de la fiesta prefiere podrá elegir entre otras alternativas como hamburguesas, cebiches, sandwiches, pero teniendo un costo adicional dependiendo de su elección
- **Salas de juegos para padres.-** Uno de los puntos que más recalcaron las personas entrevistadas y a quienes se les realizo el focus group, fue la importancia de poseer un lugar donde los padres puedan distraerse un momento, sin tener que alejarse de la vigilancia de sus hijos. En este lugar ellos podrán contar con servicios como una mesa de billar, una de fútbolín, una consola de juegos de video, una sala de música, y una mesa de hockey

de aire. De esta manera ellos también podrán disfrutar de la fiesta y no tener que soportarla aburriéndose hasta que sus hijos terminen de jugar.

- Animaciones.- este tema conlleva a lo que los padres o el homenajeado desea que sea su anfitrión y animador, es decir pueden elegir entre una o varias alternativas de entretenimiento como magos, titiriteros, princesas, caballeros, héroes de acción, malabaristas, zanqueros, grupos de teatro, payasos, entre otras distracciones. Normalmente se ofrece una animación por fiesta que está incluida en el paquete, sin embargo si el cliente desea adicional algo más se atenderá su requerimiento pero con un cargo adicional.
- Maquinas adicionales.- Se contará también con máquinas adicionales que son del agrado de los niños como son : las de burbujas, máquinas para canguil, algodón de azúcar, carro de helados,
- Juegos de video.- Para los pequeños igualmente se contarán con televisores y consolas de video en donde ellos puedan recrearse por unos minutos, realizando esta actividad
- Sorpresas y regalos.- Para el cumpleaños se entregará un regalo como agradecimiento de haber escogido el local para realizar su evento y para los invitados se les entregará una caja de sorpresas llena de dulces y juguetes igualmente por agradecer el haber ido a celebrar la fiesta con el homenajeado.

## ANEXO B.1 ENTREVISTAS CON EXPERTOS

Las entrevistas se las realizaron a 2 profesionales que trabajan directamente con niños. La primera fue realizada a la Sra. Paola Moran, Gerente de operaciones de fiesta Mall, empresa que se dedica a la venta de artículos de fiestas infantiles, así como la organización de agasajos, siendo la encargada de la planificación, coordinación logística en cada uno de los eventos que contratan a su empresa

La segunda entrevista fue a la Sra. Ana Lorena Peña, parvularia y profesora de niños de 5 a 6 años en el colegio Tomas Moro, quien en su experiencia también ha realizado varios eventos infantiles y sobre todo ayudo en la orientación y manejo con menores, ya que como se ha dicho anteriormente merecen un trato especial de paciencia, enseñanza y sobre todo cariño.

A ambas entrevistadas se les pregunto tópicos sobre el manejo de niños, preferencias en el mercado, resaltan los siguientes temas que dieron una pauta sobre las inquietudes que se manejaban antes de realizar este estudio:

- Cambio en el comportamiento de los niños en la actualidad.
- Gustos de personajes animados.
- Competencia y lugares más visitados.
- Publicidad actual y posiblemente futuro ingreso al mercado.
- Posibles problemas al momento de organizar un evento infantil.
- Comidas, gustos, disfraces.
- Procedimiento en el trato hacia los niños.
- Medidas de seguridad adecuadas
- Mercados potenciales
- Juegos y recreación

- Metodología de enseñanza a menores
- Preferencias y gustos de los niños actuales
- Tendencias en la organización de eventos
- Materiales y elementos modernos en la confección de adornos
- Menaje apropiado y decoración

## ANEXO B.2 FOCUS GROUP

Se realizaron 2 focus group dentro de nuestro mercado objetivo, el primero se le hizo a niños cuyas edades oscilan entre los 4 a los 10 años y quienes han asistido a varias fiestas infantiles. Sus gustos y experiencias fueron determinantes al momento de saber que es lo que a los menores hoy en día mas les gusta hacer en cada festejo, tanto niños como niñas. Se indagó también acerca de la competencia, que lugares son los que mas les gusta, porque les atrae tanto, que se puede mejorar de cada uno de esos locales. La charla duró alrededor de 35 minutos

El segundo focus group se realizo con padres de niños que están dentro de nuestro mercado objetivo y se les consulto que es lo que buscan al momento de elegir un lugar para realizar la fiesta infantil, acerca de la ubicación del mismo, juegos favoritos de sus hijos, seguridad entre otros. La conversación duro aproximadamente 1 hora

A continuación se detalla algunas de las preguntas que se hicieron tanto a niños como adultos en el focus group:

Para niños:

Que juegos son los que mas les gustan y porque?

Qué lugar de los han asistido a fiestas es el que mas les ha gustado?

Que comida prefieren?

Que juegos creen que les hace falta a estos lugares?

Cuáles son los personajes animados del momento?

Qué tipo de saltarines les gusta mas?

Que esperan el día de su cumpleaños?

Qué tipo de disfraces son los que mas les gustan?

Creen que los video juegos son divertidos?

La casa de muñecas debe ser de madera o plástico?

Prefieren un lugar abierto como un patio o un lugar cerrado con varias actividades internas?

Que les gustaría recibir de sorpresas?

Que dulces son los que mas les gusta?

La piñata de que debería estar rellena?

Para adultos:

Donde creen que debería estar ubicado el local?

Que medidas de seguridad son las que mas les importan

Que tipo de comida deben recibir los niños?

Creen necesaria la implementación de un área para padres?

Creen importante el precio para realizar una fiesta de primera?

Que precio estaría dispuesto a pagar por invitado?

Los juegos en los lugares que ustedes conocen creen que son apropiados o hay alguno que no le gusta?

Que lugares a su parecer son los que mas atraen?

Les gusta que sus hijos estén al aire libre o en un lugar cubierto donde tengan todas las actividades?

De los lugares que ha visitado cual es el que mas se diferencia del resto?

Prefieren hacer los festejos en su casa o contratar algún lugar que les ayude en la organización y planificación?

## ANEXO B.3 ENCUESTA

## 1.- TIENE HIJOS

\_\_\_\_\_ a).- SI

\_\_\_\_\_ b).- NO

## 2.- REALIZA FESTEJOS EN EL CUMPLEAÑOS DE SUS HIJOS

\_\_\_\_\_ a).- Siempre

\_\_\_\_\_ d).- Nunca

\_\_\_\_\_ b).- En ocasiones

\_\_\_\_\_ e).- Otros.

Explique cuales

\_\_\_\_\_ c).- Rara vez

## 3.- LOS FESTEJOS LOS GUSTA REALIZARLOS EN:

\_\_\_\_\_ a).- Su hogar  
especializado en niños

\_\_\_\_\_ d).- Lugar

\_\_\_\_\_ b).- En una quinta o hacienda

\_\_\_\_\_ e).- Otros.  
Explique cuales

\_\_\_\_\_ c).- Restaurantes

## 4.- CREE USTED QUE EN LA CIUDAD DE QUITO EXISTEN SUFICIENTES SITIOS ESPECIALIZADOS EN CELEBRACIONES INFANTILES

\_\_\_\_\_ a).- SI

\_\_\_\_\_ b).- NO

\_\_\_\_\_ c).- NO SE

## 5.- QUE CARACTERISTICAS DEBE TENER UN SITIO DE FIESTAS INFANTILES

\_\_\_\_\_ a).- Ser amplio

\_\_\_\_\_ d).- Ser seguro

\_\_\_\_\_ b).- Ser colorido

\_\_\_\_\_ e).- Todas las anteriores

\_\_\_\_\_ c).- Tener juegos originales y novedosos.

\_\_\_\_\_ f).- Otros.  
Explique cuales

6.- EN QUE LUGAR DE LA CIUDAD LE GUSTARIA SE ENCUENTRE UBICADO EL LOCAL

\_\_\_\_\_ a).- Norte

\_\_\_\_\_ d).- Sur

\_\_\_\_\_ b).- Nor-céntrico

\_\_\_\_\_ e).- Cumbayá

\_\_\_\_\_ c).- Centro

\_\_\_\_\_ f).- San Rafael.

7.- SI SU HIJO ES VARON QUE JUEGOS LE GUSTARIA TENER EN EL NUEVO LOCAL

\_\_\_\_\_ a).- Juegos de video patinaje

\_\_\_\_\_ d).- Pista de

\_\_\_\_\_ b).- Pista de autos con batería futbol

\_\_\_\_\_ e).- Cancha de

\_\_\_\_\_ c).- Pista de autos a control

\_\_\_\_\_ f).- Otros  
Explique cual

8.- SI SU HIJA ES MUJER QUE JUEGOS LE GUSTARIA TENER

\_\_\_\_\_ a).- Casa de muñecas gigante. peluquería

\_\_\_\_\_ d).- Mini spa-

\_\_\_\_\_ b).- Pista de patinajes

\_\_\_\_\_ e).- Todas las anteriores

\_\_\_\_\_ c).- Mini cocinas

\_\_\_\_\_ f).- Otros.  
Explique cuales

9.- QUE TIPO DE ANIMACIONES LE GUSTA PARA CELEBRAR EL CUMPLEAÑOS

- \_\_\_\_\_ a).- Payasos  
\_\_\_\_\_ b).- Magos  
\_\_\_\_\_ c).- Personajes animados  
\_\_\_\_\_ d).- Titeres  
\_\_\_\_\_ e).- Otros.  
Explique cuales

10.- CREE USTED NECESARIO UN LUGAR DENTRO DEL LOCAL PARA QUE LOS PADRES SE DISTRAIGAN TAMBIEN AL MOMENTO DE LA FIESTA

- \_\_\_\_\_ a).- SI  
\_\_\_\_\_ b).- NO

11.- QUE TIPO DE DISTRACCIONES CREE USTED DEBE EXISTIR PARA LOS PADRES

- \_\_\_\_\_ a).- Billar  
\_\_\_\_\_ b).- Televisión  
\_\_\_\_\_ c).- Fútbolín  
\_\_\_\_\_ d).- Sala de música  
\_\_\_\_\_ e).- Otros. Explique cuales

12.- QUE TIPO DE COMIDA LE GUSTARIA QUE SE SIRVA A LOS NIÑOS EN FIESTAS INFANTILES

- \_\_\_\_\_ a).- Snacks  
\_\_\_\_\_ b).- Hot dogs, comida rápida  
\_\_\_\_\_ c).- Pasteles, helados  
\_\_\_\_\_ d).- Vegetales  
\_\_\_\_\_ e).- Otros. Explique cuales

13.- ENTRE QUE CANTIDAD ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR INVITADO EN UN LUGAR QUE TENGA TODAS LAS DIVERSIONES DESCRITAS ANTERIORMENTE

- \_\_\_\_\_ a).- De 5 a 8 usd                      \_\_\_\_\_ d).- Mas de 15 usd  
\_\_\_\_\_ b).- De 9 a 12 usd                      \_\_\_\_\_ e).- Otros. Explique  
cuanto  
\_\_\_\_\_ c).- De 13 a 15 usd

14.- DE LOS LUGARES QUE USTED HA ASISTIDO A FESTEJOS INFANTILES CUAL ES EL QUE MAS LE HA ATRAIDO.

- \_\_\_\_\_ a).- Reino Mágico                      \_\_\_\_\_ d).- Vulcano Park  
\_\_\_\_\_ b).- Cadenas de restaurantes                      \_\_\_\_\_ e).- Otros. Explique  
\_\_\_\_\_ c).- Play Zone

15.- QUE ATRIBUTOS FUERON LOS QUE MAS LLAMARON SU ATENCION EN ESTOS LUGARES.

- \_\_\_\_\_ a).- Decoración                      \_\_\_\_\_ d) Seguridad  
\_\_\_\_\_ b).- Infraestructura                      \_\_\_\_\_ e) Originalidad  
\_\_\_\_\_ c).- Espacio                      \_\_\_\_\_ f) Otros. Explique

## ANEXO C.1 Requerimiento de equipos y herramientas

Equipo	Cantidad	Costo	Inversión Total
Autos a batería	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Inflables	2	4.000,00	\$ 8.000,00
Mesas	7	\$ 50,00	\$ 350,00
Sillas pequeñas	30	\$ 4,00	\$ 120,00
Sillas grandes	30	\$ 7,00	\$ 210,00
Patines	5	\$ 80,00	\$ 400,00
Columpios, resbaladeras	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Césped, equipamiento cancha	1	1.500,00	\$ 1.500,00
Casa de muñecas	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Televisores	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Equipos de música	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Billar	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Castillo de pelotas	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Fútbol	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Muñecas	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Equipos de protección	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Balones	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Pistas de auto	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Artículos de peluquería	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Consolas de video juegos	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Juguetes de plástico	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Disfraces	8	\$ 15,00	\$ 120,00
Carro de hotdogs	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Carro de algodón de azúcar	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Coche para helados	1	\$ 600,00	\$ 600,00

TOTAL	\$ 18.895,00
-------	--------------

## ANEXO C.2 EQUIPOS Y HERRAMIENTAS II

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	COSTO TOTAL \$
1	Equipos de Computacion y software	Und. Fisc	\$ 1.417,00
2	Muebles de oficina	Und. Fisc	\$ 1.125,00
3	Muebles y enseres	Und. Fisc	\$ 1.485,00
4	Equipos eléctricos	Und. Fisc	\$ 2.243,00
5	Maquinas para Servicio	Und. Fisc	\$ 3.359,00
6	Cafeteria	Und. Fisc	\$ 235,00
<b>TOTAL GASTOS EQUIPOS MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 9.864,00</b>

Equipos de Computacion y software	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Referencia
Obtenido por: AUTOR				
Computadora de escritorio	2	\$ 452,00	\$ 904,00	<a href="http://www.grya.com.ec/listado_productos.php?id_menu=4&amp;id_submenu=10">http://www.grya.com.ec/listado_productos.php?id_menu=4&amp;id_submenu=10</a>
Impresora HP multifunción F4280	1	\$ 113,00	\$ 113,00	<a href="http://www.grya.com.ec/listado_productos.php?id_menu=4&amp;id_submenu=1">http://www.grya.com.ec/listado_productos.php?id_menu=4&amp;id_submenu=1</a>
Sistema Integrado de administración y contabilidad	1	\$ 400,00	\$ 400,00	<a href="http://www.monicaecuador.com/pag3.html">http://www.monicaecuador.com/pag3.html</a>
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMP.</b>	<b>4</b>	<b>\$ 965,00</b>	<b>\$ 1.417,00</b>	

Muebles de oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Referencia
Obtenido en: Mercado Libre (www.mercadolibre.com.ec)				
Obtenido por: AUTOR				
Escritorio	3	\$ 160,00	\$ 480,00	<a href="http://listado.mercadolibre.com.ec/ESCRITORIOS">http://listado.mercadolibre.com.ec/ESCRITORIOS</a>
Sillas Giratorias	3	\$ 35,00	\$ 105,00	<a href="http://listado.mercadolibre.com.ec/muebles/">http://listado.mercadolibre.com.ec/muebles/</a>
Sala reuniones + 6 sillas	1	\$ 540,00	\$ 540,00	<a href="http://listado.mercadolibre.com.ec/SALA-DE-REUNIONES">http://listado.mercadolibre.com.ec/SALA-DE-REUNIONES</a>
<b>TOT. MUEBLES DE OFICINA</b>	<b>7</b>	<b>\$ 735,00</b>	<b>\$ 1.125,00</b>	

Muebles y enseres	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Referencia
Obtenido en: Mercado Libre (www.mercadolibre.com.ec)				
Obtenido por: AUTOR				
Bancas metálicas	6	\$ 85,00	\$ 510,00	<a href="http://www.alamula.ec/classifieds/search/bancas+metalicas+de+venta+ecuador/19">http://www.alamula.ec/classifieds/search/bancas+metalicas+de+venta+ecuador/19</a>
Mesas de espera	2	\$ 40,00	\$ 80,00	<a href="http://listado.mercadolibre.com.ec/MESAS">http://listado.mercadolibre.com.ec/MESAS</a>
Mesas	7	\$ 55,00	\$ 385,00	<a href="http://listado.mercadolibre.com.ec/MESAS">http://listado.mercadolibre.com.ec/MESAS</a>
Sillas pequeñas	30	\$ 5,00	\$ 150,00	<a href="http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-8411875-vendo-sillas-y-mesas-plasticas-pica- JM">http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-8411875-vendo-sillas-y-mesas-plasticas-pica- JM</a>
Sillas grandes	30	\$ 7,00	\$ 210,00	<a href="http://latam.preciomaria.com/search_attr.php?page_id=1178&amp;form_keyword=sillas/&amp;page=12&amp;start=264">http://latam.preciomaria.com/search_attr.php?page_id=1178&amp;form_keyword=sillas/&amp;page=12&amp;start=264</a>
Archivadores	2	\$ 75,00	\$ 150,00	<a href="http://listado.mercadolibre.com.ec/ARCHIVADORES">http://listado.mercadolibre.com.ec/ARCHIVADORES</a>
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>77</b>	<b>\$ 267,00</b>	<b>\$ 1.485,00</b>	

Equipos eléctricos	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Referencia
Obtenido en: Marcimex				
Obtenido por: AUTOR				
Sistema de audio	2	\$ 200,00	\$ 400,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
Amplificación	1	\$ 250,00	\$ 250,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
Consola de juegos	1	\$ 300,00	\$ 300,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
TV	2	\$ 400,00	\$ 800,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
Microfonos	1	\$ 250,00	\$ 250,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
Rádios	3	\$ 60,00	\$ 180,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
Teléfono	1	\$ 63,00	\$ 63,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
<b>TOTAL EQUIPOS ELÉCTRICOS</b>	<b>11</b>	<b>\$ 1.523,00</b>	<b>\$ 2.243,00</b>	

