

Plan de negocios para una empresa en alquiler de mobiliario especializado para eventos en la Ciudad de México

Blas Camacho, Maribel

2015-05-13

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/934>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto
Presidencial del 3 de abril de 1981



PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA EN ALQUILER DE MOBILIARIO ESPECIALIZADO PARA EVENTOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO

DIRECTOR DEL TRABAJO
MTRO. JAIME CARLO FRANCO GARCÍA

ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE CASO
para obtener el Grado de
MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS FINANCIERAS

Presenta

MARIBEL BLAS CAMACHO

Puebla, Pue.

2013

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	vi
CAPITULO 1 ANTECEDENTES	1
1.1 Introducción	1
1.2 Análisis de los recursos	2
1.3 Identificación de necesidades.....	3
1.4 Definición de objetivo general del proyecto	3
1.5 Planteamiento del problema	4
1.6 Definición de alternativas de solución	4
1.7. Plan Estratégico.....	5
1.7.1 Misión.....	5
1.7.2 Visión	5
1.7.3 Objetivos de la empresa.....	5
1.8 Objetivos del estudio.....	6
1.8.1 Objetivos del estudio por área	6
1.9 Conclusiones del capítulo.....	7

CAPITULO 2.- ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	8
2.1 Objetivos del estudio de mercado	8
2.2 Definición de mercado meta	8
2.2.1 Variables de segmentación	9
2.2.2 Perfil del mercado meta.....	9
2.2.3 Motivos de compra	10
2.3 Investigación de mercado.....	12
2.3.1 Definición del problema y objetivos de la investigación.....	14
2.3.2 Diseño de la investigación.....	15
2.3.3 Resultados.....	16
2.3.4 Demanda estimada.....	21
2.4 Análisis de la competencia.....	22
2.4.1 Identificación de competidores.....	22
2.5 Estrategias de comercialización.	24
2.5.1 Ventaja Competitiva.....	26
2.5.2 Estrategia de posicionamiento	26
2.5.3 Estrategia de lanzamiento	27
2.5.4 Determinación del precio.....	29
2.5.5 Canales de comercialización y puntos de venta	29

2.6 Conclusiones de capítulo.....	32
 CAPITULO 3.- ESTUDIO TÉCNICO	34
3.1 Objetivos del estudio técnico	34
3.2 Descripción del proceso	34
3.3 Identificación de maquinaria y equipo	37
3.4 Descripción de instalaciones	38
3.5 Recursos Humanos.....	39
3.5.1 Organigrama	39
3.5.2 Descripción de puestos	40
3.5.3 Sueldos	43
3.6 Análisis de localización de proyecto.....	44
3.7 Trámites legales para la instalación de la empresa.....	45
3.8 Conclusiones del capítulo.....	48
 Capítulo 4 ESTUDIO ECONOMICO	49
4.1 Objetivos del estudio económico	49
4.2 Presupuesto de inversión inicial	49
4.3 Depreciación	50

4.4 Presupuesto de Ventas.....	53
4.5 Presupuesto de costo de ventas o costo de producción	54
4.6 Presupuesto de operación	54
4.7 Tabla de amortización	55
4.8 Estado de resultados Pro-Forma y Flujos Netos de Efectivo	56
4.9 Punto de Equilibrio	60
4.10 Cálculo e interpretación de indicadores financieros.....	61
4.10.1 Valor actual neto.....	63
4.10.2 Periodo de recuperación de la Inversión.....	63
4.10.3 Tasa interna de Retorno	64
4.11 Conclusiones del capítulo.....	66
Referencias	67
Anexos	70

Resumen Ejecutivo

I. Información General

Proyecto	Alquiladorade mobiliario especializadopara eventos sociales
Ubicación del Proyecto	Ciudad de México
Sector de la Actividad	Actividad de servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos prestados por el sector privado(INEGI)
Descripción (una línea)	Alquiladora con servicio especializado, en zona residencial con gran potencial de mercado.

Responsable de Proyecto	Maribel Blas Camacho
Teléfono	(55) 43329525
Correo Electrónico	mia_mbc@hotmail.com

II. Descripción del Proyecto

El proyecto de inversión es una alquiladora para eventos sociales, con servicio de cristalería, cubertería, mantelería, vajilla, equipo y servicio de montaje, ~~coordinación~~ de organización de eventos. Dicho proyecto se desea localizar en la Plaza P Taxqueña, en la Colonia Paseos de Taxqueña, ~~Del~~ Coyoacán en la Ciudad México.

III. Ventajas Competitivas

Producto Sustituto	No existe un servicio sustituto para este proyecto de inversión
Proveedores	Existe una amplia gama de proveedores dentro de las diferentes industrias de las cuales se requiere para los insumos
Alianzas	Servicios como la música, meseros u otro tipo de entretenimiento se buscarán alianzas para ampliar la gama de servicios a ofrecer
Diferenciador	El principal diferenciador de este proyecto es la innovación en el mobiliario, la calidad del mismo y los precios competitivos en el mercado, así como un servicio personalizado de alta calidad.

IV. Mercado

Demanda estimada	Después de una investigación de mercado con una muestra total de 149,161 viviendas, se concluyó que la demanda estimada era de 52,206 viviendas que potencialmente usan el servicio de alquiler de mobiliario para sus eventos.
Mercado meta	El mercado al cual se enfoca este proyecto de inversión es de clase alta, media alta y media (A/E C+ y C).
Competidores	Se localizaron 106 alquiladoras en dos diferentes delegaciones, Coyoacán y Tlalpan (consideradas zonas de influencia).
Competidores Indirectos	En esta categoría se encuentran restaurantes, bares, discotecas y salones de fiestas.

V. Datos Económicos y Financieros

Inversión a Realizar	La inversión inicial es de \$862,502.00 que incluye todo el mobiliario a rentar, el equipo de transporte, depósito del local, equipo de cómputo y la publicidad.
Financiamiento	El 50% del total de la inversión inicial será financiada por el banco Santander con un interés del 19%, por dos años con pagos bimestrales.
Recuperación del capital	En el Estado Resultados Proforma se puede ver que la recuperación del capital es en el tercer año de vida del proyecto.

CAPITULO 1 ANTECEDENTES

1.1 Introducción

En un mundo tan cambiante y globalizado como en el que se vive actualmente, la especialización del trabajo y el desarrollo tecnológico han conducido hacia la formación de especialidades y actividades que están directamente relacionadas con la evolución del conocimiento humano. Debido a la necesidad ilimitada de consumir creciente volumen de información que debe manejarse, el ser humano ha buscado caminos óptimos que le permitan recolectar y recibir información mejorando los niveles de comunicación personales (Mill & Morrison, 2002).

Por ello, en las diferentes áreas, como la medicina, la educación, la industria, el comercio, el turismo, la hospitalidad, etc; se desarrollan eventos que necesitan ser previamente planificados, organizados y coordinados, de manera que se produzcan, en un tiempo y lugar determinados un procesos para su desarrollo y control, que faciliten el intercambio tanto de información como de contacto humano. Es así que surge, de acuerdo a la realidad mundial, continental y local, que se vive, un área especializada, que sustenta ciertas tecnologías necesarias para lograr cumplir con la función que se denomina Producción de Eventos, según Dittmer, en su libro las dimensiones de la hospitalidad (2002). Organizar un evento requiere de cierto grado de especialización y experiencia mínima que garantice el éxito a futuro del acontecimiento, de allí proviene su enorme valor y trascendencia para los distintos campos o áreas de la producción y de los servicios ofertados.