Maquinas para Servicio	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Referencia
Obtenido en: Mercado Libre, OTROS				
Obtenido por: AUTOR				
Ping Pong	1	\$ 159,00	\$ 159,00	<a href="http://listado.mercadolibre.com.ec/MESAS-DE-PING-PONG">http://listado.mercadolibre.com.ec/MESAS-DE-PING-PONG</a>
Futbolín	1	\$ 300,00	\$ 300,00	<a href="http://listado.mercadolibre.com.ec/FUTBOLINES">http://listado.mercadolibre.com.ec/FUTBOLINES</a>
Hockey	1	\$ 700,00	\$ 700,00	<a href="http://www.twenga.es/di- Juegos-y-juguetes,Juegos-de-bares-y-cafe-Air-hockey">http://www.twenga.es/di- Juegos-y-juguetes,Juegos-de-bares-y-cafe-Air-hockey</a>
Billa	1	\$ 500,00	\$ 500,00	<a href="http://guayaquil.olx.com.ec/vendo-mesa-de-billar-en-buen-estado-177795841">http://guayaquil.olx.com.ec/vendo-mesa-de-billar-en-buen-estado-177795841</a>
Carro de hotdogs	1	\$ 600,00	\$ 600,00	<a href="http://quito.olx.com.ec/de-oportunidad-coche-para-hot-dogs-nuevo-600-00-id-75710698">http://quito.olx.com.ec/de-oportunidad-coche-para-hot-dogs-nuevo-600-00-id-75710698</a>
Carro de algodón de azúcar	1	\$ 500,00	\$ 500,00	<a href="http://www.mundoanuncio.com/categoria/otras_ventas_29/buscar/vendo_maquina_para_algodon_de_azucar.html">http://www.mundoanuncio.com/categoria/otras_ventas_29/buscar/vendo_maquina_para_algodon_de_azucar.html</a>
Coche para helados	1	\$ 600,00	\$ 600,00	<a href="http://ec.infoanuncios.com/tag/cajon+metalico+para+helados+ecuador">http://ec.infoanuncios.com/tag/cajon+metalico+para+helados+ecuador</a>
<b>TOTAL MÁQUINAS PARA SERVICIO</b>	<b>7</b>	<b>\$ 3.359,00</b>	<b>\$ 3.359,00</b>	

Cafeteria	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Referencia
Obtenido en: Tventas (www.tventas.com)				
Obtenido por: AUTOR				
Cafetera	1	\$ 52,00	\$ 52,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
Microondas	1	\$ 133,00	\$ 133,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
Juego 24 piezas cubiertos	2	\$ 9,50	\$ 19,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
Vajilla 20 piezas	1	\$ 31,00	\$ 31,00	ALMACENES MARCIMEX, COTIZACION DIRECTA
<b>TOTAL CAFETERIA</b>	<b>5</b>	<b>\$ 225,50</b>	<b>\$ 235,00</b>	

Implementos y juegos	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Referencia
Obtenido por: AUTOR				
Obtenido por: AUTOR				
Autos a batería	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Inflables	2	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	<a href="http://www.mundoanuncio.ec/anuncio/articulos_para_fiestas_infantiles_1241314289.html">http://www.mundoanuncio.ec/anuncio/articulos_para_fiestas_infantiles_1241314289.html</a>
Patines	5	\$ 80,00	\$ 400,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Columnas, resbaladeras	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Césped, equipamiento cancha	75	\$ 32,31	\$ 2.423,25	<a href="http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-8285707-cesped-sintetico-monofilamento-total-800-mts2- JM">http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-8285707-cesped-sintetico-monofilamento-total-800-mts2- JM</a>
Casa de muñecas	1	\$ 230,00	\$ 230,00	<a href="http://www.anuncio.ec/anuncio-de-hogar_garden/vendo_casa_de_muñecas_com_luz-690337.html">http://www.anuncio.ec/anuncio-de-hogar_garden/vendo_casa_de_muñecas_com_luz-690337.html</a>
Castillo de pelotas	1	\$ 50,00	\$ 50,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Muñecas	12	\$ 20,00	\$ 240,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Equipos de protección	10	\$ 15,00	\$ 150,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Balones	3	\$ 15,00	\$ 45,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Pistas de auto	2	\$ 60,00	\$ 120,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Artículos de peluquería	1	\$ 50,00	\$ 50,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Juguetes de plástico	1	\$ 40,00	\$ 40,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
Disfraces	8	\$ 15,00	\$ 120,00	ALMACENES JUGUETON, COTIZACION DIRECTA
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 12.668,25</b>	

## ANEXO C.3 ADECUACIONES, PUBLICIDAD

<b>PRESUPUESTO ADECUACIÓN INSTALACIONES</b>	
Obtenido con: Arq. Alvaro Guzman Rodriguez	
<b>Descripción y características</b>	<b>Total</b>
Materiales (ceramica, cemento, bloques, pintura)	\$ 4.000,00
Instalación: mano de obra y dirección arquitectónica	\$ 2.000,00
<b>TOTAL PRESUPUESTO ADECUACIÓN INSTALACIONES   \$ 6.000,00</b>	

<b>Presupuesto Material imagen corporativa y publicitario</b>			
Obtenido en: EyE Publicidad			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción y características</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
1	Tarjetas personales (1000)	\$ 70,00	\$ 70,00
1	Material corporativo: 1000 hojas membretadas a dos colores, mil sobres a dos colores, 500 carpetas institucionales full color con bolsillo	\$ 295,00	\$ 295,00
1	Diseño y creacion de página web	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
1	Material publicitario impreso (catálogo de servicios)	\$ 199,00	\$ 199,00
<b>Total Material imagen corporativa y publicitario</b>			<b>\$ 1.764,00</b>



## ANEXO D.1.2 APALANCAMIENTO FUNCITY

Tabla de amortización de deuda					
Monto del Crédito	\$ 20.002,54				
Tasa de interés	0,105%				
Periodos	60				
Cuota mensual	\$344,16	(\$344,16)			
Mes	Pago capital	Pago interés	Cuota	Saldo capital	
1	\$323,16	\$ 21,00	\$344,16	\$ 19.679,38	
2	\$323,50	\$ 20,66	\$344,16	\$ 19.355,88	
3	\$323,84	\$ 20,32	\$344,16	\$ 19.032,04	
4	\$324,18	\$ 19,98	\$344,16	\$ 18.707,86	
5	\$324,52	\$ 19,64	\$344,16	\$ 18.383,35	
6	\$324,86	\$ 19,30	\$344,16	\$ 18.058,49	
7	\$325,20	\$ 18,96	\$344,16	\$ 17.733,29	
8	\$325,54	\$ 18,62	\$344,16	\$ 17.407,74	
9	\$325,88	\$ 18,28	\$344,16	\$ 17.081,86	
10	\$326,23	\$ 17,94	\$344,16	\$ 16.755,63	
11	\$326,57	\$ 17,59	\$344,16	\$ 16.429,06	
12	\$326,91	\$ 17,25	\$344,16	\$ 16.102,15	
13	\$327,25	\$ 16,91	\$344,16	\$ 15.774,90	
14	\$327,60	\$ 16,56	\$344,16	\$ 15.447,30	
15	\$327,94	\$ 16,22	\$344,16	\$ 15.119,36	
16	\$328,29	\$ 15,88	\$344,16	\$ 14.791,07	
17	\$328,63	\$ 15,53	\$344,16	\$ 14.462,44	
18	\$328,98	\$ 15,19	\$344,16	\$ 14.133,46	
19	\$329,32	\$ 14,84	\$344,16	\$ 13.804,14	
20	\$329,67	\$ 14,49	\$344,16	\$ 13.474,47	
21	\$330,01	\$ 14,15	\$344,16	\$ 13.144,46	
22	\$330,36	\$ 13,80	\$344,16	\$ 12.814,10	
23	\$330,71	\$ 13,45	\$344,16	\$ 12.483,39	
24	\$331,05	\$ 13,11	\$344,16	\$ 12.152,33	
25	\$331,40	\$ 12,76	\$344,16	\$ 11.820,93	
26	\$331,75	\$ 12,41	\$344,16	\$ 11.489,18	
27	\$332,10	\$ 12,06	\$344,16	\$ 11.157,08	
28	\$332,45	\$ 11,71	\$344,16	\$ 10.824,64	
29	\$332,80	\$ 11,37	\$344,16	\$ 10.491,84	
30	\$333,15	\$ 11,02	\$344,16	\$ 10.158,69	
31	\$333,50	\$ 10,67	\$344,16	\$ 9.825,20	
32	\$333,85	\$ 10,32	\$344,16	\$ 9.491,35	
33	\$334,20	\$ 9,97	\$344,16	\$ 9.157,16	
34	\$334,55	\$ 9,62	\$344,16	\$ 8.822,61	
35	\$334,90	\$ 9,26	\$344,16	\$ 8.487,71	
36	\$335,25	\$ 8,91	\$344,16	\$ 8.152,46	
37	\$335,60	\$ 8,56	\$344,16	\$ 7.816,86	
38	\$335,95	\$ 8,21	\$344,16	\$ 7.480,90	
39	\$336,31	\$ 7,85	\$344,16	\$ 7.144,60	
40	\$336,66	\$ 7,50	\$344,16	\$ 6.807,94	
41	\$337,01	\$ 7,15	\$344,16	\$ 6.470,92	
42	\$337,37	\$ 6,79	\$344,16	\$ 6.133,56	
43	\$337,72	\$ 6,44	\$344,16	\$ 5.795,83	
44	\$338,08	\$ 6,09	\$344,16	\$ 5.457,76	
45	\$338,43	\$ 5,73	\$344,16	\$ 5.119,33	
46	\$338,79	\$ 5,38	\$344,16	\$ 4.780,54	
47	\$339,14	\$ 5,02	\$344,16	\$ 4.441,40	
48	\$339,50	\$ 4,66	\$344,16	\$ 4.101,90	
49	\$339,86	\$ 4,31	\$344,16	\$ 3.762,04	
50	\$340,21	\$ 3,95	\$344,16	\$ 3.421,83	
51	\$340,57	\$ 3,59	\$344,16	\$ 3.081,26	
52	\$340,93	\$ 3,24	\$344,16	\$ 2.740,33	
53	\$341,28	\$ 2,88	\$344,16	\$ 2.399,05	
54	\$341,64	\$ 2,52	\$344,16	\$ 2.057,41	
55	\$342,00	\$ 2,16	\$344,16	\$ 1.715,40	
56	\$342,36	\$ 1,80	\$344,16	\$ 1.373,04	
57	\$342,72	\$ 1,44	\$344,16	\$ 1.030,32	
58	\$343,08	\$ 1,08	\$344,16	\$ 687,24	
59	\$343,44	\$ 0,72	\$344,16	\$ 343,80	
60	\$343,80	\$ 0,36	\$344,16	\$ (0,00)	

## ANEXO D.1.3 AMORTIZACION FUNCITY

AMORTIZACIÓN									
Detalle	Valor	Años vida	Amortización Anual	1	2	3	4	5	Total Amortización
Constitución de la empresa	\$ 1.717	5	\$ 343	\$ 343	\$ 343	\$ 343	\$ 343	\$ 343	\$ 1.717
Sistema Integrado de administración y	\$ 400	5	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 400
Gastos preoperacionales	\$ 9.799	5	\$ 1.960	\$ 1.960	\$ 1.960	\$ 1.960	\$ 1.960	\$ 1.960	\$ 9.799
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.916</b>		<b>\$ 2.383</b>	<b>\$ 2.383</b>	<b>\$ 2.383</b>	<b>\$ 2.383</b>	<b>\$ 2.383</b>	<b>\$ 2.383</b>	<b>\$ 11.916</b>

## ANEXO D.1.4 GASTOS FUNCITY

Resumen de gastos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Gastos administrativos</b>	<b>\$ 19.600</b>	<b>\$ 19.600</b>	<b>\$ 34.442</b>	<b>\$ 34.442</b>	<b>\$ 34.442</b>
Gasto nómina	\$ 15.640	\$ 15.640	\$ 30.482	\$ 30.482	\$ 30.482
Gasto suministros y materia	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960
Gasto servicios basicos	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
<b>Gasto ventas</b>	<b>\$ 18.661</b>	<b>\$ 25.169</b>	<b>\$ 20.461</b>	<b>\$ 20.461</b>	<b>\$ 23.311</b>
Gasto nómina	\$ 15.561	\$ 20.269	\$ 15.561	\$ 15.561	\$ 15.561
Gastos de Marketing	\$ 3.100	\$ 4.900	\$ 4.900	\$ 4.900	\$ 7.750
<b>Gasto depreciación</b>	<b>\$ 2.760</b>				
<b>Gasto amortización</b>	<b>\$ 2.383</b>				

GASTOS SERVICIOS BASICOS Y SUMINISTROS							
Servicios básicos	Unitario	Meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	\$ 80	12	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960
Agua Potable	\$ 25	12	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
Telefonía fija y móvil	\$ 60	12	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720
Jardinería	\$ 25	12	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
Seguridad (alarma)	\$ 30	12	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360
Internet	\$ 30	12	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360
Subtotal			\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Suministros de oficina	\$ 30	12	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360
Gastos varios	\$ 50	12	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600
GASTOS DE VENTAS							
Gastos de Marketing			\$ 3.100	\$ 4.900	\$ 4.900	\$ 4.900	\$ 7.750
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 7.060</b>	<b>\$ 8.860</b>	<b>\$ 8.860</b>	<b>\$ 8.860</b>	<b>\$ 11.710</b>

<b>Presupuesto de gastos de marketing</b>				
<b>Etapa del ciclo de vida</b>	Introducción			
<b>Tiempo del proyecto</b>	Año 1			
<b>Programación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Número</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Medios electrónicos	Diseño, elaboración y envío de mailings animados	5	\$ 50,00	\$ 250,00
Medios impresos	Inserto pequeño en revista tipo flyer (tiraje de 25000 revistas) - en 4 revistas en diferentes momentos del año	0	\$ 2.000,00	\$ -
Medios impresos	Anuncio en revistas (media página vertical 10 X 27,5 cm) - en 4 revistas en diferentes momentos del año	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Medios impresos	Publireportaje (1 página en 4 revistas)	0	\$ 750,00	\$ -
Otros recursos	Catálogo informativo productos, servicios, información de local	1000	\$ 0,40	\$ 400,00
Evento publicitario	Materiales varios y promoción para evento publicitario	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Evento publicitario	Sorteos	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Evento publicitario	Cupones de Descuento	50	\$ 10,00	\$ 500,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.100,00</b>

<b>Presupuesto de gastos de marketing</b>				
<b>Etapa del ciclo de vida</b>	Crecimiento			
<b>Tiempo del proyecto</b>	Años 2,3 y 4			
<b>Programación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Número</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Medios electrónicos	Diseño, elaboración y envío de mailings animados	5	\$ 50,00	\$ 250,00
Medios impresos	Inserto pequeño en revista tipo flyer (tiraje de 25000 revistas) - en 4 revistas en diferentes momentos del año	0	\$ 1.500,00	\$ -
Medios impresos	Anuncio en revistas (media página vertical 10 X 27,5 cm) - en 4 revistas en diferentes momentos del año	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Medios impresos	Publireportaje (1 página en 4 revistas)	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
Otros recursos	Catálogo informativo productos, servicios, información de local	1000	\$ 0,40	\$ 400,00
Evento publicitario	Pago impulsadoras para promocionar el local	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Evento publicitario	Materiales varios y promoción para evento publicitario	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Evento publicitario	Sorteos	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Evento publicitario	Cupones de Descuento	50	\$ 10,00	\$ 500,00
Evento de lanzamiento	Lanzamiento nuevo servicio			
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.900,00</b>

Etapa del ciclo de vida	Madurez			
Tiempo del proyecto	Año 5			
Medios electrónicos	Diseño, elaboración y envío de mailings	5	\$ 120,00	\$ 600,00
Medios impresos	Inserto pequeño en revista tipo flyer (tiraje de 25000 revistas) - en 4 revistas en diferentes momentos del	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Medios impresos	Anuncio en revistas (media página vertical 10 X 27,5 cm) - en 4 revistas en diferentes momentos del año	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Medios impresos	Publireportaje (1 página en 4 revistas)	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Otros recursos	Catálogo informativo productos, servicios, información de local	500	\$ 0,40	\$ 200,00
Otros recursos	Entrega obsequio con logo de la empresa (esferos, maletas, tomatodos, etc)	-	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Evento publicitario	Pago impulsadoras para promocionar el local	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Evento publicitario	Materiales varios y promoción para evento publicitario		\$ 1.000,00	\$ -
Otros recursos	Sorteos	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Otros recursos	Cupones de Descuento	50	\$ 10,00	\$ 500,00
Evento de lanzamiento	Lanzamiento de nuevo servicio	0	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7.750,00</b>