En el presente documento se analizará un proyecto de inversión, el cual se eligió en base a la matriz de alternativas. En esta matriz se estudiaron 4 alternativas, las cuales son: alquiladora para banquetes y todo tipo de eventos, restaurante, importación de frutas y legumbres y motel; por cuestiones de viabilidad, factibilidad y costo-beneficio, se escogió como proyecto la alquiladora para banquetes y todo tipo de eventos. Dicho negocio contará con el servicio de cristalería, cubertería, mantelería, vajilla y equipo de montaje, con la opción de organización de eventos. Se considera que este proyecto de inversión tendrá la capacidad a mediano plazo de convertirse en organizadora de eventos y más tarde dejará de subcontratar ciertos servicios, de los cuales por el momento no contará. Dicho proyecto de inversión requiere un estudio detallado del mercado así como de la parte financiera, ya que es considerado un proyecto de alto riesgo.

1.2 Análisis de los recursos

Los recursos son el conjunto de factores o activos que tiene una organización para llevar a cabo sus acciones. Estos pueden ser tanto físicos, tecnológicos, humanos y organizativos. En el presente documento se analizan los recursos con los que ya se cuentan como activos fijos (una bodega de almacenamiento y el de medio de transporte de los instrumentos para el negocio) y los recursos financieros con los cuales se cuenta o mediar si es mejor buscar un préstamo bancario, también se realiza un estudio sobre el capital humano necesario para un excelente funcionamiento del proyecto de inversión.

La importancia de los recursos permite desarrollar debidamente una actividad a partir de una adecuada combinación de los recursos, esto se ve reflejado en la capacidad de toma de decisiones

de una organización. La importancia del estudio de los recursos reside en cumplir de manera viable y efectiva con los propósitos de dicho negocio.

1.3 Identificación de necesidades

La identificación de necesidades es el primer paso en un proyecto. El mercado identificado para el dicho proyecto, requiere que se cubran ciertas necesidades para permitir la innovación en los productos a ofertar, es decir, no caer en la misma monotonía de las demás alquiladoras y ofrecer productos nuevos y al mismo tiempo que satisfagan la necesidad principal del cliente, que es montaje y servicio para sus eventos sociales. Otra necesidad es cercanía y el buen trato, a pesar que existen algunas otras alquiladoras en los alrededores de la zona de influencia, ninguna está dentro de la zona de impacto a que este proyecto se enfoca cuanto al servicio y calidad, estos serán la premisa central de este proyecto de inversión.

1.4 Definición de objetivo general del proyecto

Este proyecto de inversión es una alquiladora para eventos sociales, con servicio de renta de cristalería, cubertería, mantelería, vajilla, equipo y servicio de montaje, con la opción de organización de eventos. Lo que se desea es determinar la viabilidad económica de una empresa enfocada a la prestación de servicios, antes de iniciarse, mediante el análisis de mercado, técnico y financiero para tomar una decisión de inversión, la cual se ubicará en la Plaza Paseos de Taxqueña, en la Colonia Paseos de Taxqueña, Delegación Coyoacán en la Ciudad de México. La zona de influencia contempla la delegación Coyoacán y parte de la delegación Tlalpan.

1.5 Planteamiento del problema

Las alquiladoras, en términos generales, se encargan de rentar el mobiliario para fiestas. Este proyecto de inversión quiere hacer algo más que eso, aparte de la renta del equipo, se pretende crear toda la ambientación para el evento, estar al pendiente de cada detalle que el cliente necesite para hacer de su fiesta algo más que un evento social, y para esto se ha pensado en crear paquetes donde se ofrezcan servicios completos, desde la renta del equipo, la ambientación y toda la organización del evento, así como todos los servicios que se requieran para ello. A pesar de que este proyecto de inversión, al inicio solo contará con el mobiliario para eventos; los demás servicios que sean pedidos por el cliente serán subcontratados, se explica en el siguiente punto.

1.6 Definición de alternativas de solución

Se plantea que para que se logre lo anterior una de las alternativas de solución son las alianzas que se harán con diferentes proveedores, como la música, el catering, tipo de entretenimiento en específico, mobiliario especializado y servicios como ser fotografía, entre otros. Otra alternativa es ofrecer los servicios de este proyecto de inversión a jardines o salones para fiestas que no cuenten con el mobiliario para realizar el evento.

1.7. Plan Estratégico

1.7.1 Misión

Nuestra misión es brindar un servicio profesional y disfrutar de la vida a través de compartir con nuestros clientes sus momentos más importantes. Ofrecer calidad total en cada uno de los eventos de los cuales somos parte y cerciorarnos de satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

1.7.2 Visión

Consolidarnos como la empresa preferida por su innovación, calidad y servicio al cliente, en la organización de eventos, con excelencia en el alquiler de mesas, sillas, cubertería, y mantelería, donde se brinde un producto de calidad y en donde el mejoramiento continuo sea del agrado de nuestros consumidores. Pretendemos ser una organización comprometido totalmente con el cliente y un ejemplo para la sociedad a lo que se refiere a un buen servicio.

1.7.3 Objetivos de la empresa

Corto Plazo: Competir con las alquiladoras más importantes dentro de la zona de influencia, teniendo como un mínimo de 8 eventos al mes en el primer mes de arranque de la empresa.

Mediano Plazo: Incrementar el número de eventos al mes con un mínimo de 13, ofertar los servicios de la empresa a otros negocios y tener un crecimiento paulatino pero eficaz.

Largo Plazo: Se pretende permanecer en la mente ~~creado~~, ser la primera opción cuando el cliente desee organizar su evento. Se desea lograr a 25 eventos al mes, así como tener la infraestructura y los recursos para realizarlos.

1.8 Objetivos del estudio

El presente documento pretende hacer un estudio ~~analizado~~ del proyecto de inversión, para saber cuáles son sus oportunidades así como sus debilidades, estudiar sus fortalezas y también sus amenazas. Otro factor importante de estudio es el financiero, debido que requiere un especial cuidado ya que es un ~~proyecto~~ proyecto de inversión de alto riesgo. El estudio de mercado debe ser debidamente aplicado y diseñado para delimitar el mercado meta, así como para conocerlo. Es importante también estudiar a la competencia, establecer estrategias de lanzamiento, posicionamiento y definir la zona de impacto y de influencia.

1.8.1 Objetivos del estudio por área

Mercado El estudio de mercado debe realizarse con detenimiento y precisión para reducir riesgos y así poder conocer las necesidades exactas de l mercado meta ~~evaluando~~ el presente proyecto de inversión.

Técnica Se debe hacer un estudio de los activos fijos o maquinaria con la que se cuenta, y de aquella que se necesita para poder arrancar el proyecto. Esto evitara hacer compras innecesarias y minimizar ~~el~~ monto de inversión para el proyecto.