## ANEXO D.1.5 NOMINA FUNCITY

NÓMINA DEL AÑO 1														
RECURSO HUMANO	N. PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0.5%	IECE 0.5%	IESS PERSONAL 9,35% (1)	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO EMPRESARIAL ANUAL TOTAL
Gerente	1	\$ 600	\$ 600	\$ 67	\$ 3	\$ 3	\$ 56	\$ 50	\$ 20	\$ 50	\$ 25	\$ 818	\$ 818	\$ 9.815
Asistente de Gerenc	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Vendedor	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Supervisor	1	\$ 280	\$ 280	\$ 31	\$ 1	\$ 1	\$ 26	\$ 23	\$ 20	\$ 23	\$ 12	\$ 392	\$ 392	\$ 4.708
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>\$ 1.580</b>	<b>\$ 1.580</b>	<b>\$ 176</b>	<b>\$ 8</b>	<b>\$ 8</b>	<b>\$ 148</b>	<b>\$ 132</b>	<b>\$ 80</b>	<b>\$ 132</b>	<b>\$ 66</b>	<b>\$ 2.181</b>	<b>\$ 2.181</b>	<b>\$ 26.174</b>

(1) Costo asumido por el empleado. No se considera dentro del costo empresa

NÓMINA DEL AÑO 2														
RECURSO HUMANO	N. PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0.5%	IECE 0.5%	IESS PERSONAL 9,35%	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO EMPRESARIAL ANUAL TOTAL
Gerente	1	\$ 600	\$ 600	\$ 67	\$ 3	\$ 3	\$ 56	\$ 50	\$ 20	\$ 50	\$ 25	\$ 818	\$ 818	\$ 9.815
Asistente de Gerenc	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Vendedor	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Supervisor	2	\$ 280	\$ 560	\$ 62	\$ 3	\$ 3	\$ 52	\$ 47	\$ 40	\$ 47	\$ 23	\$ 785	\$ 392	\$ 9.416
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1.580</b>	<b>\$ 1.860</b>	<b>\$ 207</b>	<b>\$ 9</b>	<b>\$ 9</b>	<b>\$ 174</b>	<b>\$ 155</b>	<b>\$ 100</b>	<b>\$ 155</b>	<b>\$ 78</b>	<b>\$ 2.573</b>	<b>\$ 2.181</b>	<b>\$ 30.882</b>

NÓMINA DEL AÑO 3														
RECURSO HUMANO	N. PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0.5%	IECE 0.5%	IESS PERSONAL 9,35%	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO EMPRESARIAL ANUAL TOTAL
Gerente	1	\$ 600	\$ 600	\$ 67	\$ 3	\$ 3	\$ 56	\$ 50	\$ 20	\$ 50	\$ 25	\$ 818	\$ 818	\$ 9.815
Asistente de Gerencia	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Jefe Operaciones	1	\$ 450	\$ 450	\$ 50	\$ 2	\$ 2	\$ 42	\$ 38	\$ 20	\$ 38	\$ 19	\$ 618	\$ 618	\$ 7.421
Marketing	1	\$ 450	\$ 450	\$ 50	\$ 2	\$ 2	\$ 42	\$ 38	\$ 20	\$ 38	\$ 19	\$ 618	\$ 618	\$ 7.421
Vendedor	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Supervisor	1	\$ 280	\$ 280	\$ 31	\$ 1	\$ 1	\$ 26	\$ 23	\$ 20	\$ 23	\$ 12	\$ 392	\$ 392	\$ 4.708
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 2.480</b>	<b>\$ 2.480</b>	<b>\$ 277</b>	<b>\$ 12</b>	<b>\$ 12</b>	<b>\$ 232</b>	<b>\$ 207</b>	<b>\$ 120</b>	<b>\$ 207</b>	<b>\$ 103</b>	<b>\$ 3.418</b>	<b>\$ 3.418</b>	<b>\$ 41.016</b>

NÓMINA DEL AÑO 4														
RECURSO HUMANO	N. PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0.5%	IECE 0.5%	IESS PERSONAL 9,35%	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO EMPRESARIAL ANUAL TOTAL
Gerente	1	\$ 600	\$ 600	\$ 67	\$ 3	\$ 3	\$ 56	\$ 50	\$ 20	\$ 50	\$ 25	\$ 818	\$ 818	\$ 9.815
Asistente de Gerencia	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Jefe Operaciones	1	\$ 450	\$ 450	\$ 50	\$ 2	\$ 2	\$ 42	\$ 38	\$ 20	\$ 38	\$ 19	\$ 618	\$ 618	\$ 7.421
Marketing	1	\$ 450	\$ 450	\$ 50	\$ 2	\$ 2	\$ 42	\$ 38	\$ 20	\$ 38	\$ 19	\$ 618	\$ 618	\$ 7.421
Vendedor	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Supervisor	1	\$ 280	\$ 280	\$ 31	\$ 1	\$ 1	\$ 26	\$ 23	\$ 20	\$ 23	\$ 12	\$ 392	\$ 392	\$ 4.708
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 2.480</b>	<b>\$ 2.480</b>	<b>\$ 277</b>	<b>\$ 12</b>	<b>\$ 12</b>	<b>\$ 232</b>	<b>\$ 207</b>	<b>\$ 120</b>	<b>\$ 207</b>	<b>\$ 103</b>	<b>\$ 3.418</b>	<b>\$ 3.418</b>	<b>\$ 41.016</b>

NÓMINA DEL AÑO 5														
RECURSO HUMANO	N. PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0.5%	IECE 0.5%	IESS PERSONAL 9,35%	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESARIAL MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO EMPRESARIAL ANUAL TOTAL
Gerente	1	\$ 600	\$ 600	\$ 67	\$ 3	\$ 3	\$ 56	\$ 50	\$ 20	\$ 50	\$ 25	\$ 818	\$ 818	\$ 9.815
Asistente de Gerencia	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Jefe Operaciones	1	\$ 450	\$ 450	\$ 50	\$ 2	\$ 2	\$ 42	\$ 38	\$ 20	\$ 38	\$ 19	\$ 618	\$ 618	\$ 7.421
Marketing	1	\$ 450	\$ 450	\$ 50	\$ 2	\$ 2	\$ 42	\$ 38	\$ 20	\$ 38	\$ 19	\$ 618	\$ 618	\$ 7.421
Vendedor	1	\$ 350	\$ 350	\$ 39	\$ 2	\$ 2	\$ 33	\$ 29	\$ 20	\$ 29	\$ 15	\$ 485	\$ 485	\$ 5.825
Supervisor	1	\$ 280	\$ 280	\$ 31	\$ 1	\$ 1	\$ 26	\$ 23	\$ 20	\$ 23	\$ 12	\$ 392	\$ 392	\$ 4.708
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 2.480</b>	<b>\$ 2.480</b>	<b>\$ 277</b>	<b>\$ 12</b>	<b>\$ 12</b>	<b>\$ 232</b>	<b>\$ 207</b>	<b>\$ 120</b>	<b>\$ 207</b>	<b>\$ 103</b>	<b>\$ 3.418</b>	<b>\$ 3.418</b>	<b>\$ 41.016</b>

Nómina	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrativo	\$ 15.640,10	\$ 15.640,10	\$ 30.482,30	\$ 30.482,30	\$ 30.482,30
MOD	\$ 10.533,54	\$ 15.241,78	\$ 10.533,54	\$ 10.533,54	\$ 10.533,54
MOI	\$ 5.027,40	\$ 5.027,40	\$ 5.027,40	\$ 5.027,40	\$ 5.027,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 31.201,04</b>	<b>\$ 35.909,28</b>	<b>\$ 46.043,24</b>	<b>\$ 46.043,24</b>	<b>\$ 46.043,24</b>

## ANEXO D 1.6 COSTO DE OPORTUNIDAD FUNCITY

<b>CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO (CAPM)</b>			
<b><math>Re = Rf + B * (RM - RF)</math></b>			
			<b>Fuentes y Aclaraciones:</b>
<b>Tasa Libre de Riesgo</b>		<b>4,61%</b>	<a href="http://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp">http://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp</a>
<b>Beta</b>		<b>1,21</b>	Beta des-apalancada de la industria a ene 2011. <a href="http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/">http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/</a>
<b>Prima del Mercado</b>		<b>13,40%</b>	MYERS, BREALEY, "Principios de Finanzas corporativas" 7ma edición, Mc Graw Hill pag 108
<b>Re</b>		<b>15,46%</b>	-

## DETERMINACION DE LA TASA DE DESCUENTO DEL VAN - CPPC

DESAPALACADO		APALANCADO	
Kd	0,00%	Kd	0,11%
Ke des USA		Ke des USA	
rf	4,61%	rf	4,61%
Bd	1,21	Bd	1,21
PRM	6,47%	PRM	6,47%
ke d USA	8,13%	ke d USA	8,13%
EMBI	9,92%	EMBI	9,92%
Ke desap Ecuador	18,05%	Ke desap Ecuador	18,05%
Ke ap Ecuador		Ke ap Ecuador	
t Ecuador	23,10%	t Ecuador	23,10%
D	0%	D	44%
E	100%	E	56%
V	100%	V	100%
D/E	0,00%	D/E	80,01%
Ke ap Ecuador	18,05%	Ke ap Ecuador	27,20%
CPPC	18,05%	CPPC	15,15%

## ANEXO E PLAN FINANCIERO

ANEXO E.1.1 INVERSION INICIAL  
FUNCITY

Presupuesto de inversiones		
Descripción de la Inversión	Presupuesto \$ USD	Total \$ USD
<b>Gastos amortizables</b>		
<b>Gastos de constitución</b>		
Trámite Legal de Constitución de la Empresa	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Inscripción en R. Mercantil - Por Acto de Constitución	\$ 61,82	\$ 61,82
Domiciliación, permiso para operar	\$ 30,00	\$ 30,00
Cobro por concepto de Gastos Generales R.M.	\$ 42,00	\$ 42,00
Escritura Pública	\$ 150,00	\$ 150,00
Publicación Extracto	\$ 100,00	\$ 100,00
Notaria	\$ 11,20	\$ 11,20
Tasa registro de marcas	\$ 54,00	\$ 54,00
Tasa por emisión del Título de Marca - IEPI	\$ 28,00	\$ 28,00
Permiso de Bomberos Tipo A e Inspección	\$ 40,00	\$ 40,00
Patente Municipal	\$ -	\$ -
SRI Obtención de RUC	\$ -	\$ -
<b>Total Gastos de constitución</b>		<b>\$ 1.717,02</b>
<b>Gastos de licencias de software</b>		
<b>Diseño y Desarrollo de Página Web</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Sistema Integrado de administración y contabilidad.	\$ 400,00	\$ 400,00
<b>Total gastos para licencias de software</b>		<b>\$ 400,00</b>
<b>TOTAL GASTOS AMORTIZABLES</b>		<b>\$ 2.117,02</b>
<b>Gastos preoperacionales</b>		
Adecuaciones Instalaciones	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Evento Lanzamiento	\$ 2.035,00	\$ 2.035,00
Material imagen corporativa y material publicitario inicial	\$ 1.764,00	\$ 1.764,00
<b>TOTAL GASTOS PREOPERACIONALES</b>		<b>\$ 9.799,00</b>
<b>Activos Fijos</b>		
<b>Equipos de computación</b>		
Computadora de escritorio	\$ 904,00	\$ 904,00
Impresora HP multifunción F4280	\$ 113,00	\$ 113,00
Sistema Integrado de administración y contabilidad	\$ 400,00	\$ 400,00
<b>Total equipos de computación</b>		<b>\$ 1.417,00</b>
<b>Modulares y equipos de oficina</b>		
Escritorio	\$ 480,00	\$ 480,00
Sillas Giratorias	\$ 105,00	\$ 105,00
Sala reuniones + 6 sillas	\$ 540,00	\$ 540,00
<b>Total modulares y equipos de oficina</b>		<b>\$ 1.125,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>		
Bancas metálicas	\$ 510,00	\$ 510,00
Mesas de espera	\$ 80,00	\$ 80,00
Mesas	\$ 385,00	\$ 385,00
Sillas pequeñas	\$ 150,00	\$ 150,00
Sillas grandes	\$ 210,00	\$ 210,00
Archivadores	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>Total muebles y enseres</b>		<b>\$ 1.485,00</b>
<b>Equipos eléctricos</b>		
Sistema de audio	\$ 400,00	\$ 400,00
Amplificación	\$ 250,00	\$ 250,00
Consola de juegos	\$ 300,00	\$ 300,00
TV	\$ 800,00	\$ 800,00
Microfonos	\$ 250,00	\$ 250,00
Rádios	\$ 180,00	\$ 180,00
Teléfono	\$ 63,00	\$ 63,00
<b>Total equipos eléctricos</b>		<b>\$ 2.243,00</b>

<b>Máquinas para servicio</b>		
Ping Pong	\$ 159,00	\$ 159,00
Futbolín	\$ 300,00	\$ 300,00
Hockey	\$ 700,00	\$ 700,00
Billa	\$ 500,00	\$ 500,00
Carro de hotdogs	\$ 600,00	\$ 600,00
Carro de algodón de azúcar	\$ 500,00	\$ 500,00
Coche para helados	\$ 600,00	\$ 600,00
<b>Total máquinas para servicio</b>		<b>\$ 3.359,00</b>
<b>Equipo de cocina</b>		
Cafetera	\$ 52,00	\$ 52,00
Microondas	\$ 133,00	\$ 133,00
Juego 24 piezas cubiertos	\$ 19,00	\$ 19,00
Vajilla 20 piezas	\$ 31,00	\$ 31,00
<b>Total Equipos de cocina</b>		<b>\$ 235,00</b>
<b>Implementos y juegos</b>		
Autos a batería	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Inflables	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Patines	\$ 400,00	\$ 400,00
Columpios, resbaladeras	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Césped, equipamiento cancha	\$ 2.423,25	\$ 2.423,25
Casa de muñecas	\$ 230,00	\$ 230,00
Castillo de pelotas	\$ 50,00	\$ 50,00
Muñecas	\$ 240,00	\$ 240,00
Equipos de protección	\$ 150,00	\$ 150,00
Balones	\$ 45,00	\$ 45,00
Pistas de auto	\$ 120,00	\$ 120,00
Artículos de peluquería	\$ 50,00	\$ 50,00
Juguetes de plástico	\$ 40,00	\$ 40,00
Disfraces	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>Total Implementos y juegos</b>		<b>\$ 12.668,25</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$ 22.532,25</b>
<b>Resumen de inversión inicial</b>		
<b>Gastos preoperacionales</b>	\$ 9.799,00	
<b>Gastos amortizables</b>	\$ 2.117,02	
<b>Activos Fijos</b>	\$ 22.532,25	
<b>Inversión en activos fijos tangibles e intangibles</b>		<b>\$ 34.448,27</b>
<b>Capital de trabajo</b>		<b>\$ 10.554,27</b>
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>\$ 45.002,54</b>

## ANEXO E.1.2 CAPITAL DE TRABAJO FUNCITY

	Normal				
Proyección de desembolsos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos	\$ 1.633,34	\$ 1.633,34	\$ 2.870,19	\$ 2.870,19	\$ 2.870,19
Gasto ventas	\$ 1.555,08	\$ 2.097,43	\$ 1.705,08	\$ 1.705,08	\$ 1.942,58
<b>Total gastos mensuales</b>	<b>\$ 3.188,42</b>	<b>\$ 3.730,77</b>	<b>\$ 4.575,27</b>	<b>\$ 4.575,27</b>	<b>\$ 4.812,77</b>
	Optimista				
Proyección de desembolsos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos	\$ 1.633,34	\$ 1.633,34	\$ 2.870,19	\$ 2.870,19	\$ 2.870,19
Gasto ventas	\$ 1.555,08	\$ 2.097,43	\$ 1.705,08	\$ 1.705,08	\$ 1.942,58
<b>Total gastos mensuales</b>	<b>\$ 3.188,42</b>	<b>\$ 3.730,77</b>	<b>\$ 4.575,27</b>	<b>\$ 4.575,27</b>	<b>\$ 4.812,77</b>
	Pesimista				
Proyección de desembolsos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos	\$ 1.633,34	\$ 1.633,34	\$ 2.870,19	\$ 2.870,19	\$ 2.870,19
Gasto ventas	\$ 1.555,08	\$ 2.097,43	\$ 1.705,08	\$ 1.705,08	\$ 1.942,58
<b>Total gastos mensuales</b>	<b>\$ 3.188,42</b>	<b>\$ 3.730,77</b>	<b>\$ 4.575,27</b>	<b>\$ 4.575,27</b>	<b>\$ 4.812,77</b>
Capital de trabajo					
Gastos administrativos	\$ 1.633,34				
Gasto ventas	\$ 1.555,08				
Pago de interese por prestamo	\$ 329,67				
Total gastos mensuales	\$ 3.518,09				
No. de meses	3,00				
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 10.554,27</b>				

## ANEXO E.1.3 INGRESOS FUNCITY

VENTAS					
Año	1	2	3	4	5
Escenario normal	467	490	515	540	567
Escenario optimista	482	523	568	616	668
Escenario pesimista	459	473	488	504	520

Supuestos para la proyección de ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje de ventas instalaciones	100%	100%	100%	100%	100%
Porcentaje de paquetes vendidos en instalaciones	70%	70%	80%	80%	80%
Porcentaje de servicios individuales vendidos en instalac	30%	30%	20%	20%	20%
Ventas por tipo de paquete	50%	50%	50%	50%	50%
Variación de precios de año a año FIJO					