Organización El recurso humano es importante en cualquier organización, así como estudiar los puestos e trabajo, las tareas a desempeñar, realizar un manual de operaciones, tener claro los sueldos y los ámbitos laborales, con el fin de optimizar el funcionamiento del negocio.

Financiera Es aquí donde debe ponerse especial atención, decidir que tipo de financiamiento es el mejor para la vida y operación del proyecto.

1.9 Conclusiones del capítulo

En el presente capítulo se estableció tipo de proyecto de inversión que se va a desarrollar: una alquiladora de mobiliario para eventos sociales, que cumpla con necesidades específicas del mercado meta, lo cual se conocerá en el capítulo siguiente, que es el estudio de mercado y comercialización.

El plan estratégico quedó especificado junto con la misión, visión y los objetivos, tanto de la empresa como los de cada área. Es importante regresar a esta parte cada vez que se tengan dudas de algún aspecto del proyecto, ya que son estos los que marcan una pauta de como ir trabajando, sin olvidar lo que ya se ha especificado, claro que también pueden cambiar, siempre y cuando sea coherente con el objetivo del proyecto de inversión.

CAPITULO 2.- ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

2.1 Objetivos del estudio de mercado

El estudio de mercado es una parte esencial en cualquier proyecto de inversión, de ahí depende su éxito, es decir, si el estudio de mercado está bien delimitado y definido, el proyecto será claro y llegará al mercado esperado. Para eso se requiere conocer el mercado al que se pretende llegar, y en este proyecto de inversión se trata conocer las necesidades del mercado a la hora de elegir una alquiladora para sus eventos. El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo. Otro objetivo de dicho estudio es revelar información de competidores, proveedores, condiciones especiales del mercado y hábitos de consumo.

Cuestiones como la cercanía, la innovación en el mobiliario, la frecuencia de los eventos en la zona de impacto así como en la zona de influencia al costo que está dispuesto a pagar el mercado meta, entre otras, son preguntas que en esta parte del estudio deben despejarse.

2.2 Definición de mercado meta

Philip Kotler (2002), en su libro Dirección de Mercadotecnia, define el mercado meta como el mercado al que se sirve o la parte del mercado disponible calificada que la empresa desea captar. Cabe señalar, que según Philip Kotler, el mercado disponible calificado es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con el ofertado del mercado en particular.

En este proyecto de inversión se puede definir como mercado meta a todos los que requieran de los servicios de la alquiladora de mobiliario para eventos sociales, sin embargo, las características que deben tener se describen más adelante, en el perfil del consumidor.

2.2.1 Variables de segmentación

Las variables de segmentación en las que se basa este proyecto de inversión de negocios de alquiladora para eventos son:

Demográfica, en donde lo que se estudia es la edad y el ingreso del mercado meta

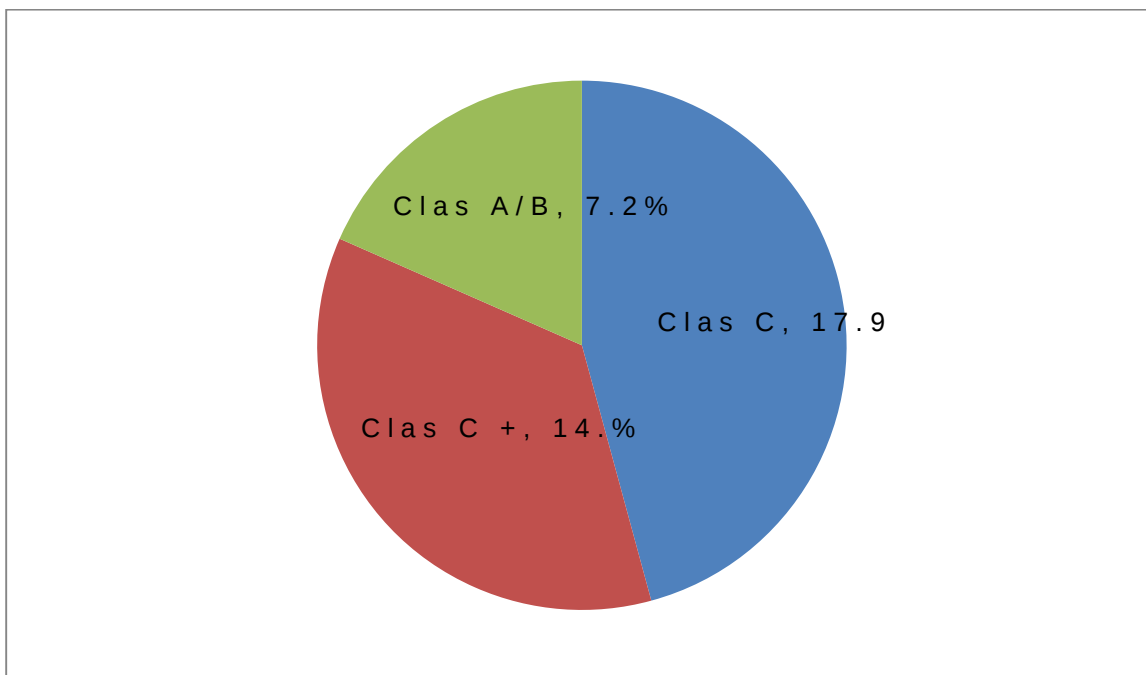
Psicográfica: estudia la clase social a la cual se desea dirigirse el proyecto.

Conductual, esta variable de segmentación se refiere a que es ocasional el servicio que se va a prestar, es decir, solo es requerido para ocasiones en especiales, ya que se trata la organización de eventos.

2.2.2 Perfil del mercado meta

El perfil del mercado meta es de hombres y mujeres mayores de 25 años, que sean económicamente activos de clase media, pero en realidad se encuentra arriba del nivel poblacional de bienestar.

Gráfico 1



El gráfico anterior muestra como es la proporción en cuanto al mercado meta al cual se desea acceder. La anterior información es basada en la tabla de niveles socioeconómicos de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A.C (AMAI)

2.2.3 Motivos de compra

Abraham Maslow en su teoría de la jerarquía de necesidades propone 5 niveles dominantes: necesidades fisiológicas, de seguridad, sociales, del ego y la autorrealización, es un instrumento que sirve para conocer los motivos de compra. De acuerdo a la pirámide de Maslow constituye una herramienta para comprender las motivaciones del consumidor, porque los bienes satisfacen cada uno de los niveles de necesidades, es decir, que los deseos y necesidades son satisfechos

adquirir bienes y servicios, lo anterior citado por Boeree en su libro Teorías de la personalidad de Abraham Maslow (2003).

Toda conducta inicia de una necesidad, esta necesidad se satisface por medio del consumo y esto causa el motivo de compra. Un motivo es una necesidad que lleva a un individuo a buscar la satisfacción. La percepción es parte del comportamiento para tomar una decisión adecuada. En estos términos donde se basa el motivo de la compra, se necesita que este proyecto de una percepción al estado de las personas a la cual se desea enfocar.