Proyección de ventas para el escenario NORMAL															
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Cientes	Precio	Total												
Proyección de clientes	467			490			515			540			567		
No. de servicios individuales	13			13			13			13			13		
Venta instalaciones	467			490			515			540			567		
<b>PAQUETE</b>	327	\$ 500	\$ 163.333	343	\$ 500	\$ 171.500	412	\$ 500	\$ 205.800	432	\$ 500	\$ 216.090	454	\$ 500	\$ 226.895
Paquete 1	163	\$ 450	\$ 73.500	172	\$ 450	\$ 77.175	206	\$ 450	\$ 92.610	216	\$ 450	\$ 97.241	227	\$ 450	\$ 102.103
Paquete 2	163	\$ 550	\$ 89.833	172	\$ 550	\$ 94.325	206	\$ 550	\$ 113.190	216	\$ 550	\$ 118.850	227	\$ 550	\$ 124.792
Productos individuales	140	\$ 28	\$ 3.985	147	\$ 28	\$ 4.184	103	\$ 28	\$ 2.929	108	\$ 33	\$ 3.565	113	\$ 33	\$ 3.744
Hot Dogs / Algodon de Azucar	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Animaciones (1 hora)	11	\$ 100	\$ 1.077	11	\$ 100	\$ 1.131	8	\$ 100	\$ 792	8	\$ 100	\$ 831	9	\$ 100	\$ 873
Arco de Globos	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Invitaciones (paquete de 10)	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Sorpresas (paquete de 10)	11	\$ 30	\$ 323	11	\$ 30	\$ 339	8	\$ 30	\$ 237	8	\$ 30	\$ 249	9	\$ 30	\$ 262
Piñatas	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Vajillas tematicas (para 10)	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Juquetes	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Adornos	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Pastel	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Granizados	11	\$ 20	\$ 215	11	\$ 20	\$ 226	8	\$ 20	\$ 158	8	\$ 20	\$ 166	9	\$ 20	\$ 175
Carquill	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Maquina jabon	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
<b>Ventas totales</b>			\$ 167.318			\$ 175.684			\$ 208.729			\$ 219.655			\$ 230.638

Proyección de ventas para el escenario OPTIMISTA															
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Cientes	Precio	Total												
Proyección de clientes	482			523			568			616			668		
No. de servicios individuales	13			13			13			12			13		
Venta instalaciones	482			523			568			616			668		
<b>PAQUETE</b>	338	\$ 500	\$ 168.778	366	\$ 500	\$ 183.124	454	\$ 500	\$ 227.074	493	\$ 500	\$ 246.375	535	\$ 500	\$ 267.317
Paquete 1	169	\$ 450	\$ 75.950	183	\$ 450	\$ 82.406	227	\$ 450	\$ 102.183	246	\$ 450	\$ 110.869	267	\$ 450	\$ 120.283
Paquete 2	169	\$ 550	\$ 92.828	183	\$ 550	\$ 100.718	227	\$ 550	\$ 124.890	246	\$ 550	\$ 135.506	267	\$ 550	\$ 147.024
<b>Productos individuales</b>	145	\$ 33	\$ 4.774	157	\$ 33	\$ 5.180	114	\$ 33	\$ 3.747	123	\$ 33	\$ 4.065	134	\$ 33	\$ 4.411
Hot Dogs / Algodon de Azucar	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Animaciones (1 hora)	11	\$ 100	\$ 1.077	11	\$ 100	\$ 1.131	8	\$ 100	\$ 792	8	\$ 100	\$ 831	9	\$ 100	\$ 873
Arco de Globos	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Invitaciones (paquete de 10)	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Sorpresas (paquete de 10)	11	\$ 30	\$ 323	11	\$ 30	\$ 339	8	\$ 30	\$ 237	8	\$ 30	\$ 249	9	\$ 30	\$ 262
Piñatas	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Vajillas tematicas (para 10)	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Juquetes	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Adornos	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Pastel	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Granizados	11	\$ 20	\$ 215	11	\$ 20	\$ 226	8	\$ 20	\$ 158	8	\$ 20	\$ 166	9	\$ 20	\$ 175
Canguil	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Maquina jabon	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
<b>Ventas totales</b>			<b>\$ 173.552</b>			<b>\$ 188.304</b>			<b>\$ 230.820</b>			<b>\$ 250.440</b>			<b>\$ 271.727</b>

Proyección de ventas para el escenario PESIMISTA															
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Cientes	Precio	Total												
Proyección de clientes	459			473			488			504			520		
No. de servicios individuales	9			9			11			12			12		
Venta instalaciones	459			473			488			504			520		
<b>PAQUETE</b>	321	\$ 500	\$ 160.533	331	\$ 500	\$ 165.670	391	\$ 500	\$ 195.396	403	\$ 500	\$ 201.649	416	\$ 500	\$ 208.102
Paquete 1	161	\$ 450	\$ 72.440	166	\$ 450	\$ 74.552	195	\$ 450	\$ 87.928	202	\$ 450	\$ 90.742	208	\$ 450	\$ 93.646
Paquete 2	161	\$ 550	\$ 88.293	166	\$ 550	\$ 91.119	195	\$ 550	\$ 107.468	202	\$ 550	\$ 110.907	208	\$ 550	\$ 114.456
<b>Productos individuales</b>	138	\$ 33	\$ 4.541	142	\$ 33	\$ 4.686	98	\$ 33	\$ 3.224	101	\$ 33	\$ 3.327	104	\$ 33	\$ 3.434
Hot Dogs / Algodon de Azucar	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Animaciones (1 hora)	11	\$ 100	\$ 1.077	11	\$ 100	\$ 1.131	8	\$ 100	\$ 792	8	\$ 100	\$ 831	9	\$ 100	\$ 873
Arco de Globos	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Invitaciones (paquete de 10)	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Sorpresas (paquete de 10)	11	\$ 30	\$ 323	11	\$ 30	\$ 339	8	\$ 30	\$ 237	8	\$ 30	\$ 249	9	\$ 30	\$ 262
Piñatas	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Vajillas tematicas (para 10)	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Juquetes	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Adornos	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Pastel	11	\$ 40	\$ 431	11	\$ 40	\$ 452	8	\$ 40	\$ 317	8	\$ 40	\$ 332	9	\$ 40	\$ 349
Granizados	11	\$ 20	\$ 215	11	\$ 20	\$ 226	8	\$ 20	\$ 158	8	\$ 20	\$ 166	9	\$ 20	\$ 175
Canguil	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
Maquina jabon	11	\$ 10	\$ 108	11	\$ 10	\$ 113	8	\$ 10	\$ 79	8	\$ 10	\$ 83	9	\$ 10	\$ 87
<b>Ventas totales</b>			<b>\$ 165.074</b>			<b>\$ 170.357</b>			<b>\$ 198.620</b>			<b>\$ 204.976</b>			<b>\$ 211.536</b>

## ANEXO E.1.4 GASTOS FUNCION

Resumen de gastos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Gastos administrativos</b>	\$ 19.600	\$ 19.600	\$ 34.442	\$ 34.442	\$ 34.442
Gasto nómina	\$ 15.640	\$ 15.640	\$ 30.482	\$ 30.482	\$ 30.482
Gasto suministros y materiales	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960
Gasto servicios básicos	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
<b>Gasto ventas</b>	\$ 20.696	\$ 25.169	\$ 20.461	\$ 20.461	\$ 23.311
Gasto nómina	\$ 15.561	\$ 20.269	\$ 15.561	\$ 15.561	\$ 15.561
Gastos de Marketing	\$ 5.135	\$ 4.900	\$ 4.900	\$ 4.900	\$ 7.750
<b>Gasto depreciación</b>	\$ 2.760	\$ 2.760	\$ 2.760	\$ 2.760	\$ 2.760
<b>Gasto amortización</b>	\$ 1.976	\$ 1.976	\$ 1.976	\$ 1.976	\$ 1.976

GASTOS SERVICIOS BASICOS Y SUMINISTROS							
Servicios básicos	Unitario	Meses	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	\$ 80	12	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960
Agua Potable	\$ 25	12	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
Telefonía fija y móvil	\$ 60	12	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720
Jardinería	\$ 25	12	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
Seguridad (alarma)	\$ 30	12	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360
Internet	\$ 30	12	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360
Subtotal			\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Suministros de oficina	\$ 30	12	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360
Gastos varios	\$ 50	12	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600
GASTOS DE VENTAS							
Gastos de Marketing			\$ 5.135	\$ 4.900	\$ 4.900	\$ 4.900	\$ 7.750
<b>TOTALES</b>			\$ 9.095	\$ 8.860	\$ 8.860	\$ 8.860	\$ 11.710

## ANEXO E.1.5 COSTOS FUNCITY

<b>PAQUETE 1</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Invitaciones	20	20	unidades	\$ 1,20	\$ 0,06
Piñata	1	20	unidades	\$ 6,60	\$ 0,33
Sorpresas	20	20	unidades	\$ 9,39	\$ 0,47
Vajilla Tematica	20	20	unidades	\$ 4,41	\$ 0,22
Adornos	20	20	unidades	\$ 36,86	\$ 1,84
Premios	10	20	unidades	\$ 9,30	\$ 0,47
Pastel	1	20	unidades	\$ 25,00	\$ 1,25
Inflable	2	20	unidades	\$ -	\$ -
Hot Dog / Algodon	20	20	unidades	\$ 17,70	\$ 0,89
Animacion	1	20	unidades	\$ 60,00	\$ 3,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 170,46</b>	<b>\$ 8,52</b>
<b>PAQUETE 2</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Invitaciones	20	20	unidades	\$ 1,20	\$ 0,06
Piñata	1	20	unidades	\$ 6,60	\$ 0,33
Sorpresas	20	20	unidades	\$ 9,39	\$ 0,47
Vajilla Tematica	20	20	unidades	\$ 4,41	\$ 0,22
Adornos	20	20	unidades	\$ 36,86	\$ 1,84
Premios	10	20	unidades	\$ 9,30	\$ 0,47
Pastel	1	20	unidades	\$ 25,00	\$ 1,25
Inflable	2	20	unidades	\$ -	\$ -
Hot Dog / Algodon	20	20	unidades	\$ 17,70	\$ 0,89
Animacion	1	20	unidades	\$ 60,00	\$ 3,00
Granizados	1	20	unidades	\$ 15,00	\$ 0,75
Canguil	1	20	unidades	\$ 15,00	\$ 0,75
Máquina de burbujas	1	20	unidades	\$ 25,00	\$ 1,25
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 225,46</b>	<b>\$ 11,27</b>

<b>Costo de ventas en el escenario NORMAL</b>					
<b>RESUMEN DE VENTAS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Paquete 1	163	172	206	216	227
Paquete 2	163	172	206	216	227
Cada producto	140	147	103	108	113
<b>COSTO DEL PEDIDO</b>					
Paquete 1	\$ 27.842	\$ 29.234	\$ 35.081	\$ 36.835	\$ 38.676
Paquete 2	\$ 36.825	\$ 38.666	\$ 46.400	\$ 48.720	\$ 51.156
Hot Dogs / Algodon de Azucar (pa	\$ 3.948	\$ 4.145	\$ 2.902	\$ 3.047	\$ 3.199
Animaciones (1 hora)	\$ 9.450	\$ 9.923	\$ 6.946	\$ 7.293	\$ 7.658
Arco de Globos	\$ 2.814	\$ 2.955	\$ 2.068	\$ 2.172	\$ 2.280
Invitaciones (paquete de 10)	\$ 448	\$ 470	\$ 329	\$ 346	\$ 363
Sorpresas (paquete de 10)	\$ 2.549	\$ 2.677	\$ 1.874	\$ 1.967	\$ 2.066
Piñatas	\$ 3.385	\$ 3.554	\$ 2.488	\$ 2.613	\$ 2.743
Vajillas tematicas (para 10)	\$ 630	\$ 662	\$ 463	\$ 486	\$ 511
Juguetes	\$ 672	\$ 706	\$ 494	\$ 519	\$ 545
Pastel	\$ 3.500	\$ 3.675	\$ 2.573	\$ 2.701	\$ 2.836
Máquinas adicionales	\$ 3.906	\$ 4.101	\$ 2.871	\$ 3.014	\$ 3.165
Servicio nuevo 2					
Servicio nuevo 3					
<b>Costo de ventas</b>	<b>\$ 95.970</b>	<b>\$ 100.768</b>	<b>\$ 104.488</b>	<b>\$ 109.712</b>	<b>\$ 115.198</b>
<b>Costo de ventas en el escenario OPTIMISTA</b>					
<b>RESUMEN DE VENTAS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Paquete 1	169	183	227	246	267
Paquete 2	169	183	227	246	267
Cada producto	145	157	114	123	134
<b>COSTO DEL PEDIDO</b>					
Paquete 1	\$ 28.770	\$ 31.215	\$ 38.707	\$ 41.997	\$ 45.567
Paquete 2	\$ 38.053	\$ 41.287	\$ 51.196	\$ 55.548	\$ 60.269
Hot Dogs / Algodon de Azucar (pa	\$ 4.080	\$ 4.426	\$ 3.202	\$ 3.474	\$ 3.769
Animaciones (1 hora)	\$ 9.765	\$ 10.595	\$ 7.664	\$ 8.315	\$ 9.022
Arco de Globos	\$ 2.908	\$ 3.155	\$ 2.282	\$ 2.476	\$ 2.687
Invitaciones (paquete de 10)	\$ 463	\$ 502	\$ 363	\$ 394	\$ 428
Sorpresas (paquete de 10)	\$ 2.634	\$ 2.858	\$ 2.068	\$ 2.243	\$ 2.434
Piñatas	\$ 3.498	\$ 3.795	\$ 2.745	\$ 2.979	\$ 3.232
Vajillas tematicas (para 10)	\$ 651	\$ 706	\$ 511	\$ 554	\$ 601
Juguetes	\$ 694	\$ 753	\$ 545	\$ 591	\$ 642
Pastel	\$ 3.617	\$ 3.924	\$ 2.838	\$ 3.080	\$ 3.341
Máquinas adicionales	\$ 4.036	\$ 4.379	\$ 3.168	\$ 3.437	\$ 3.729
Servicio nuevo 2					
Servicio nuevo 3					
<b>Costo de ventas</b>	<b>\$ 99.169</b>	<b>\$ 107.598</b>	<b>\$ 115.289</b>	<b>\$ 125.088</b>	<b>\$ 135.721</b>
<b>Costo de ventas en el escenario PESIMISTA</b>					
<b>RESUMEN DE VENTAS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Paquete 1	161	166	195	202	208
Paquete 2	161	166	195	202	208
Cada producto	138	142	98	101	104
<b>COSTO DEL PEDIDO</b>					
Paquete 1	\$ 27.365	\$ 28.240	\$ 33.307	\$ 34.373	\$ 35.473
Paquete 2	\$ 36.194	\$ 37.352	\$ 44.054	\$ 45.464	\$ 46.919
Hot Dogs / Algodon de Azucar (pa	\$ 3.880	\$ 4.004	\$ 2.755	\$ 2.843	\$ 2.934
Animaciones (1 hora)	\$ 9.288	\$ 9.585	\$ 6.595	\$ 6.806	\$ 7.023
Arco de Globos	\$ 2.766	\$ 2.854	\$ 1.964	\$ 2.027	\$ 2.091
Invitaciones (paquete de 10)	\$ 440	\$ 454	\$ 313	\$ 323	\$ 333
Sorpresas (paquete de 10)	\$ 2.506	\$ 2.586	\$ 1.779	\$ 1.836	\$ 1.895
Piñatas	\$ 3.327	\$ 3.434	\$ 2.362	\$ 2.438	\$ 2.516
Vajillas tematicas (para 10)	\$ 619	\$ 639	\$ 440	\$ 454	\$ 468
Juguetes	\$ 660	\$ 682	\$ 469	\$ 484	\$ 499
Pastel	\$ 3.440	\$ 3.550	\$ 2.442	\$ 2.521	\$ 2.601
Máquinas adicionales	\$ 3.839	\$ 3.962	\$ 2.726	\$ 2.813	\$ 2.903
Servicio nuevo 2					
Servicio nuevo 3					
<b>Costo de ventas</b>	<b>\$ 94.324</b>	<b>\$ 97.343</b>	<b>\$ 99.206</b>	<b>\$ 102.380</b>	<b>\$ 105.656</b>

<b>HOT DOG / ALGODON</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Pan	1	10	unidades	\$ 1,70	\$ 0,17
Salchichas	1	10	unidades	\$ 8,00	\$ 0,80
Salsas	1	10	unidades	\$ 8,00	\$ 0,80
Algodon	1	10	unidades	\$ 7,00	\$ 0,70
Cono	1	10	unidades	\$ 1,50	\$ 0,15
Servilletas	1	10	unidades	\$ 2,00	\$ 0,20
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 28,20</b>	<b>\$ 2,82</b>
<b>ANIMACIONES</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Payaso	1	1	hora	\$ 60,00	\$ 60,00
Mago	1	1	hora	\$ 60,00	\$ 60,00
Princesa	1	1	hora	\$ 60,00	\$ 60,00
Grupo de animacion	1	1	hora	\$ 90,00	\$ 90,00
<b>PROMEDIO</b>				<b>\$ 67,50</b>	<b>\$ 67,50</b>
<b>ARCO DE GLOBOS</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Globos	1	10	unidades	\$ 0,10	\$ 0,01
Armazon flexible	1	10	unidades	\$ 10,00	\$ 1,00
Mano de obra	1	10	unidades	\$ 10,00	\$ 1,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 20,10</b>	<b>\$ 2,01</b>
<b>INVITACIONES</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Invitaciones	20	10	unidad	\$ 1,20	\$ 0,12
Letreros en el local	2	10	unidad	\$ 2,00	\$ 0,20
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3,20</b>	<b>\$ 0,32</b>