Las personas tienen necesidades básicas que sólo se satisfacen con el contacto físico y la sensación de pertenencia. A cambio, estas personas emprenden tareas en nombre del grupo cuya realización trae como recompensa el reconocimiento de los otros miembros y del entorno, siendo esto lo que refuerza el vínculo entre el grupo y el individuo.

Existen varios motivos por los cuales los seres humanos sienten la necesidad de reunirse, una de ellas es el sentido de pertenencia, como se mencionó anteriormente esta sensación en las personas hace que se refuercen vínculos con su grupo, otro motivo es la necesidad de logro y reconocimiento, donde puede traducirse la reunión como una actividad de éxito o que alto grado de reconocimiento. La necesidad de estar en sintonía con su propio grupo, es decir, en su propia fuente de conocimiento, experiencia y métodos compartidos, también existe la necesidad de tomar decisiones en conjunto. Tomando en cuenta lo anterior, es importante entender los motivos de compra, porque es ahí donde reside un punto importante para explorar al mercado meta del presente proyecto de inversión.

2.3 Investigación de mercado

La demanda como la define Gregory Mankiw (2002) es la cantidad de un bien o servicio que los compradores quieren y pueden comprar, con la finalidad de satisfacer una necesidad. Para el presente proyecto de inversión se requiere conocer la población con la cual se delimitará la demanda de mercado según con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la población del Distrito Federal, con fecha de corte de Diciembre de 2011, es de la siguiente manera

Tabla 1

Delegación	Habitantes	Viviendas Habitadas	Habitantes/Vivienda
Coyoacán	620,416	180, 862	3.2- 3.5
Tlalpan	650,567	175, 983	3.7- 3.8

El mercado meta al cual se esta dirigiendo el proyecto de inversión se encuentra en los niveles A/B, C+ y C de esta población, por lo tanto es preciso conocer la proporción de personas que pertenecen a estos grupos sociales. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado (AMAI), la distribución de los hogares por Nivel Socioeconómico en México es el siguiente:

Tabla 2

*Fuente AMAI basada en base IBONE ELSE N 2008

La siguiente tabla informa el ingreso familiar según el estrato social en el que se encuentren

Tabla 3

Fuente:
Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados
y Opinión Pública (AMAI)

El proyecto de inversión que ese está evaluando no está enfocado de manera unitaria o individual, es por ello que no deben considerarse a las personas, porque tampoco es la

presentación de servicios individuales. Debido a lo anterior, lo que debe de tomarse a consideración es el número total de viviendas ~~habidas~~ que corresponden a cada nivel socioeconómico antes mencionados. Por lo tanto, se puede contar con un mercado muestra total de 149, 161.205 viviendas, donde los ingresos económicos ponen a las personas en los niveles sociales A/B, C+ C.

Para el INEGI, la actividad a desarrollar se encuentra en el sector 71, descrita como Actividad de servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos prestados por el sector privado. Se espera que en base a esta clasificación se ~~seguirá el~~ comportamiento de esta actividad económica en los últimos años y ~~comprando~~ que las familias están dispuestas a destinar a este tipo de actividad económica.

2.3.1 Definición del problema y objetivos de la investigación

La definición ~~de~~ el problema es conocer la viabilidad del presente proyecto de inversión, para lo cual de se deben de identificar las necesidades ~~generalizarlas~~ para descubrir los deseos reales del mercado meta, lo anterior es con el fin de reducir el riesgo de ~~inversión~~ es porque la frecuencia de uso ~~de este servicio es desconocida~~ los objetivos de la investigación se basan en conocer principalmente:

- Frecuencia de contratación de estos servicios
- Las necesidades principales al contratar estos servicios
- Cuánto ~~está~~ dispuesto a pagar, el cliente meta, en el alquiler de mobiliario para sus eventos

- De qué tamaño son los eventos que realiza el mercado meta
- La disposición de compra (innovación).
- El grado de satisfacción con la competencia

2.3.2 Diseño de la investigación

La encuesta es el instrumento que ayudará a obtener la información necesaria para conocer y captar las necesidades específicas del mercado meta, es por ello que se ha contemplado realizar una encuesta de acuerdo al tamaño de muestra calculado por la metodología elegida.

Método de muestreo: Probabilístico.

Técnica de muestreo: Aleatorio simple.

Determinación de la muestra:

Donde:

$N = 149,161$

$E = 5\% = .05$

$Q = 50\% = .50$

$Z = 95\% = 1.96$

$P = 50\% = .50$

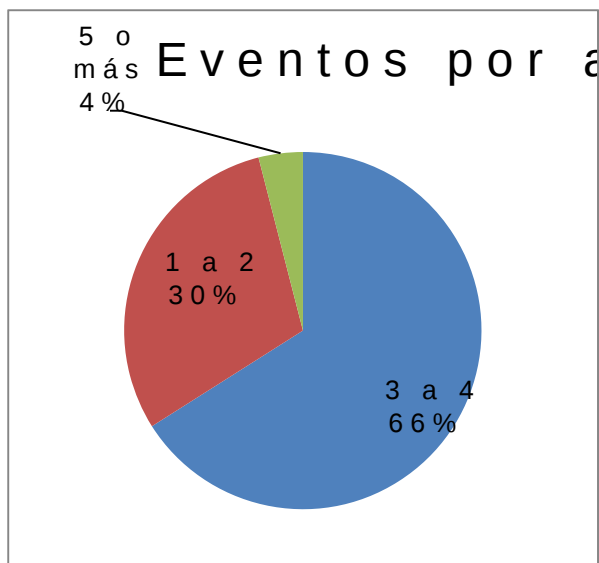
No de encuestas 383.175

El formato de la encuesta que se decidió aplicar al mercado prueba se encuentra en la parte de Anexos (Anexo 1).

2.3.3 Resultados

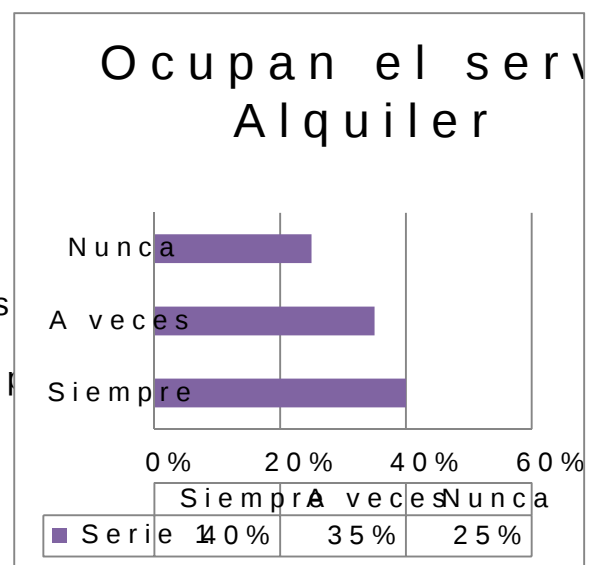
La encuesta anterior se ha aplicado a 46 personas que viven en áreas tanto de impacto como de influencia. Los resultados fueron los siguientes:

Gráfico 2



El 66%, es decir, 30 personas aseguraron que realizan eventos sociales como fiestas y reuniones de 3 a 4 veces al año. Mientras que el 30% (13) dijo que solo las realiza de 1 a 2 veces anualmente, y el restante de la población (4%) comentaron que llega a tener reuniones 5 veces o más.