<b>PIÑATA</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Piñata	1	10	unidad	\$ 6,60	\$ 0,66
Fundas	25	10	unidad	\$ 0,48	\$ 0,05
Dulces	100	10	unidad	\$ 12,30	\$ 1,23
Juguets	40	10	unidad	\$ 4,80	\$ 0,48
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 24,18</b>	<b>\$ 2,42</b>
<b>SORPRESAS</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Cajita	1	10	unidad	\$ 1,11	\$ 0,11
Dulces	20	10	unidad	\$ 12,30	\$ 1,23
Juguets	2	10	unidad	\$ 4,80	\$ 0,48
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 18,21</b>	<b>\$ 1,82</b>
<b>VAJILLA</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Platos	25	10	unidades	\$ 0,70	\$ 0,07
Cucharas	25	10	unidades	\$ 0,50	\$ 0,05
Vasos	25	10	unidades	\$ 0,60	\$ 0,06
Servilletas	25	10	unidades	\$ 1,50	\$ 0,15
Sorbetes	25	10	unidades	\$ 0,60	\$ 0,06
Mantel	2	10	unidades	\$ 0,60	\$ 0,06
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 4,50</b>	<b>\$ 0,45</b>
<b>ADORNOS</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Guirnaldas	10	10	unidades	\$ 0,45	\$ 0,05
Serpentinas	30	10	unidades	\$ 0,66	\$ 0,07
Afiches	4	10	unidades	\$ 2,20	\$ 0,22
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3,31</b>	<b>\$ 0,33</b>
<b>JUGUETES</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Juguets	10	10	unidades	\$ 4,80	\$ 0,48
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 4,80</b>	<b>\$ 0,48</b>
<b>PASTEL</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Pastel	1	10	unidades	\$ 25,00	\$ 2,50
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 25,00</b>	<b>\$ 2,50</b>
<b>MAQUINAS ADICIONALES</b>	<b>cantidad</b>	<b># de personas</b>	<b>medida</b>	<b>c. unitario</b>	<b>c. por persona</b>
Hielo	1	10	unidades	\$ 4,40	\$ 0,44
Saborizantes	1	10	unidades	\$ 10,00	\$ 1,00
Canguil	2	10	unidades	\$ 6,50	\$ 0,65
Jabon	1	10	unidades	\$ 7,00	\$ 0,70
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 27,90</b>	<b>\$ 2,79</b>

## ANEXO E.1.6 MARGEN BRUTO Y OPERATIVO FUNCITY

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	<b>NORMAL</b>				
<b>MARGEN BRUTO</b>	\$ 68.559,78	\$ 74.776,40	\$ 103.690,20	\$ 109.761,24	\$ 115.257,47
<b>MARGEN OPERATIVO</b>	\$ 25.155,24	\$ 24.863,62	\$ 43.643,45	\$ 49.714,49	\$ 52.360,73
	<b>OPTIMISTA</b>				
<b>MARGEN BRUTO</b>	\$ 71.490,73	\$ 80.459,97	\$ 114.823,04	\$ 125.024,85	\$ 135.651,96
<b>MARGEN OPERATIVO</b>	\$ 28.086,19	\$ 30.547,19	\$ 54.776,30	\$ 64.978,10	\$ 72.755,22
	<b>PESIMISTA</b>				
<b>MARGEN BRUTO</b>	\$ 67.998,56	\$ 72.925,75	\$ 98.943,69	\$ 102.490,10	\$ 105.769,78
<b>MARGEN OPERATIVO</b>	\$ 24.594,01	\$ 23.012,96	\$ 38.896,95	\$ 42.443,36	\$ 42.873,04

## ANEXO E.1.7 ESTADO DE RESULTADOS FUNCITY

SIN  
FINANCIAMIENTO

<b>Estado de Resultados</b>	<b>Escenario NORMAL</b>				
<b>Sin Financiamiento</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$ 164.529,32	\$ 175.544,41	\$ 208.177,94	\$ 219.473,37	\$ 230.455,21
Costo de ventas	\$ 95.969,53	\$ 100.768,01	\$ 104.487,75	\$ 109.712,13	\$ 115.197,74
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 68.559,78</b>	<b>\$ 74.776,40</b>	<b>\$ 103.690,20</b>	<b>\$ 109.761,24</b>	<b>\$ 115.257,47</b>
Administrativos	\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Depreciaciones	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Amortizaciones	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos de venta	\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos	\$ 43.404,54	\$ 49.912,78	\$ 60.046,74	\$ 60.046,74	\$ 62.896,74
<b>Utilidad Antes Part.Lab.e I</b>	<b>\$ 25.155,24</b>	<b>\$ 24.863,62</b>	<b>\$ 43.643,45</b>	<b>\$ 49.714,49</b>	<b>\$ 52.360,73</b>
Participación laboral 15%	\$ 3.773,29	\$ 3.729,54	\$ 6.546,52	\$ 7.457,17	\$ 7.854,11
Utilidad antes de Imp. Re	\$ 21.381,95	\$ 21.134,08	\$ 37.096,94	\$ 42.257,32	\$ 44.506,62
Impuesto a la Renta 25%	\$ 5.345,49	\$ 5.283,52	\$ 9.274,23	\$ 10.564,33	\$ 11.126,65
<b>Utilidad Liquida</b>	<b>\$ 16.036,46</b>	<b>\$ 15.850,56</b>	<b>\$ 27.822,70</b>	<b>\$ 31.692,99</b>	<b>\$ 33.379,96</b>
Política de Reinversión	\$ 4.810,94	\$ 4.755,17	\$ 8.346,81	\$ 9.507,90	\$ 10.013,99
Dividendos	\$ 11.225,53	\$ 11.095,39	\$ 19.475,89	\$ 22.185,09	\$ 23.365,97
<b>Estado de Resultados</b>	<b>Escenario PESIMISTA</b>				
<b>Sin Financiamiento</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$ 162.322,90	\$ 170.268,47	\$ 198.149,38	\$ 204.870,37	\$ 211.426,22
Costo de ventas	\$ 94.324,34	\$ 97.342,72	\$ 99.205,68	\$ 102.380,27	\$ 105.656,44
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 67.998,56</b>	<b>\$ 72.925,75</b>	<b>\$ 98.943,69</b>	<b>\$ 102.490,10</b>	<b>\$ 105.769,78</b>
Administrativos	\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Depreciaciones	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Amortizaciones	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos de venta	\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
Intereses					
Total Gastos	\$ 43.404,54	\$ 49.912,78	\$ 60.046,74	\$ 60.046,74	\$ 62.896,74
<b>Utilidad Antes Part.Lab.e I</b>	<b>\$ 24.594,01</b>	<b>\$ 23.012,96</b>	<b>\$ 38.896,95</b>	<b>\$ 42.443,36</b>	<b>\$ 42.873,04</b>
Participación laboral 15%	\$ 3.689,10	\$ 3.451,94	\$ 5.834,54	\$ 6.366,50	\$ 6.430,96
Utilidad antes de Imp. Re	\$ 20.904,91	\$ 19.561,02	\$ 33.062,41	\$ 36.076,85	\$ 36.442,08
Impuesto a la Renta 25%	\$ 5.226,23	\$ 4.890,25	\$ 8.265,60	\$ 9.019,21	\$ 9.110,52
<b>Utilidad Liquida</b>	<b>\$ 15.678,68</b>	<b>\$ 14.670,76</b>	<b>\$ 24.796,81</b>	<b>\$ 27.057,64</b>	<b>\$ 27.331,56</b>
Política de Reinversión	\$ 4.703,60	\$ 4.401,23	\$ 7.439,04	\$ 8.117,29	\$ 8.199,47
Dividendos	\$ 10.975,08	\$ 10.269,53	\$ 17.357,76	\$ 18.940,35	\$ 19.132,09

Estado de Resultados	Escenario OPTIMISTA				
	Sin Financiamiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas	\$ 170.659,25	\$ 188.057,81	\$ 230.111,73	\$ 250.113,07	\$ 271.372,68
Costo de ventas	\$ 99.168,52	\$ 107.597,84	\$ 115.288,68	\$ 125.088,22	\$ 135.720,72
Utilidad bruta	\$ 71.490,73	\$ 80.459,97	\$ 114.823,04	\$ 125.024,85	\$ 135.651,96
Administrativos	\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Depreciaciones	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Amortizaciones	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos de venta	\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
Intereses					
Total Gastos	\$ 43.404,54	\$ 49.912,78	\$ 60.046,74	\$ 60.046,74	\$ 62.896,74
Utilidad Antes Part.Lab.e	\$ 28.086,19	\$ 30.547,19	\$ 54.776,30	\$ 64.978,10	\$ 72.755,22
Participación laboral 15%	\$ 4.212,93	\$ 4.582,08	\$ 8.216,44	\$ 9.746,72	\$ 10.913,28
Utilidad antes de Imp. Re	\$ 23.873,26	\$ 25.965,11	\$ 46.559,85	\$ 55.231,39	\$ 61.841,93
Impuesto a la Renta 25%	\$ 5.968,31	\$ 6.491,28	\$ 11.639,96	\$ 13.807,85	\$ 15.460,48
<b>Utilidad Liquida</b>	<b>\$ 17.904,94</b>	<b>\$ 19.473,83</b>	<b>\$ 34.919,89</b>	<b>\$ 41.423,54</b>	<b>\$ 46.381,45</b>
Política de Reinversión	\$ 5.371,48	\$ 5.842,15	\$ 10.475,97	\$ 12.427,06	\$ 13.914,44
Dividendos	\$ 12.533,46	\$ 13.631,68	\$ 24.443,92	\$ 28.996,48	\$ 32.467,02

## CON FINANCIAMIENTO

Estado de Resultados	Escenario NORMAL				
	Con Financiamiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas	\$ 164.529,32	\$ 175.544,41	\$ 208.177,94	\$ 219.473,37	\$ 230.455,21
Costo de ventas	\$ 95.969,53	\$ 100.768,01	\$ 104.487,75	\$ 109.712,13	\$ 115.197,74
Utilidad bruta	\$ 68.559,78	\$ 74.776,40	\$ 103.690,20	\$ 109.761,24	\$ 115.257,47
Administrativos	\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Depreciaciones	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Amortizaciones	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos de venta	\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
Intereses	\$ 229,56	\$ 180,13	\$ 130,07	\$ 79,38	\$ 28,05
Total Gastos	\$ 43.634,10	\$ 50.092,91	\$ 60.176,82	\$ 60.126,13	\$ 62.924,79
Utilidad Antes Part.Lab.e	\$ 24.925,68	\$ 24.683,49	\$ 43.513,38	\$ 49.635,11	\$ 52.332,68
Participación laboral 15%	\$ 3.738,85	\$ 3.702,52	\$ 6.527,01	\$ 7.445,27	\$ 7.849,90
Utilidad antes de Imp. Re	\$ 21.186,83	\$ 20.980,97	\$ 36.986,37	\$ 42.189,84	\$ 44.482,78
Impuesto a la Renta 25%	\$ 5.296,71	\$ 5.245,24	\$ 9.246,59	\$ 10.547,46	\$ 11.120,69
<b>Utilidad Liquida</b>	<b>\$ 15.890,12</b>	<b>\$ 15.735,73</b>	<b>\$ 27.739,78</b>	<b>\$ 31.642,38</b>	<b>\$ 33.362,08</b>
Política de Reinversión	\$ 4.767,04	\$ 4.720,72	\$ 8.321,93	\$ 9.492,72	\$ 10.008,62
Dividendos	\$ 11.123,08	\$ 11.015,01	\$ 19.417,85	\$ 22.149,67	\$ 23.353,46

<b>Estado de Resultados</b>	<b>Escenario PESIMISTA</b>				
<b>Con Financiamiento</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$ 162.322,90	\$ 170.268,47	\$ 198.149,38	\$ 204.870,37	\$ 211.426,22
Costo de ventas	\$ 94.324,34	\$ 97.342,72	\$ 99.205,68	\$ 102.380,27	\$ 105.656,44
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 67.998,56</b>	<b>\$ 72.925,75</b>	<b>\$ 98.943,69</b>	<b>\$ 102.490,10</b>	<b>\$ 105.769,78</b>
Administrativos	\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Depreciaciones	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Amortizaciones	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos de venta	\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
Intereses	\$ 229,56	\$ 180,13	\$ 130,07	\$ 79,38	\$ 28,05
Total Gastos	\$ 43.634,10	\$ 50.092,91	\$ 60.176,82	\$ 60.126,13	\$ 62.924,79
<b>Utilidad Antes Part.Lab.e</b>	<b>\$ 24.364,45</b>	<b>\$ 22.832,83</b>	<b>\$ 38.766,88</b>	<b>\$ 42.363,97</b>	<b>\$ 42.844,99</b>
Participación laboral 15%	\$ 3.654,67	\$ 3.424,92	\$ 5.815,03	\$ 6.354,60	\$ 6.426,75
<b>Utilidad antes de Imp. Re</b>	<b>\$ 20.709,79</b>	<b>\$ 19.407,91</b>	<b>\$ 32.951,85</b>	<b>\$ 36.009,38</b>	<b>\$ 36.418,24</b>
Impuesto a la Renta 25%	\$ 5.177,45	\$ 4.851,98	\$ 8.237,96	\$ 9.002,34	\$ 9.104,56
<b>Utilidad Liquida</b>	<b>\$ 15.532,34</b>	<b>\$ 14.555,93</b>	<b>\$ 24.713,88</b>	<b>\$ 27.007,03</b>	<b>\$ 27.313,68</b>
Política de Reinversión	\$ 4.659,70	\$ 4.366,78	\$ 7.414,17	\$ 8.102,11	\$ 8.194,10
Dividendos	\$ 10.872,64	\$ 10.189,15	\$ 17.299,72	\$ 18.904,92	\$ 19.119,58
<b>Estado de Resultados</b>	<b>Escenario OPTIMISTA</b>				
<b>Con Financiamiento</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$ 170.659,25	\$ 188.057,81	\$ 230.111,73	\$ 250.113,07	\$ 271.372,68
Costo de ventas	\$ 99.168,52	\$ 107.597,84	\$ 115.288,68	\$ 125.088,22	\$ 135.720,72
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 71.490,73</b>	<b>\$ 80.459,97</b>	<b>\$ 114.823,04</b>	<b>\$ 125.024,85</b>	<b>\$ 135.651,96</b>
Administrativos	\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Depreciaciones	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Amortizaciones	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos de venta	\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
Intereses	\$ 229,56	\$ 180,13	\$ 130,07	\$ 79,38	\$ 28,05
Total Gastos	\$ 43.634,10	\$ 50.092,91	\$ 60.176,82	\$ 60.126,13	\$ 62.924,79
<b>Utilidad Antes Part.Lab.e</b>	<b>\$ 27.856,63</b>	<b>\$ 30.367,06</b>	<b>\$ 54.646,23</b>	<b>\$ 64.898,72</b>	<b>\$ 72.727,17</b>
Participación laboral 15%	\$ 4.178,49	\$ 4.555,06	\$ 8.196,93	\$ 9.734,81	\$ 10.909,07
<b>Utilidad antes de Imp. Re</b>	<b>\$ 23.678,13</b>	<b>\$ 25.812,00</b>	<b>\$ 46.449,29</b>	<b>\$ 55.163,91</b>	<b>\$ 61.818,09</b>
Impuesto a la Renta 25%	\$ 5.919,53	\$ 6.453,00	\$ 11.612,32	\$ 13.790,98	\$ 15.454,52
<b>Utilidad Liquida</b>	<b>\$ 17.758,60</b>	<b>\$ 19.359,00</b>	<b>\$ 34.836,97</b>	<b>\$ 41.372,94</b>	<b>\$ 46.363,57</b>
Política de Reinversión	\$ 5.327,58	\$ 5.807,70	\$ 10.451,09	\$ 12.411,88	\$ 13.909,07
Dividendos	\$ 12.431,02	\$ 13.551,30	\$ 24.385,88	\$ 28.961,05	\$ 32.454,50