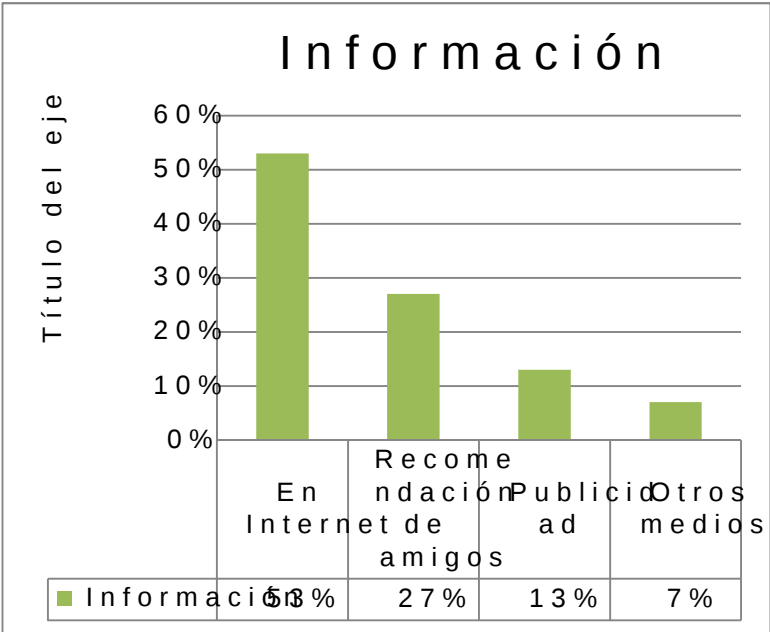
Gráfico 3



De esa misma población el 40%, que son 18 personas aseguraron ocupar el servicio de alquiler de equipo.

fiestas siempre, mientras que el 35% (161) solo a veces lo ocupan, y 25% nunca lo solicita

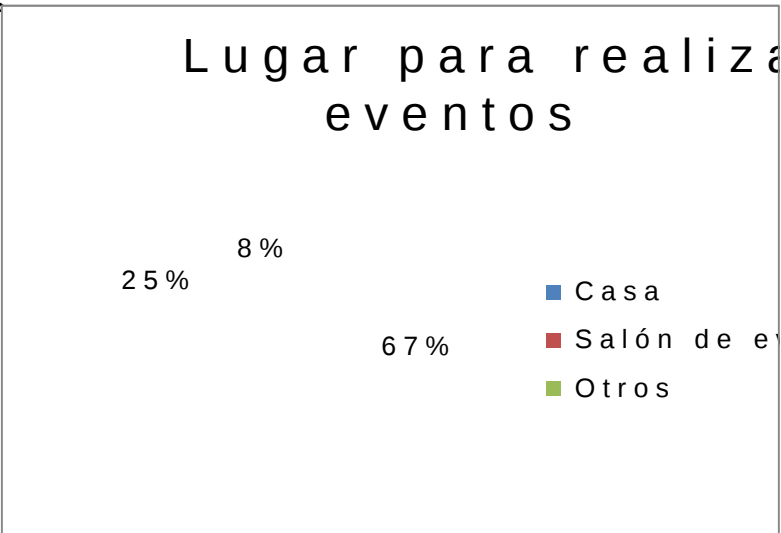
Gráfico 4



De los 460 encuestados, el 53% (244) admitieron buscar información en internet, mientras que el 27% (124) dijo solicitar este servicio por recomendación de amigos, por publicidad el 13 % y otros medios 7%

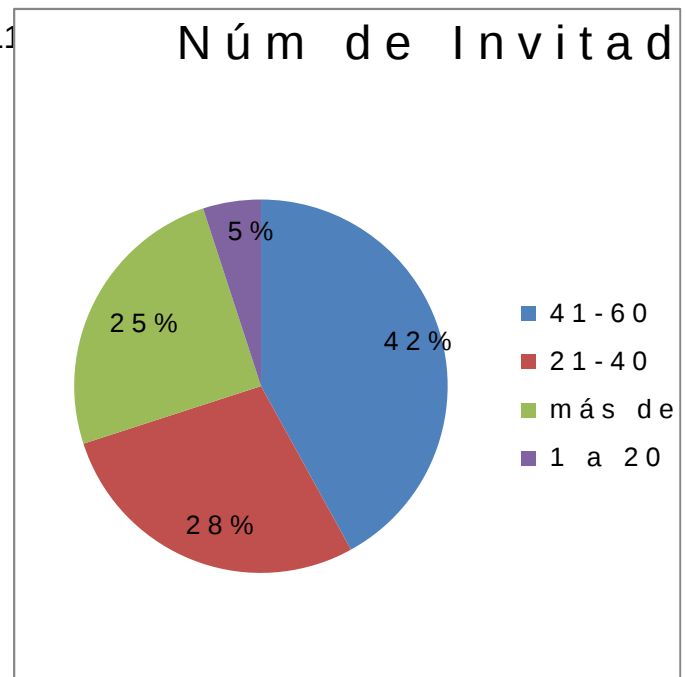
El 67% (308) de la población encuestada dijo que prefiere hacer reuniones en su casa, el 25% (115) dijo que prefiere alquilar un salón de eventos sociales, mientras que el 8% (37) restante prefiere hacerlas en restaurantes, bares, antros, etc.

Gráfico 5



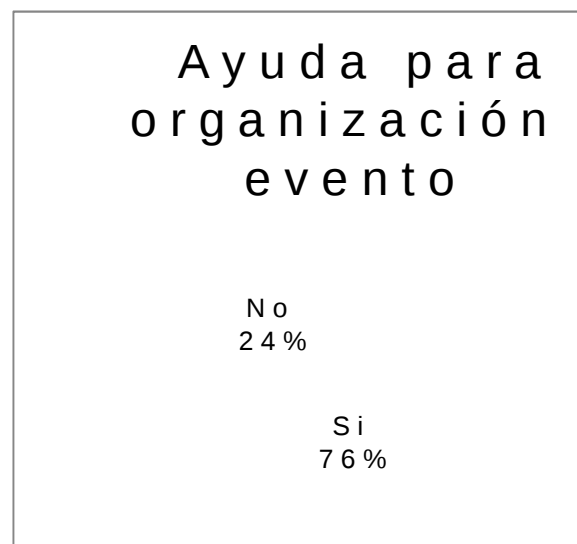
Los encuestados, el 42% (193) tiene de 41 a 60 invitados, el 28% (129) de 21 a 40, el 25% (111) más de 60 personas y el 5% (23) a 20 personas.