## ANEXO E.1.8 CUENTAS POR COBRAR FUNCITY

Proyección de ingresos		Normal					
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ventas mensuales x año		\$ 13.943,16	\$ 14.640,32	\$ 17.394,06	\$ 18.304,62	\$ 19.219,85	
ESCENARIO NORMAL							
Meses	Contado	Crédito	Efectivo disponible	Gastos	Total desembolsos	Déficit/Superávit	Superávit acum.
0		80%					
1	\$ 11.154,53	\$ -	\$ 11.154,53	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 7.966,11	\$ 7.966,11
2	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 18.720,85
3	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 29.475,59
4	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 40.230,34
5	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 50.985,08
6	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 61.739,82
7	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 72.494,56
8	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 83.249,31
9	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 94.004,05
10	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 104.758,79
11	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 115.513,53
12	\$ 11.154,53	\$ 2.788,63	\$ 13.943,16	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.754,74	\$ 126.268,28
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 133.854,36</b>	<b>\$ 30.674,96</b>	<b>\$ 164.529,32</b>	<b>\$ 38.261,04</b>	<b>\$ 38.261,04</b>	<b>\$ 126.268,28</b>	<b>\$ 805.406,32</b>
13	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.500,89	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.770,12	\$ 137.038,39
14	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 147.947,94
15	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 158.857,49
16	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 169.767,03
17	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 180.676,58
18	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 191.586,13
19	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 202.495,67
20	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 213.405,22
21	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 224.314,77
22	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 235.224,32
23	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 246.133,86
24	\$ 11.712,26	\$ 2.928,06	\$ 14.640,32	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.909,55	\$ 257.043,41
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 140.547,08</b>	<b>\$ 34.997,34</b>	<b>\$ 175.544,41</b>	<b>\$ 44.769,28</b>	<b>\$ 44.769,28</b>	<b>\$ 130.775,13</b>	<b>\$ 2.364.490,82</b>
25	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 16.843,31	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.268,04	\$ 269.311,45
26	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 282.130,24
27	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 294.949,03
28	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 307.767,81
29	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 320.586,60
30	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 333.405,39
31	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 346.224,18
32	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 359.042,96
33	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 371.861,75
34	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 384.680,54
35	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 397.499,33
36	\$ 13.915,25	\$ 3.478,81	\$ 17.394,06	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.818,79	\$ 410.318,12
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 166.982,95</b>	<b>\$ 41.194,99</b>	<b>\$ 208.177,94</b>	<b>\$ 54.903,24</b>	<b>\$ 54.903,24</b>	<b>\$ 153.274,70</b>	<b>\$ 4.077.777,40</b>
37	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.122,51	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.547,24	\$ 423.865,36
38	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.729,35	\$ 437.594,71
39	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.729,35	\$ 451.324,06
40	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.729,35	\$ 465.053,42
41	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.491,85	\$ 478.545,27
42	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.491,85	\$ 492.037,12
43	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.491,85	\$ 505.528,98
44	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.491,85	\$ 519.020,83
45	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.491,85	\$ 532.512,69
46	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.491,85	\$ 546.004,54
47	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.491,85	\$ 559.496,39
48	\$ 14.643,70	\$ 3.660,92	\$ 18.304,62	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 13.491,85	\$ 572.988,25
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 175.724,39</b>	<b>\$ 43.748,98</b>	<b>\$ 219.473,37</b>	<b>\$ 56.803,24</b>	<b>\$ 56.803,24</b>	<b>\$ 162.670,13</b>	<b>\$ 5.983.971,62</b>
49	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.036,81	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.224,04	\$ 587.212,29
50	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 601.619,37
51	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 616.026,46
52	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 630.433,54
53	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 644.840,63
54	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 659.247,71
55	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 673.654,80
56	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 688.061,88
57	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 702.468,97
58	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 716.876,05
59	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 731.283,14
60	\$ 15.375,88	\$ 3.843,97	\$ 19.219,85	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 14.407,08	\$ 745.690,22
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 184.510,61</b>	<b>\$ 45.944,61</b>	<b>\$ 230.455,21</b>	<b>\$ 57.753,24</b>	<b>\$ 57.753,24</b>	<b>\$ 172.701,97</b>	<b>\$ 7.997.415,04</b>

Proyeccion de ingresos		Optimista					
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ventas mensuales x año		\$ 14.462,65	\$ 15.691,97	\$ 19.235,03	\$ 20.870,01	\$ 22.643,96	
ESCENARIO OPTIMISTA							
Meses	Contado	Crédito	Efectivo disponible	Gastos	Total desembolsos	Déficit/Superávit	Superávit acum.
0	80%	20%					
1	\$ 11.570,12	\$ -	\$ 11.570,12	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 8.381,70	\$ 8.381,70
2	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 19.655,93
3	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 30.930,15
4	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 42.204,38
5	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 53.478,61
6	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 64.752,84
7	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 76.027,07
8	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 87.301,30
9	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 98.575,52
10	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 109.849,75
11	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 121.123,98
12	\$ 11.570,12	\$ 2.892,53	\$ 14.462,65	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 11.274,23	\$ 132.398,21
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 138.841,42</b>	<b>\$ 31.817,83</b>	<b>\$ 170.659,25</b>	<b>\$ 38.261,04</b>	<b>\$ 38.261,04</b>	<b>\$ 132.398,21</b>	<b>\$ 844.679,44</b>
13	\$ 12.553,58	\$ 2.892,53	\$ 15.446,11	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.715,33	\$ 144.113,54
14	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 156.074,74
15	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 168.035,94
16	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 179.997,14
17	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 191.958,34
18	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 203.919,54
19	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 215.880,74
20	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 227.841,94
21	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 239.803,14
22	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 251.764,34
23	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 263.725,54
24	\$ 12.553,58	\$ 3.138,39	\$ 15.691,97	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 11.961,20	\$ 275.686,74
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 150.642,94</b>	<b>\$ 37.414,87</b>	<b>\$ 188.057,81</b>	<b>\$ 44.769,28</b>	<b>\$ 44.769,28</b>	<b>\$ 143.288,53</b>	<b>\$ 2.518.801,71</b>
25	\$ 15.388,02	\$ 3.138,39	\$ 18.526,42	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 13.951,15	\$ 289.637,89
26	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 304.297,65
27	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 318.957,41
28	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 333.617,16
29	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 348.276,92
30	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 362.936,68
31	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 377.596,44
32	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 392.256,20
33	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 406.915,95
34	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 421.575,71
35	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 436.235,47
36	\$ 15.388,02	\$ 3.847,01	\$ 19.235,03	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 14.659,76	\$ 450.895,23
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 184.656,27</b>	<b>\$ 45.455,46</b>	<b>\$ 230.111,73</b>	<b>\$ 54.903,24</b>	<b>\$ 54.903,24</b>	<b>\$ 175.208,49</b>	<b>\$ 4.443.198,70</b>
37	\$ 16.696,00	\$ 3.847,01	\$ 20.543,01	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 15.967,74	\$ 466.862,97
38	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 16.294,74	\$ 483.157,70
39	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 16.294,74	\$ 499.452,44
40	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 16.294,74	\$ 515.747,17
41	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 16.057,24	\$ 531.804,41
42	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 16.057,24	\$ 547.861,65
43	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 16.057,24	\$ 563.918,88
44	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 16.057,24	\$ 579.976,12
45	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 16.057,24	\$ 596.033,35
46	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 16.057,24	\$ 612.090,59
47	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 16.057,24	\$ 628.147,82
48	\$ 16.696,00	\$ 4.174,00	\$ 20.870,01	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 16.057,24	\$ 644.205,06
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 200.352,05</b>	<b>\$ 49.761,02</b>	<b>\$ 250.113,07</b>	<b>\$ 56.803,24</b>	<b>\$ 56.803,24</b>	<b>\$ 193.309,83</b>	<b>\$ 6.669.258,16</b>
49	\$ 18.115,16	\$ 4.174,00	\$ 22.289,17	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.476,40	\$ 661.681,45
50	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 679.512,64
51	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 697.343,83
52	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 715.175,01
53	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 733.006,20
54	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 750.837,38
55	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 768.668,57
56	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 786.499,76
57	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 804.330,94
58	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 822.162,13
59	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 839.993,31
60	\$ 18.115,16	\$ 4.528,79	\$ 22.643,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 17.831,19	\$ 857.824,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 217.381,98</b>	<b>\$ 53.990,70</b>	<b>\$ 271.372,68</b>	<b>\$ 57.753,24</b>	<b>\$ 57.753,24</b>	<b>\$ 213.619,44</b>	<b>\$ 9.117.035,72</b>
63	-	\$ 4.528,79					

Proyeccion de ingresos		Pesimista					
Ventas mensuales x año		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
		\$ 13.756,18	\$ 14.196,38	\$ 16.551,70	\$ 17.081,36	\$ 17.627,96	
ESCENARIO PESIMISTA							
Meses	Contado	Crédito	Efectivo disponible	Gastos	Total desembolsos	Déficit/Superávit	Superávit acum.
0	80%	20%					
1	\$ 11.004,94	\$ -	\$ 11.004,94	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 7.816,52	\$ 7.816,52
2	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 18.384,28
3	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 28.952,04
4	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 39.519,80
5	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 50.087,55
6	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 60.655,31
7	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 71.223,07
8	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 81.790,83
9	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 92.358,58
10	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 102.926,34
11	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 113.494,10
12	\$ 11.004,94	\$ 2.751,24	\$ 13.756,18	\$ 3.188,42	\$ 3.188,42	\$ 10.567,76	\$ 124.061,86
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 132.059,31</b>	<b>\$ 30.263,59</b>	<b>\$ 162.322,90</b>	<b>\$ 38.261,04</b>	<b>\$ 38.261,04</b>	<b>\$ 124.061,86</b>	<b>\$ 791.270,28</b>
13	\$ 11.357,10	\$ 2.751,24	\$ 14.108,34	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.377,56	\$ 134.439,42
14	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 144.905,02
15	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 155.370,62
16	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 165.836,23
17	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 176.301,83
18	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 186.767,43
19	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 197.233,03
20	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 207.698,64
21	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 218.164,24
22	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 228.629,84
23	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 239.095,44
24	\$ 11.357,10	\$ 2.839,28	\$ 14.196,38	\$ 3.730,77	\$ 3.730,77	\$ 10.465,60	\$ 249.561,04
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 136.285,20</b>	<b>\$ 33.983,26</b>	<b>\$ 170.268,47</b>	<b>\$ 44.769,28</b>	<b>\$ 44.769,28</b>	<b>\$ 125.499,19</b>	<b>\$ 2.304.002,79</b>
25	\$ 13.241,36	\$ 2.839,28	\$ 16.080,64	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.505,37	\$ 261.066,41
26	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 273.042,85
27	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 285.019,28
28	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 296.995,71
29	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 308.972,15
30	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 320.948,58
31	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 332.925,01
32	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 344.901,45
33	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 356.877,88
34	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 368.854,31
35	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 380.830,75
36	\$ 13.241,36	\$ 3.310,34	\$ 16.551,70	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 11.976,43	\$ 392.807,18
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 158.896,36</b>	<b>\$ 39.253,02</b>	<b>\$ 198.149,38</b>	<b>\$ 54.903,24</b>	<b>\$ 54.903,24</b>	<b>\$ 143.246,14</b>	<b>\$ 3.923.241,56</b>
37	\$ 13.665,09	\$ 3.310,34	\$ 16.975,43	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.400,16	\$ 405.207,34
38	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.506,09	\$ 417.713,43
39	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.506,09	\$ 430.219,52
40	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.575,27	\$ 4.575,27	\$ 12.506,09	\$ 442.725,60
41	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.268,59	\$ 454.994,19
42	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.268,59	\$ 467.262,78
43	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.268,59	\$ 479.531,37
44	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.268,59	\$ 491.799,96
45	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.268,59	\$ 504.068,54
46	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.268,59	\$ 516.337,13
47	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.268,59	\$ 528.605,72
48	\$ 13.665,09	\$ 3.416,27	\$ 17.081,36	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.268,59	\$ 540.874,31
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 163.981,04</b>	<b>\$ 40.889,33</b>	<b>\$ 204.870,37</b>	<b>\$ 56.803,24</b>	<b>\$ 56.803,24</b>	<b>\$ 148.067,13</b>	<b>\$ 5.679.339,89</b>
49	\$ 14.102,37	\$ 3.416,27	\$ 17.518,64	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.705,87	\$ 553.580,18
50	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 566.395,37
51	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 579.210,56
52	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 592.025,76
53	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 604.840,95
54	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 617.656,14
55	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 630.471,33
56	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 643.286,52
57	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 656.101,71
58	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 668.916,90
59	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 681.732,10
60	\$ 14.102,37	\$ 3.525,59	\$ 17.627,96	\$ 4.812,77	\$ 4.812,77	\$ 12.815,19	\$ 694.547,29
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 169.228,43</b>	<b>\$ 42.197,79</b>	<b>\$ 211.426,22</b>	<b>\$ 57.753,24</b>	<b>\$ 57.753,24</b>	<b>\$ 153.672,98</b>	<b>\$ 7.488.764,81</b>
63	-	\$ 3.525,59					

## ANEXO E.1.9 BALANCE GENERAL FUNCITY

<b>Balance General Apalancado</b>			
<b>Año 1</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 47.808,19</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 3.900,39</b>
Caja/Bancos	\$ 17.133,24	Interes Préstamo	\$ 3.900,39
Cuentas por Cobrar	\$ 30.674,96		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 8.458,87</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 16.102,15</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ 16.102,15
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ 1.417,00		
Depreciación	\$ 472,33		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 112,50		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 148,50	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 20.002,54</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ 3.359,00		
Depreciación	\$ 671,80	Capital Social	\$ 29.907,22
Equipos de cocina	\$ 235,00	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 15.890,12
(-) Depreciación acumulada	\$ 1.405,13	Dividendos	\$ 11.123,08
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 9.532,82</b>	Política de Reinversión	\$ 4.767,04
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02		
(-) Amortización acumulada	\$ 2.383,20	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 45.797,34</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 65.799,88</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 65.799,88</b>
<b>Balance General Desapalancado</b>			
<b>Año 1</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 51.854,93</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
Caja/Bancos	\$ 21.179,97	Intereses Préstamo	
Cuentas por Cobrar	\$ 30.674,96		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 8.458,87</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ -
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ 1.417,00		
Depreciación	\$ 472,33		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 112,50		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 148,50	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ 3.359,00		
Depreciación	\$ 671,80	Capital Social	\$ 53.810,14
Equipos de cocina	\$ 235,00	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 16.036,46
(-) Depreciación acumulada	\$ 1.405,13	Dividendos	\$ 11.225,53
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 9.532,82</b>	Política de Reinversión	\$ 4.810,94
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 69.846,61</b>
(-) Amortización acumulada	\$ 2.383,20		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 69.846,61</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 69.846,61</b>

<b>Balance General Apalancado</b>			
<b>Año 2</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 51.926,75</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 3.949,82</b>
Caja/Bancos	\$ 16.929,41	Interes Préstamo	\$ 3.949,82
Cuentas por Cobrar	\$ 34.997,34		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 7.053,73</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 12.152,33</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ 12.152,33
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ 1.417,00		
Depreciación	\$ 944,67		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 225,00		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 297,00	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 16.102,15</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ 3.359,00		
Depreciación	\$ 1.343,60	Capital Social	\$ 29.525,18
Equipos de cocina	\$ 235,00	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 20.502,76
(-) Depreciación acumulada	\$ 2.810,27	Dividendos	\$ 11.015,01
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 7.149,61</b>	Política de Reinversión	\$ 9.487,75
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02		
(-) Amortización acumulada	\$ 4.766,41	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 50.027,94</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 66.130,10</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 66.130,10</b>
<b>Balance General Desapalancado</b>			
<b>Año 2</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 55.991,40</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
Caja/Bancos	\$ 20.994,06	Intereses Préstamo	
Cuentas por Cobrar	\$ 34.997,34		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 7.053,73</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ -
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ 1.417,00		
Depreciación	\$ 944,67		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 225,00		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 297,00	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ 3.359,00		
Depreciación	\$ 1.343,60	Capital Social	\$ 49.533,25
Equipos de cocina	\$ 235,00	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 20.661,50
(-) Depreciación acumulada	\$ 2.810,27	Dividendos	\$ 11.095,39
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 7.149,61</b>	Política de Reinversión	\$ 9.566,11
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 70.194,75</b>
(-) Amortización acumulada	\$ 4.766,41		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 70.194,75</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 70.194,75</b>

<b>Balance General Apalancado</b>			
<b>Año 3</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 70.078,40</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 3.999,87</b>
Caja/Bancos	\$ 28.883,41	Interes Préstamo	\$ 3.999,87
Cuentas por Cobrar	\$ 41.194,99		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 5.648,60</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 8.152,46</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ 8.152,46
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ 1.417,00		
Depreciación	\$ 1.417,00		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 337,50		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 445,50	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 12.152,33</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ 3.359,00		
Depreciación	\$ 2.015,40	Capital Social	\$ 31.113,54
Equipos de cocina	\$ 235,00	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 37.227,53
(-) Depreciación acumulada	\$ 4.215,40	Dividendos	\$ 19.417,85
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 4.766,41</b>	Política de Reinversión	\$ 17.809,69
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02		
(-) Amortización acumulada	\$ 7.149,61	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 68.341,08</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 80.493,41</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 80.493,41</b>
<b>Balance General Desapalancado</b>			
<b>Año 3</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 74.161,20</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
Caja/Bancos	\$ 32.966,21	Intereses Préstamo	
Cuentas por Cobrar	\$ 41.194,99		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 5.648,60</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ -
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ 1.417,00		
Depreciación	\$ 1.417,00		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 337,50		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 445,50	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ 3.359,00		
Depreciación	\$ 2.015,40	Capital Social	\$ 47.187,40
Equipos de cocina	\$ 235,00	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 37.388,81
(-) Depreciación acumulada	\$ 4.215,40	Dividendos	\$ 19.475,89
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 4.766,41</b>	Política de Reinversión	\$ 17.912,92
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 84.576,20</b>
(-) Amortización acumulada	\$ 7.149,61		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 84.576,20</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 84.576,20</b>