Gráfico 6

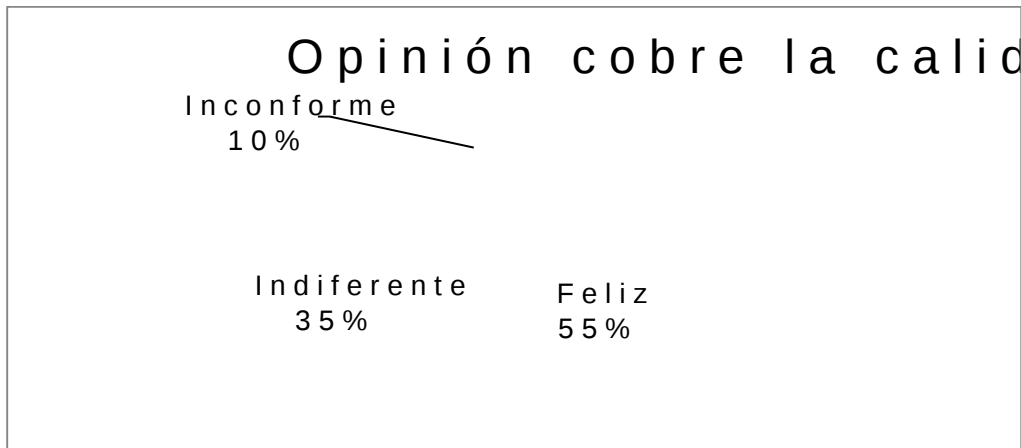


De la población encuestada dijo que ha invitado a más de 200 personas (el 23% persona), mientras que el 27% invita de 101 a 151, cabe aclarar que para estos eventos que son de mayor magnitud, los encuestados prefieren al alquiler de salones para eventos sociales. 460 encuestados el 76% (296) aceptaron tener ayuda para la organización de un evento, m el resto (94) prefirieron hacerlo solos.

Gráfico 7



Al preguntarles su opinión sobre la calidad del servicio y organización de las empresas que han contratado para sus eventos el 55% se encuentra feliz, el 35% es indiferente, y el 10% quedó inconforme. Gráfico 8



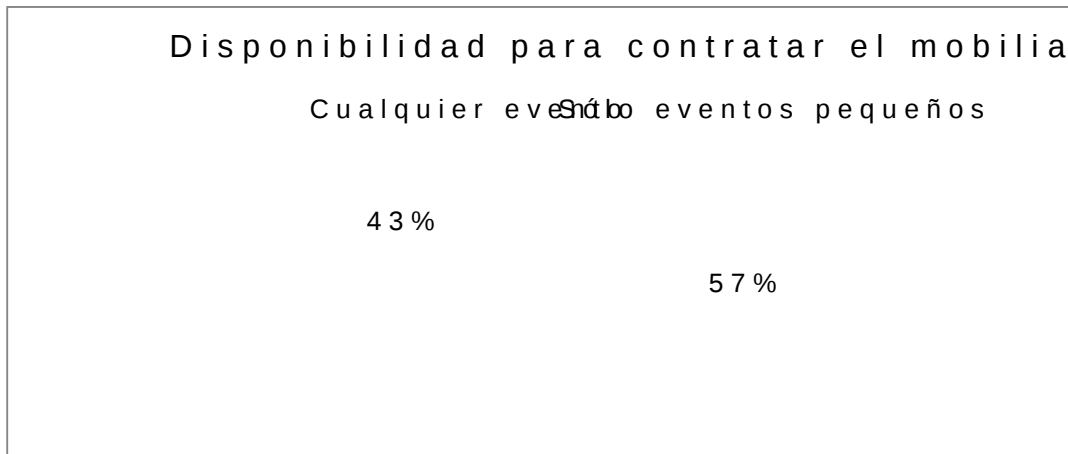
En cuanto a los aspectos más importantes para un buen servicio de banquetes los resultados quedaron así: para los encuestados lo más importante

Tabla 3

1er lugar	Innovación en el mobiliario
2do lugar	Buenas condiciones del mobiliario
3er lugar	Precio
4to lugar	Lujo en el equipo
5to lugar	Cercanía al alquiler

De la población encuestada, el 57% respondió que estaría dispuesta a contratar el mobiliario para su fiesta en cualquier tipo de evento siempre y cuando se garantice la calidad y creatividad en la organización, mientras que el 43% dijo que solo lo haría en eventos pequeños.

Gráfico 9



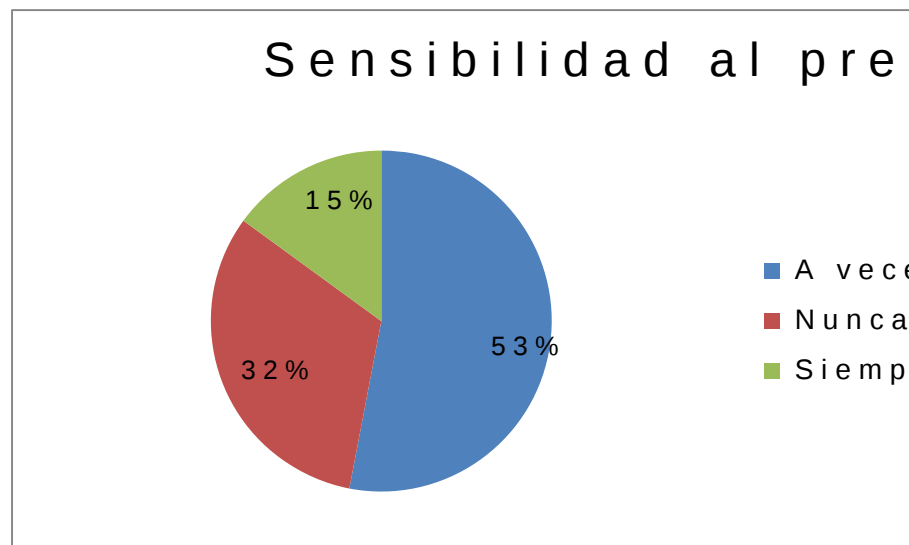
En el caso de la organización de eventos, los motivos por los cuales los encuestados contrarían a una empresa que se encargue de su organización fueron de la siguiente forma:

Tabla 4

1er lugar	Ahorro de tiempo
2do lugar	Innovación en la ambientación
3er lugar	Comodidad
4to lugar	Servicio completo y de calidad
5to lugar	Sus invitados vivirán una experiencia inolvidable

De los encuestados el 53% de ellos, el precio influye a veces al momento de elegir una alquiladora para el mobiliario de su evento, mientras que el 32% nunca influye, mientras que para el resto, 15% siempre.

Gráfico 10



Y por último en lo que todos los encuestados coincidieron fue que necesitan un servicio más personalizado y de mayor calidad; también un mobiliario con mayor innovación.

2.3.4 Demanda estimada

La demanda estimada se calcula de los encuestados, donde el 40% aceptó alquilar siempre el mobiliario para sus eventos, es decir que $.40 \times 149,161.205 = 59,664.482$, estos son clientes que siempre que organizan un evento requieren del servicio de renta de mobiliario, mientras que el

35% dijo que a veces adquiriría este servicio, lo que se traduce así $.35 * 149,161.206 = 482$, son clientes potenciales ya que algunas veces podrían convertirse en consumidores de este negocio.

2.4 Análisis de la competencia

El estudio de la competencia consiste en el análisis de los competidores en el rubro correspondiente al negocio y representa una parte importante del proyecto de inversión. En base a la información obtenida de este análisis se pueden tomar decisiones o estrategias que permita competir con ellos. Por ejemplo se pueden aprovechar las debilidades, los faltantes, mejorar algunas estrategias ya conocidas en el mercado, o tomar precauciones en las mismas. Para lo anterior se debe de recopilar la información, como cuáles son los competidores, de estos cuáles son los líderes, dónde están ubicados, cuáles son sus mercados, sus mercados, capacidades, principales estrategias entre otras.

2.4.1 Identificación de competidores

En base a lo anterior se hizo un estudio de la competencia directa se encontró un total de 106 alquiladoras dentro de las dos delegaciones Coyoacán y Tlalpan, que son consideradas zona de influencia, mismos que ofrecen sus servicios en la página de internet de la sección amarilla (www.seccionamarilla.com.mx). Mientras que de competencia indirecta que son salón para eventos sociales se encontraron 17, dentro de la misma zona de influencia.

A continuación se enlistan las 5 Alquiladoras más grandes y mejores posicionadas dentro de la zona de influencia, según el portal electrónico de la secretaría, por sus recomendaciones y la visita que se les hizo debido al análisis de competencia.

Alquiladora Cortes • Todo lo que necesite para sus eventos •

Dirección San Faustino MX 841 LT 24 Sta Ursula Coapa, México
DF. Teléfono: (55)5338 4204

Alquiladora Miramontes Coapa

Dirección Calzada de las Bombas MZA 128 LTE 113 Las Cabañas
Coyoacán DF. Teléfono (55)56783027

Aries Alquiler

Dirección Anacahuita 220 Pedregal de Santo Domingo Coyoacán DF.
Teléfono (55)56189899

Alquiladora Torres

Dirección: Gardenia MZ 1 lote 6 Miguel Ángel de Quevedo, México
DF. Teléfono (55)55850737

Alquiladora Guzmán

Dirección: Xochiapan 140, Sanb Domingo, Coyoacán D.F.
Teléfono: 5618 4744

Como competidores indirectos se encontraron los salones de eventos que están dentro de la zona de influencia.

2.5 Estrategias de comercialización.

Las estrategias de comercialización constituyen todo con entidad propia, que parte de la misión y la estrategia de la organización para perfilar el rumbo comercial más compatible con ellas, a fin de optar por él. Es por ello que se ha piensa desarrollar un catálogo de paquetes, donde se mezclen todos los productos con los que se cuenta y se añadan ciertos servicios, es decir, entre más grande sea el paquete más grande los beneficios que se puede obtener. Por ejemplo:

Paquete 1
Vajilla Redonda
Sillas y Mesas
Cubertería a escoger (dos modelos)
Cristalería
Todo para 50 personas
Con mantelería incluida por \$5,000

Paquete 2
Vajilla Cuadrada
Cubertería a escoger (tres modelos)
Sillas y mesas
Cristalería
Todo para 80 personas
Con mantelería incluida por \$8,000

Paquete 3
Sillas tiffany y mesas
Vajilla a escoger
Cubertería a escoger (tres modelos)
Cristalería
Todo para 80-100 personas
Con mantelería incluida, servicio de meseros organización del evento por \$10,000.12,000

La finalidad de los paquetes es hacer las cosas más fáciles para los clientes, con un servicio personalizado, ya que también habrá paquetes individuales que se ajuste al gusto de cada consumidor. Aquí solo es una muestra de lo que sería el catalogo de paquetes para los clientes, los cuales serán ajustando con el crecimiento de la empresa y con la cartera de clientes.

2.5.1 Ventaja Competitiva

El presente proyecto de inversión tiene diferentes ventajas como la presencia de productos sustitutos, también otra ventaja es la amplia gama de proveedores que existen dentro de las diferentes industrias de las cuales se requiere para los insumos, se halla un amplio nicho de mercado para este proyecto, siendo el único filtro la clase media a media alta. Por otro lado no hay alguna barrera para nuevos competidores directos, mientras que como competidores indirectos se encuentran restaurantes, bares, antros, banqueteras, salones de fiestas, entre otros. Sin embargo la ventaja competitiva más importante que contiene el presente proyecto de inversión es la innovación en el mobiliario, la calidad del mismo y los precios competitivos en el mercado, así como un servicio personalizado y de alta calidad.

2.5.2 Estrategia de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento en la que se basa el presente proyecto de inversión es en base a la competencia, con precio y calidad. Lo primero es posicionarnos en la mente de nuestro mercado meta como una alquiladora con productos innovadores, con servicio de calidad y

personalizado y con un precio similar al de la competencia, lo cual se planea lograr de la siguiente manera:

- Consiste en identificar la relación con la competencia
- El reto principal es conocer el contexto sobre el cual se realiza el consumo, los atributos del servicio y el tipo de comprador
- Entender al consumidor, sus motivaciones, hábitos o actividades que involucren el servicio el cual le estamos ofreciendo.
- Se debe indagar quién creen los consumidores que somos, no solo saber quiénes somos.
- Tener nuestra información siempre al alcance del cliente, algunas formas en las que se planea estar cerca del consumidor

2.5.3 Estrategia de lanzamiento

Las estrategias de lanzamiento tienen que ver con todo lo que se ha investigado hasta ahora, como definir, conocer y entender al mercado meta, es decir, una vez que se sabe y se conoce el mercado meta se pueden establecer estrategias para hacerles llegar el producto. Conocer a la competencia también es importante para saber qué puntos se pueden aprovechar. En base a lo anterior se han decidido que la estrategia de equipo para fiestas cuente con los siguientes medios para darse a conocer.

- Imprimir tarjetas de presentación y repartirlas con amigos, conocidos, familiares.
- Ya que toda persona tendrá siempre algún evento importante para organizar.

- Imprimir algunos volantes o trifoliales con mayor información y repartirlos en empresas, hoteles, restaurantes, etc.
- Crear una página web para brindar información completa sobre el catálogo de servicios e incluir esta dirección en el material publicitario impreso.
- Anunciar este servicio por medio de clasificados en publicaciones como revistas y periódicos locales.
- Comprar un espacio en Internet para anunciarse, ejemplo la Sección Amarilla.

Dentro del lanzamiento de este proyecto de inversión también se ha contemplado crear:

- Nombre: Se tienen como nombres tentativos €Instantes•, €Motivos•
- Logotipo: Para el logotipo se tienen estos tres modelos de los cuales en a falta detallarlo
- Slogan Dependiendo el nombre se elegirá el slogan, algunas de las opciones que se tienen son: €Creando instantes que no se olvidan•, €El detalle de la perfección•, €Del sueño, al evento y de este al recuerdo•.

2.5.4 Determinación del precio

Baca (2005) define al precio como la cantidad monetaria a la que los productos están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. Existen diferentes métodos para el fijación de precios de un bien o un servicio por razones de viabilidad se ha escogido la fijación de precios teniendo en cuenta a la competencia, aquí la empresa puede adoptar tres actitudes básicas: poner sus precios iguales o similares a los de la competencia, poner los precios siempre más bajos o ponerlos siempre más altos.