<b>Balance General Apalancado</b>			
<b>Año 4</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 76.484,31</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 4.050,56</b>
Caja/Bancos	\$ 32.735,32	Interes Préstamo	\$ 4.050,56
Cuentas por Cobrar	\$ 43.748,98		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 4.044,00</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 4.101,90</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ 4.101,90
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ -		
Depreciación	\$ -		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 450,00		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 594,00	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 8.152,46</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ -	Capital Social	\$ 25.306,98
Depreciación	\$ -	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 49.452,07
Equipos de cocina	\$ 235,00	Dividendos	\$ 22.149,67
(-) Depreciación acumulada	\$ 1.044,00	Política de Reinversión	\$ 27.302,40
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 2.383,20</b>		
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02		
(-) Amortización acumulada	\$ 9.532,82	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 74.759,05</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 82.911,51</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 82.911,51</b>
<b>Balance General Desapalancado</b>			
<b>Año 4</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 80.585,48</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
Caja/Bancos	\$ 36.836,49	Intereses Préstamo	
Cuentas por Cobrar	\$ 43.748,98		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 4.044,00</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ -
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ -		
Depreciación	\$ -		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 450,00		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 594,00	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ -	Capital Social	\$ 37.406,77
Depreciación	\$ -	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 49.605,91
Equipos de cocina	\$ 235,00	Dividendos	\$ 22.185,09
(-) Depreciación acumulada	\$ 1.044,00	Política de Reinversión	\$ 27.420,81
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 2.383,20</b>		
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 87.012,68</b>
(-) Amortización acumulada	\$ 9.532,82		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 87.012,68</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 87.012,68</b>

<b>Balance General Apalancado</b>			
<b>Año 5</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 92.242,07</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 4.101,90</b>
Caja/Bancos	\$ 46.297,46	Interes Préstamo	\$ 4.101,90
Cuentas por Cobrar	\$ 45.944,61		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 5.278,33</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ (0,00)</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ (0,00)
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ 2.243,00		
Depreciación	\$ 747,67		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 562,50		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 742,50	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 4.101,90</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ -		
Depreciación	\$ -	Capital Social	\$ 32.754,02
Equipos de cocina	\$ 235,00	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 60.664,49
(-) Depreciación acumulada	\$ 2.052,67	Dividendos	\$ 23.353,46
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ -</b>	Política de Reinversión	\$ 37.311,03
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02		
(-) Amortización acumulada	\$ 11.916,02	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 93.418,50</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 97.520,40</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 97.520,40</b>
<b>Balance General Desapalancado</b>			
<b>Año 5</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 96.361,84</b>	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
Caja/Bancos	\$ 50.417,24	Intereses Préstamo	
Cuentas por Cobrar	\$ 45.944,61		
<b>ACTIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 5.278,33</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>
Instalaciones	\$ -	Préstamo	\$ -
Depreciación	\$ -		
Equipos de computación	\$ 2.243,00		
Depreciación	\$ 747,67		
Modulares y equipos de oficina	\$ 1.125,00		
Depreciación	\$ 562,50		
Muebles y enseres	\$ 1.485,00		
Depreciación	\$ 742,50	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>
Equipos eléctricos	\$ 2.243,00		
Maquinas para servicio	\$ -		
Depreciación	\$ -	Capital Social	\$ 40.839,40
Equipos de cocina	\$ 235,00	Utilidades / pérdida retenidas	\$ 60.800,78
(-) Depreciación acumulada	\$ 2.052,67	Dividendos	\$ 23.365,97
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ -</b>	Política de Reinversión	\$ 37.434,80
Gastos preoperacionales	\$ 9.799,00		
Gastos Amortizables	\$ 2.117,02	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 101.640,18</b>
(-) Amortización acumulada	\$ 11.916,02		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 101.640,18</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 101.640,18</b>

## ANEXO E.1.10 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO FUNCITY

FLUJOS DE CAJA APALANCADOS						
Flujo de fondos en el escenario NORMAL CON APALANCAMIENTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>		\$ 164.529,32	\$ 175.544,41	\$ 208.177,94	\$ 219.473,37	\$ 230.455,21
Costo de venta		\$ 95.969,53	\$ 100.768,01	\$ 104.487,75	\$ 109.712,13	\$ 115.197,74
Gastos Administrativos		\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Gasto Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Gasto Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos Publicitarios		\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
<b>EGRESOS (COSTOS Y GASTOS)</b>		\$ 139.374,08	\$ 150.680,79	\$ 164.534,49	\$ 169.758,88	\$ 178.094,49
<b>UTILIDAD OPERATIVA (BAII)</b>		\$ 25.155,24	\$ 24.863,62	\$ 43.643,45	\$ 49.714,49	\$ 52.360,73
Gasto Intereses		\$ 229,56	\$ 180,13	\$ 130,07	\$ 79,38	\$ 28,05
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION DE IMPUESTOS</b>		\$ 24.925,68	\$ 24.683,49	\$ 43.513,38	\$ 49.635,11	\$ 52.332,68
Participación Laboral (15%)		\$ 3.738,85	\$ 3.702,52	\$ 6.527,01	\$ 7.445,27	\$ 7.849,90
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 21.186,83	\$ 20.980,97	\$ 36.986,37	\$ 42.189,84	\$ 44.482,78
Impuesto a la renta (25%)		\$ 5.296,71	\$ 5.245,24	\$ 9.246,59	\$ 10.547,46	\$ 11.120,69
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 15.890,12	\$ 15.735,73	\$ 27.739,78	\$ 31.642,38	\$ 33.362,08
(+) Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
(+) Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
<b>INVERSIONES</b>						
(-) Activos tangibles e intangibles	\$ 34.448,27					\$ 2.243,00
(+) Valor de rescate						\$ 3.582,50
(-) Inversión de capital de trabajo	\$ 10.554,27					
(+) Recuperación capital de trabajo						\$ 10.554,27
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	\$ (45.002,54)	\$ 21.033,63	\$ 20.879,23	\$ 32.883,28	\$ 36.785,89	\$ 50.399,36
Préstamos						
(+) Crédito Bancario	\$ 20.002,54					
Pagos						
(-) Amortización del capital	\$ 0,00	\$ 3.900,39	\$ 3.949,82	\$ 3.999,87	\$ 4.050,56	\$ 4.101,90
<b>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	\$ (25.000,00)	\$ 17.133,24	\$ 16.929,41	\$ 28.883,41	\$ 32.735,32	\$ 46.297,46
Cálculo de VAN y TIR en escenario apalancado NORMAL						
tasa de descuento LIBRE	15,15%					
Año	VF	FA	VAN	VAN Acumulado		
0	\$ (45.002,54)	1,0000	\$ (45.002,54)	\$ (45.002,54)		
1	\$ 21.033,63	0,8685	\$ 18.267,02	\$ (26.735,52)		
2	\$ 20.879,23	0,7542	\$ 15.747,87	\$ (10.987,65)		
3	\$ 32.883,28	0,6550	\$ 21.539,53	\$ 10.551,88		
4	\$ 36.785,89	0,5689	\$ 20.926,47	\$ 31.478,35		
5	\$ 50.399,36	0,4940	\$ 24.899,65	\$ 56.378,00		
	Valor Actual Neto VAN		\$ 56.378,00			
	Tasa Interna de Retorno TIR		32%			
<b>APALANCADO</b>						
tasa de descuento INVERSIONISTA	27,20%					
Año	VF	FA	VAN	VAN Acumulado		
0	\$ (25.000,00)	1,0000	\$ (25.000,00)	\$ (25.000,00)		
1	\$ 17.133,24	0,7862	\$ 13.469,68	\$ (11.530,32)		
2	\$ 16.929,41	0,6181	\$ 10.463,52	\$ (1.066,80)		
3	\$ 28.883,41	0,4859	\$ 14.034,67	\$ 12.967,87		
4	\$ 32.735,32	0,3820	\$ 12.505,13	\$ 25.473,00		
5	\$ 46.297,46	0,3003	\$ 13.904,22	\$ 39.377,22		
	Valor Actual Neto VAN		\$ 39.377,22			
	Tasa Interna de Retorno TIR		42%			

Flujo de fondos en el escenario OPTIMISTA CON APALANCAMIENTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>		\$ 170.659,25	\$ 188.057,81	\$ 230.111,73	\$ 250.113,07	\$ 271.372,68
Costo de venta		\$ 99.168,52	\$ 107.597,84	\$ 115.288,68	\$ 125.088,22	\$ 135.720,72
Gastos Administrativos		\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Gasto Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Gasto Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos Publicitarios		\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
<b>EGRESOS (COSTOS Y GASTOS)</b>		\$ 142.573,06	\$ 157.510,63	\$ 175.335,43	\$ 185.134,97	\$ 198.617,47
<b>UTILIDAD OPERATIVA (BAII)</b>		\$ 28.086,19	\$ 30.547,19	\$ 54.776,30	\$ 64.978,10	\$ 72.755,22
Gasto Intereses		\$ 229,56	\$ 180,13	\$ 130,07	\$ 79,38	\$ 28,05
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION DE IMPUESTOS</b>		\$ 27.856,63	\$ 30.367,06	\$ 54.646,23	\$ 64.898,72	\$ 72.727,17
Participación Laboral (15%)		\$ 4.178,49	\$ 4.555,06	\$ 8.196,93	\$ 9.734,81	\$ 10.909,07
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 23.678,13	\$ 25.812,00	\$ 46.449,29	\$ 55.163,91	\$ 61.818,09
Impuesto a la renta (25%)		\$ 5.919,53	\$ 6.453,00	\$ 11.612,32	\$ 13.790,98	\$ 15.454,52
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 17.758,60	\$ 19.359,00	\$ 34.836,97	\$ 41.372,94	\$ 46.363,57
(+) Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
(+) Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
<b>INVERSIONES</b>						
(-) Activos tangibles e intangibles	\$ 34.448,27					\$ 2.243,00
(+) Valor de rescate						\$ 3.582,50
(-) Inversión de capital de trabajo	\$ 10.554,27					
(+) Recuperación capital de trabajo						\$ 10.554,27
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	\$ (45.002,54)	\$ 22.902,10	\$ 24.502,50	\$ 39.980,47	\$ 46.516,44	\$ 63.400,84
Préstamos						
(+) Crédito CFN	\$ 20.002,54					
Pagos						
(-) Amortización del capital		\$ 3.900,39	\$ 3.949,82	\$ 3.999,87	\$ 4.050,56	\$ 4.101,90
<b>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	\$ (25.000,00)	\$ 19.001,72	\$ 20.552,69	\$ 35.980,60	\$ 42.465,87	\$ 59.298,95

## Cálculo de VAN y TIR en escenario apalancado OPTIMISTA

tasa de descuento LIBRE 15,15%				
Año	VF	FA	VAN	VAN.Acumulado
0	\$ (45.002,54)	1,0000	\$ (45.002,54)	\$ (45.002,54)
1	\$ 22.902,10	0,8685	\$ 19.889,74	\$ (25.112,80)
2	\$ 24.502,50	0,7542	\$ 18.480,67	\$ (6.632,13)
3	\$ 39.980,47	0,6550	\$ 26.188,40	\$ 19.556,27
4	\$ 46.516,44	0,5689	\$ 26.461,91	\$ 46.018,18
5	\$ 63.400,84	0,4940	\$ 31.323,00	\$ 77.341,18
<b>Valor Actual Neto VAN</b>			<b>\$ 77.341,18</b>	
<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>			<b>41%</b>	

APALANCADO				
tasa de descuento INVERSIONISTA 27,20%				
Año	VF	FA	VAN	VAN.Acumulado
0	\$ (25.000,00)	1,0000	\$ (25.000,00)	\$ (25.000,00)
1	\$ 19.001,72	0,7862	\$ 14.938,63	\$ (10.061,37)
2	\$ 20.552,69	0,6181	\$ 12.702,94	\$ 2.641,57
3	\$ 35.980,60	0,4859	\$ 17.483,25	\$ 20.124,82
4	\$ 42.465,87	0,3820	\$ 16.222,27	\$ 36.347,09
5	\$ 59.298,95	0,3003	\$ 17.808,87	\$ 54.155,97
<b>Valor Actual Neto VAN</b>			<b>\$ 54.155,97</b>	
<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>			<b>53%</b>	

Flujo de fondos en el escenario PESIMISTA CON APALANCAMIENTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>		\$ 162.322,90	\$ 170.268,47	\$ 198.149,38	\$ 204.870,37	\$ 211.426,22
Costo de venta		\$ 94.324,34	\$ 97.342,72	\$ 99.205,68	\$ 102.380,27	\$ 105.656,44
Gastos Administrativos		\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Gasto Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Gasto Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos Publicitarios		\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
<b>EGRESOS (COSTOS Y GASTOS)</b>		\$ 137.728,89	\$ 147.255,50	\$ 159.252,43	\$ 162.427,01	\$ 168.553,18
<b>UTILIDAD OPERATIVA (BAII)</b>		\$ 24.594,01	\$ 23.012,96	\$ 38.896,95	\$ 42.443,36	\$ 42.873,04
Gasto Intereses		\$ 229,56	\$ 180,13	\$ 130,07	\$ 79,38	\$ 28,05
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>		\$ 24.364,45	\$ 22.832,83	\$ 38.766,88	\$ 42.363,97	\$ 42.844,99
Participación Laboral (15%)		\$ 3.654,67	\$ 3.424,92	\$ 5.815,03	\$ 6.354,60	\$ 6.426,75
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 20.709,79	\$ 19.407,91	\$ 32.951,85	\$ 36.009,38	\$ 36.418,24
Impuesto a la renta (25%)		\$ 5.177,45	\$ 4.851,98	\$ 8.237,96	\$ 9.002,34	\$ 9.104,56
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 15.532,34	\$ 14.555,93	\$ 24.713,88	\$ 27.007,03	\$ 27.313,68
(+) Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
(+) Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
<b>INVERSIONES</b>						
(-) Activos tangibles e intangibles	\$ 34.448,27					\$ 2.243,00
(+) Valor de rescate						\$ 3.582,50
(-) Inversión de capital de trabajo	\$ 10.554,27					
(+) Recuperación capital de trabajo						\$ 10.554,27
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	\$ (45.002,54)	\$ 20.675,84	\$ 19.699,44	\$ 29.857,39	\$ 32.150,54	\$ 44.350,96
Préstamos						
(+) Crédito CFN	\$ 20.002,54					
Pagos						
(-) Amortización del capital		\$ 3.900,39	\$ 3.949,82	\$ 3.999,87	\$ 4.050,56	\$ 4.101,90
<b>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	\$ (25.000,00)	\$ 16.775,46	\$ 15.749,62	\$ 25.857,51	\$ 28.099,97	\$ 40.249,06

## Cálculo de VAN y TIR en escenario apalancado PESIMISTA

tasa de descuento LIBRE 15,15%				
Año	VF	FA	VAN	VAN.Acumulado
0	\$ (45.002,54)	1,0000	\$ (45.002,54)	\$ (45.002,54)
1	\$ 20.675,84	0,8685	\$ 17.956,30	\$ (27.046,24)
2	\$ 19.699,44	0,7542	\$ 14.858,03	\$ (12.188,21)
3	\$ 29.857,39	0,6550	\$ 19.557,48	\$ 7.369,26
4	\$ 32.150,54	0,5689	\$ 18.289,55	\$ 25.658,81
5	\$ 44.350,96	0,4940	\$ 21.911,46	\$ 47.570,27
<b>Valor Actual Neto VAN</b>			<b>\$ 47.570,27</b>	
<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>			<b>29%</b>	

APALANCADO				
tasa de descuento INVERSIONISTA 27,20%				
Año	VF	FA	VAN	VAN.Acumulado
0	\$ (25.000,00)	1,0000	\$ (25.000,00)	\$ (25.000,00)
1	\$ 16.775,46	0,7862	\$ 13.188,40	\$ (11.811,60)
2	\$ 15.749,62	0,6181	\$ 9.734,32	\$ (2.077,27)
3	\$ 25.857,51	0,4859	\$ 12.564,36	\$ 10.487,09
4	\$ 28.099,97	0,3820	\$ 10.734,39	\$ 21.221,48
5	\$ 40.249,06	0,3003	\$ 12.087,74	\$ 33.309,23
<b>Valor Actual Neto VAN</b>			<b>\$ 33.309,23</b>	
<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>			<b>38%</b>	

<b>FLUJOS DE CAJA DESAPALANCADOS</b>						
<b>Flujo de fondos en el escenario NORMAL SIN APALANCAMIENTO</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>		\$ 164.529,32	\$ 175.544,41	\$ 208.177,94	\$ 219.473,37	\$ 230.455,21
Costo de venta		\$ 95.969,53	\$ 100.768,01	\$ 104.487,75	\$ 109.712,13	\$ 115.197,74
Gastos Administrativos		\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Gasto Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Gasto Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos Publicitarios		\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
<b>EGRESOS (COSTOS Y GASTOS)</b>		\$ 139.374,08	\$ 150.680,79	\$ 164.534,49	\$ 169.758,88	\$ 178.094,49
<b>UTILIDAD OPERATIVA (BAIL)</b>		\$ 25.155,24	\$ 24.863,62	\$ 43.643,45	\$ 49.714,49	\$ 52.360,73
Gasto Intereses						
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>		\$ 25.155,24	\$ 24.863,62	\$ 43.643,45	\$ 49.714,49	\$ 52.360,73
Participación Laboral (15%)		\$ 3.773,29	\$ 3.729,54	\$ 6.546,52	\$ 7.457,17	\$ 7.854,11
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 21.381,95	\$ 21.134,08	\$ 37.096,94	\$ 42.257,32	\$ 44.506,62
Impuesto a la renta (25%)		\$ 5.345,49	\$ 5.283,52	\$ 9.274,23	\$ 10.564,33	\$ 11.126,65
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 16.036,46	\$ 15.850,56	\$ 27.822,70	\$ 31.692,99	\$ 33.379,96
(+) Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
(+) Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
<b>INVERSIONES</b>						
(-) Activos tangibles e intangibles	\$ 34.448,27					\$ 2.243,00
(+) Valor de rescate						\$ 3.582,50
(-) Inversión de capital de trabajo	\$ 10.554,27					
(+) Recuperación capital de trabajo						\$ 10.554,27
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	\$ (45.002,54)	\$ 21.179,97	\$ 20.994,06	\$ 32.966,21	\$ 36.836,49	\$ 50.417,24
Préstamos						
Crédito CFN	\$ 0,00					
Pagos						
(-) Amortización del capital		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	\$ (45.002,54)	\$ 21.179,97	\$ 20.994,06	\$ 32.966,21	\$ 36.836,49	\$ 50.417,24
<b>Cálculo de VAN y TIR en escenario desapalancado NORMAL</b>						
tasa de descuento LIBRE	18,05%					
Año	VF	FA	VAN	VAN.Acumulado		
0	\$ (45.002,54)	1,0000	\$ (45.002,54)	\$ (45.002,54)		
1	\$ 21.179,97	0,8471	\$ 17.941,98	\$ (27.060,56)		
2	\$ 20.994,06	0,7176	\$ 15.065,61	\$ (11.994,94)		
3	\$ 32.966,21	0,6079	\$ 20.040,31	\$ 8.045,37		
4	\$ 36.836,49	0,5150	\$ 18.969,63	\$ 27.015,00		
5	\$ 50.417,24	0,4362	\$ 21.994,03	\$ 49.009,04		
	<b>Valor Actual Neto VAN</b>		\$ 49.009,04			
	<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>		29%			
<b>DESAPALANCADO</b>						
tasa de descuento INVERSIONISTA	18,05%					
Año	VF	FA	VAN	VAN.Acumulado		
0	\$ (45.002,54)	1,0000	\$ (45.002,54)	\$ (45.002,54)		
1	\$ 21.179,97	0,8471	\$ 17.941,98	\$ (27.060,56)		
2	\$ 20.994,06	0,7176	\$ 15.065,61	\$ (11.994,94)		
3	\$ 32.966,21	0,6079	\$ 20.040,31	\$ 8.045,37		
4	\$ 36.836,49	0,5150	\$ 18.969,63	\$ 27.015,00		
5	\$ 50.417,24	0,4362	\$ 21.994,03	\$ 49.009,04		
	<b>Valor Actual Neto VAN</b>		\$ 49.009,04			
	<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>		29%			

FUNCITY						
Flujo de fondos en el escenario OPTIMISTA SIN APALANCAMIENTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>		\$ 170.659,25	\$ 188.057,81	\$ 230.111,73	\$ 250.113,07	\$ 271.372,68
Costo de venta		\$ 99.168,52	\$ 107.597,84	\$ 115.288,68	\$ 125.088,22	\$ 135.720,72
Gastos Administrativos		\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Gasto Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Gasto Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos Publicitarios		\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
<b>EGRESOS (COSTOS Y GASTOS)</b>		\$ 142.573,06	\$ 157.510,63	\$ 175.335,43	\$ 185.134,97	\$ 198.617,47
<b>UTILIDAD OPERATIVA (BAIL)</b>		\$ 28.086,19	\$ 30.547,19	\$ 54.776,30	\$ 64.978,10	\$ 72.755,22
Gasto Intereses						
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>		\$ 28.086,19	\$ 30.547,19	\$ 54.776,30	\$ 64.978,10	\$ 72.755,22
Participación Laboral (15%)		\$ 4.212,93	\$ 4.582,08	\$ 8.216,44	\$ 9.746,72	\$ 10.913,28
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 23.873,26	\$ 25.965,11	\$ 46.559,85	\$ 55.231,39	\$ 61.841,93
Impuesto a la renta (25%)		\$ 5.968,31	\$ 6.491,28	\$ 11.639,96	\$ 13.807,85	\$ 15.460,48
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 17.904,94	\$ 19.473,83	\$ 34.919,89	\$ 41.423,54	\$ 46.381,45
(+) Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
(+) Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
<b>INVERSIONES</b>						
(-) Activos tangibles e intangibles	\$ 34.448,27					\$ 2.243,00
(+) Valor de rescate						\$ 3.582,50
(-) Inversión de capital de trabajo	\$ 10.554,27					
(+) Recuperación capital de trabajo						\$ 10.554,27
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	\$ (45.002,54)	\$ 23.048,45	\$ 24.617,34	\$ 40.063,39	\$ 46.567,05	\$ 63.418,72
Préstamos						
(+) Crédito CFN	\$ 0,00					
Pagos						
(-) Amortización del capital		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Flujo de caja neto</b>	\$ (45.002,54)	\$ 23.048,45	\$ 24.617,34	\$ 40.063,39	\$ 46.567,05	\$ 63.418,72
<b>Cálculo de VAN y TIR en escenario desapalancado OPTIMISTA</b>						
<b>tasa de descuento LIBRE</b>	18,05%					
<b>Año</b>	<b>VF</b>	<b>FA</b>	<b>VAN</b>	<b>VAN.Acumulado</b>		
0	\$ (45.002,54)	1,0000	\$ (45.002,54)	\$ (45.002,54)		
1	\$ 23.048,45	0,8471	\$ 19.524,81	\$ (25.477,73)		
2	\$ 24.617,34	0,7176	\$ 17.665,72	\$ (7.812,01)		
3	\$ 40.063,39	0,6079	\$ 24.354,73	\$ 16.542,72		
4	\$ 46.567,05	0,5150	\$ 23.980,56	\$ 40.523,28		
5	\$ 63.418,72	0,4362	\$ 27.665,81	\$ 68.189,09		
<b>Valor Actual Neto VAN</b>			<b>\$ 68.189,09</b>			
<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>			<b>38%</b>			

DESAPALANCADO				
tasa de descuento INVERSIONISTA				
18,05%				
Año	VF	FA	VAN	VAN.Acumulado
0	\$ (45.002,54)	1,0000	\$ (45.002,54)	\$ (45.002,54)
1	\$ 23.048,45	0,8471	\$ 19.524,81	\$ (25.477,73)
2	\$ 24.617,34	0,7176	\$ 17.665,72	\$ (7.812,01)
3	\$ 40.063,39	0,6079	\$ 24.354,73	\$ 16.542,72
4	\$ 46.567,05	0,5150	\$ 23.980,56	\$ 40.523,28
5	\$ 63.418,72	0,4362	\$ 27.665,81	\$ 68.189,09
<b>Valor Actual Neto VAN</b>			<b>\$ 68.189,09</b>	
<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>			<b>38%</b>	

<b>FUNCITY</b>						
<b>Flujo de fondos en el escenario PESIMISTA SIN APALANCAMIENTO</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>		\$ 162.322,90	\$ 170.268,47	\$ 198.149,38	\$ 204.870,37	\$ 211.426,22
Costo de venta		\$ 94.324,34	\$ 97.342,72	\$ 99.205,68	\$ 102.380,27	\$ 105.656,44
Gastos Administrativos		\$ 19.600,10	\$ 19.600,10	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30	\$ 34.442,30
Gasto Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
Gasto Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
Gastos Publicitarios		\$ 18.660,94	\$ 25.169,18	\$ 20.460,94	\$ 20.460,94	\$ 23.310,94
<b>EGRESOS (COSTOS Y GASTOS)</b>		\$ 137.728,89	\$ 147.255,50	\$ 159.252,43	\$ 162.427,01	\$ 168.553,18
<b>UTILIDAD OPERATIVA (BAII)</b>		\$ 24.594,01	\$ 23.012,96	\$ 38.896,95	\$ 42.443,36	\$ 42.873,04
Gasto Intereses						
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>		\$ 24.594,01	\$ 23.012,96	\$ 38.896,95	\$ 42.443,36	\$ 42.873,04
Participación Laboral (15%)		\$ 3.689,10	\$ 3.451,94	\$ 5.834,54	\$ 6.366,50	\$ 6.430,96
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 20.904,91	\$ 19.561,02	\$ 33.062,41	\$ 36.076,85	\$ 36.442,08
Impuesto a la renta (25%)		\$ 5.226,23	\$ 4.890,25	\$ 8.265,60	\$ 9.019,21	\$ 9.110,52
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 15.678,68	\$ 14.670,76	\$ 24.796,81	\$ 27.057,64	\$ 27.331,56
(+) Depreciaciones		\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30	\$ 2.760,30
(+) Amortizaciones		\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20	\$ 2.383,20
<b>INVERSIONES</b>						
(-) Activos tangibles e intangibles	\$ 34.448,27					\$ 2.243,00
(+) Valor de rescate						\$ 3.582,50
(-) Inversión de capital de trabajo	\$ 10.554,27					
(+) Recuperación capital de trabajo						\$ 10.554,27
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	\$ (45.002,54)	\$ 20.822,19	\$ 19.814,27	\$ 29.940,31	\$ 32.201,14	\$ 44.368,84
Préstamos						
(+) Crédito CFN	\$ 0,00					
Pagos						
(-) Amortización del capital		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Flujo de caja neto</b>	\$ (45.002,54)	\$ 20.822,19	\$ 19.814,27	\$ 29.940,31	\$ 32.201,14	\$ 44.368,84
<b>Cálculo de VAN y TIR en escenario desapalancado PESIMISTA</b>						
<b>tasa de descuento LIBRE</b>	<b>18,05%</b>					
<b>Año</b>	<b>VF</b>	<b>FA</b>	<b>VAN</b>	<b>VAN.Acumulado</b>		
0	\$ (45.002,54)	1,0000	\$ (45.002,54)	\$ (45.002,54)		
1	\$ 20.822,19	0,8471	\$ 17.638,90	\$ (27.363,64)		
2	\$ 19.814,27	0,7176	\$ 14.218,98	\$ (13.144,66)		
3	\$ 29.940,31	0,6079	\$ 18.200,85	\$ 5.056,19		
4	\$ 32.201,14	0,5150	\$ 16.582,57	\$ 21.638,77		
5	\$ 44.368,84	0,4362	\$ 19.355,48	\$ 40.994,24		
<b>Valor Actual Neto VAN</b>			<b>\$ 40.994,24</b>			
<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>			<b>26%</b>			

<b>DESAPALANCADO</b>				
<b>tasa de descuento INVERSIONISTA</b>	<b>18,05%</b>			
<b>Año</b>	<b>VF</b>	<b>FA</b>	<b>VAN</b>	<b>VAN.Acumulado</b>
0	\$ (45.002,54)	1,0000	\$ (45.002,54)	\$ (45.002,54)
1	\$ 20.822,19	0,8471	\$ 17.638,90	\$ (27.363,64)
2	\$ 19.814,27	0,7176	\$ 14.218,98	\$ (13.144,66)
3	\$ 29.940,31	0,6079	\$ 18.200,85	\$ 5.056,19
4	\$ 32.201,14	0,5150	\$ 16.582,57	\$ 21.638,77
5	\$ 44.368,84	0,4362	\$ 19.355,48	\$ 40.994,24
<b>Valor Actual Neto VAN</b>			<b>\$ 40.994,24</b>	
<b>Tasa Interna de Retorno TIR</b>			<b>26%</b>	

## ANEXO E.1.11 PUNTO DE EQUILIBRIO FUNCITY

Cálculo del punto de equilibrio					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos totales	\$ 131.130,57	\$ 140.637,29	\$ 154.490,99	\$ 159.715,37	\$ 165.200,98
Precio de venta promedio	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Costo de ventas	\$ 7,59	\$ 7,59	\$ 7,59	\$ 7,59	\$ 7,59
<b>Margen de contribución</b>	<b>\$ 492,41</b>				
<b>Punto de equilibrio en cantidad</b>	<b>266</b>	<b>286</b>	<b>314</b>	<b>324</b>	<b>335</b>
No. de paquetes diarios vendidos	1	1	1	1	1
<b>Punto de equilibrio en dólares</b>	<b>\$ 133.150,59</b>	<b>\$ 142.803,75</b>	<b>\$ 156.870,86</b>	<b>\$ 162.175,73</b>	<b>\$ 167.745,84</b>

Punto de equilibrio en el año 1			
Año 1		variación unidades	100
ingresos totales	costo fijo	costos totales	no. unidades
\$ (66.849,41)	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	-134
\$ (16.849,41)	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	-34
\$ 33.150,59	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	66
\$ 83.150,59	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	166
<b>\$ 133.150,59</b>	<b>\$ 131.130,57</b>	<b>\$ 131.130,57</b>	<b>266</b>
\$ 183.150,59	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	366
\$ 233.150,59	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	466
\$ 283.150,59	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	566
\$ 333.150,59	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	666
\$ 383.150,59	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	766

Punto de equilibrio en el año 2			
Año 2		variación unidades	100
ingresos totales	costo fijo	costos totales	no. unidades
\$ (57.196,25)	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	-114
\$ (7.196,25)	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	-14
\$ 42.803,75	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	86
\$ 92.803,75	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	186
<b>\$ 142.803,75</b>	<b>\$ 131.130,57</b>	<b>\$ 131.130,57</b>	<b>286</b>
\$ 192.803,75	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	386
\$ 242.803,75	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	486
\$ 292.803,75	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	586
\$ 342.803,75	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	686
\$ 392.803,75	\$ 131.130,57	\$ 131.130,57	786



## ANEXO E.1.12 SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD EN EL PRECIO				
Cambio del 5% en los precios				
ESCENARIO	VENTAS	FLUJO DE CAJA	VAN	TIR
<b>NORMAL</b>				
AÑO 1	164529,316	21033,62527		
AÑO 2	175544,415	20879,22999		
AÑO 3	208177,945	32883,28452		
AÑO 4	219473,372	36785,88742		
AÑO 5	230455,213	50399,35663	56378,0036	32%
<b>OPTIMISTA</b>				
AÑO 1	170659,248	22902,10428		
AÑO 2	188057,814	24502,5043		
AÑO 3	230111,726	39980,47259		
AÑO 4	250113,07	46516,43909		
AÑO 5	271372,681	63400,84275	77341,1767	41%
<b>PESIMISTA</b>				
AÑO 1	162322,898	20675,8434		
AÑO 2	170268,466	19699,43505		
AÑO 3	198149,378	29857,38789		
AÑO 4	204870,367	32150,53755		
AÑO 5	211426,219	44350,95531	47570,269	29%
<b>SENSIBILIDAD EN EL PRECIO</b>				
Cambio del 5% en los precios				
ESCENARIO	VENTAS	FLUJO DE CAJA	VAN	TIR
<b>NORMAL</b>				
AÑO 1	172559,872	26153,10444		
AÑO 2	184112,609	26341,45394		
AÑO 3	218439,362	39424,93764		
AÑO 4	230269,297	43668,28961		
AÑO 5	241790,934	57625,87893	76714,3388	43%
<b>OPTIMISTA</b>				
AÑO 1	178957,489	28192,23275		
AÑO 2	197202,053	30331,95689		
AÑO 3	241428,782	47195,09601		
AÑO 4	262415,73	54359,3846		
AÑO 5	284721,067	71910,43863	99723,8331	52%
<b>PESIMISTA</b>				
AÑO 1	170215,787	25707,56007		
AÑO 2	178547,705	24977,44998		
AÑO 3	207894,427	36069,85631		
AÑO 4	214947,611	38574,78049		
AÑO 5	221825,935	50980,77403	66920,3888	39%

SENSIBILIDAD EN LA CANTIDAD				
Cambio del 5% en la cantidad de eventos realizados				
ESCENARIO	VENTAS	FLUJO DE CAJA	VAN	TIR
<b>NORMAL</b>				
AÑO 1	467	21033,62527	56378,0036	32%
AÑO 2	490	20879,22999		
AÑO 3	515	32883,28452		
AÑO 4	540	36785,88742		
AÑO 5	567	50399,35663		
<b>OPTIMISTA</b>				
AÑO 1	482	22902,10428	77341,17674	41%
AÑO 2	523	24502,5043		
AÑO 3	568	39980,47259		
AÑO 4	616	46516,43909		
AÑO 5	668	63400,84275		
<b>PESIMISTA</b>				
AÑO 1	459	20675,8434	47570,26902	29%
AÑO 2	473	19699,43505		
AÑO 3	488	29857,38789		
AÑO 4	504	32150,53755		
AÑO 5	520	44350,95531		
<b>SENSIBILIDAD EN LA CANTIDAD</b>				
Cambio del 5% en la cantidad de eventos realizados				
ESCENARIO	VENTAS	FLUJO DE CAJA	VAN	TIR
<b>NORMAL</b>				
AÑO 1	490	23218,96835	66043,90326	37%
AÑO 2	515	23262,72788		
AÑO 3	540	36188,40957		
AÑO 4	567	40284,52686		
AÑO 5	596	54073,18855		
<b>OPTIMISTA</b>				
AÑO 1	506	25180,87131	88055,23506	46%
AÑO 2	549	27067,16591		
AÑO 3	596	43640,45705		
AÑO 4	647	50501,60612		
AÑO 5	702	67724,74897		
<b>PESIMISTA</b>				
AÑO 1	482	22843,29739	56795,78195	34%
AÑO 2	497	22023,9432		
AÑO 3	513	33011,21812		
AÑO 4	529	35417,4095		
AÑO 5	546	47722,36716		