En este caso particular se ha decidido que la empresa fije sus precios más o menos parecidos al precio de la competencia. Esto se decidió por entrar a un mercado muy competitivo, la diferenciación del producto no es muy grande, el servicio a ofrecer ya es muy conocido, y sobre todo se tiene un precio acostumbrado por ello que se cotizaron 6 diferentes alquiladoras de la zona de impacto y de influencia, esas cotizaciones se encuentran en Anexos (Anexos 2) y la tabla de los precios para este proyecto de inversión también se encuentra en el apartado de Anexos (Anexo 3).

2.5.5 Canales de comercialización y puntos de venta

El área de acción es la colonia Paseos de Taxqueña, en la delegación Cuauhtémoc, México D.F.; el total de viviendas en dicha colonia es de 4113, total de habitantes 4012, con una población económicamente activa de 6850 personas y grado de marginación muy bajo.

Se tomarán como principales colonias con mercado potencial la muestra en la siguiente tabla:

(Tabla 5)

Colonia	Número de habitantes
Camapestre Churubusco	14,484
Campestre Coyoacán	2,452
Educación	8,782
Prado Coyoacán	3,347
Cafetales	1,783
Cafetales II	1,671
Ex hacienda Coapa	1500,
Residenciales Coapa	4,375
Residenciales Acoxa	1,166
Pedregal las águilas	1208
Petrolera Tasqueña	1,434
Prados Churubusco	11,287
Hacienda de Coyoacán	2,467
Jardines de Coyoacán	2,464
Parque Coyoacán	1,616
Parque Alameda del Sur	1536

Las colonias anteriores comprenden zonas como la de Miguel Ángel de Quevedo, Pacífico, La Virgen, Santa Ana, Acoxta, Coapa, División del Norte y Calzada del Hueso. El siguiente mapa marca la zona de acción y las zonas de trabajo.

*Información consultada en la página del gobierno de la ciudad de México

Figura1

La Zona de influencia se muestra en el siguiente mapa donde tomaron 2 km a la redonda desde donde está la zona de acción, siendo esta zona limitada por lugares como Avenidas de los Insurgentes, Nacional Bosque del Pedregal al Sur en el Sureste por el Parque Ecológico de Xochimilco y Cafetales, mientras al Oeste por el Parque Nacional Cede la Estrella y la Colonia la Virgen. Finalmente en el Noreste por la Colonia Mexicaltzingo y Progreso del Sur.

Figura 2

2.6 Conclusiones de capítulo

En el presente capítulo se hizo el estudio de mercado, empezando por definir el mercado meta, esto es para conocerlo, saber sus motivaciones, hábitos o actividades que involucren el servicio

que se está ofreciendo. También se creó una encuesta la cual fue aplicada a 390 personas, lo cual arrojó datos sobre las oportunidades que tiene el presente proyecto de inversión para ser exitoso.

Otro punto importante en este capítulo es el estudio de la competencia, se encontró que como competencia directa hay mucho espacio para crecer, mientras que como competencia indirecta, es decir, restaurantes, bares, salones de eventos sociales, entre otros; hay poca posibilidad de entrar, sin embargo, para ello se pensó en prestar servicios nosotros mismos, por ejemplo a los salones para fiestas, donde si no cuentan con el mobiliario para fiestas, nosotros podemos fungir como proveedores también, o si no cuentan con un organizador de eventos pues ese servicio también se les puede ofrecer.

En la ventaja competitiva se encontraron puntos importantes a resaltar, como no tener productos sustitutos, pero sobre todo la innovación y la relación en calidad, tanto en productos como en el servicio. También se fijó el precio, el cual está basado en la competencia, pero por tener mobiliario innovador, nuevo y de mayor calidad el precio que se fijó está por arriba del promedio de la competencia. Se localizaron los canales de comercialización y puntos de venta, los cuales comprenden ciertas calles de las delegaciones Coyoacán y Tlalpán, como un estudio de las personas que viven allí, se hizo un mapa del mismo lugar y se delimitó la zona de acción y la zona de influencia.

CAPITULO 3.- ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Objetivos del estudio técnico

En el capítulo anterior se demostró que el mercado meta al que está dirigido el presente proyecto de inversión tiene ciertas necesidades que aun no han sido cubiertas y es ahí donde existe la oportunidad para este negocio de renta de inmobiliario para ~~esocial~~ ^{residenciales} en la Ciudad de México, enfocándose a la parte de la Delegación Coyoacán y Tlalpan.

Dentro de los objetivos del estudio técnico de este proyecto de inversión en particular son: determinar las características del proceso que se llevará a ~~caboficial~~ ^{caboficial} la maquinaria y equipo, describir las instalaciones, fijar los recursos, es decir, desarrollar un organigrama óptimo donde se aproveche el capital humano, hacer una descripción de puestos, así como los requisitos para los mismos. Es importante ~~ent~~ ^{ent} también hacer un análisis de la localización del proyecto, y un estudio de los trámites que se deben llevar acabo para la apertura del proyecto. Todo lo anterior es necesario para comprobar la viabilidad técnica del proyecto.

3.2 Descripción del proceso

El proceso que se lleva acabo para el alquiler de equipo para fiestas, se basa principalmente en el contacto con el cliente, escuchar las necesidades que desea cubrir es esencial para el éxito de este negocio, después de lo anterior, se le ofrecen ~~toservicios~~ ^{servicios} que vayan de acuerdo con lo que el comprador requiere, así como sugerirle algunas opciones que puedan satisfacerlo por completo; se habla también de precios, se pacta la forma de pago, que puede ser en una o dos

exhibiciones, según sea el caso, el debido depósito como garantía el cual será regresado en su totalidad si al recoger el equipo contratado es regresado en las mismas condiciones en las cuales fue arrendado.

El siguiente paso, por parte de la alquiladora es, reunir el equipo para ser entregado en la fecha acordada, esto es llevar el equipo y montarlo si así lo desea el cliente y recordarle la fecha en la cual será recogido. Cuando se vaya a recoger todo el equipo arrendado debe revisarse ya que al encontrar algo roto o en mal estado, esto generará un costo que se descontará del depósito. En caso de organizar el evento se especifican y aclaran todos los detalles para brindar un servicio de calidad y el cliente quede satisfecho con el servicio ofrecido.

3.3 Identificación de maquinaria y equipo

La maquinaria que requiere el presente proyecto de inversión es una camioneta de 3.5 toneladas para llevar el equipo arrendado; así como una bodega donde se pueda guardar todo el mobiliario que se ofrecerá para la organización de eventos, éstos dos instrumentos de operación ya se cuentan. Mientras, todo aquello que se va a rentar es lo que debe adquirirse. La lista es la siguiente:

Tabla 5

Cantidad	Equipo	\$ unitario	\$ total
25	mesas redondas	1319	\$ 32,975.00
10	mesas cuadradas color chocolate	1500	\$ 15,000.00
250	sillas primavera	144	\$ 36,000.00
100	sillas tiffany	380	\$ 38,000.00
100	cojines	74	\$ 7,400.00
40	Vajillas cuadradas	1056	\$ 42,240.00
50	Vajillas redondas	683.5	\$ 34,175.00
250	plato panero	10	\$ 2,500.00
50	platón	80	\$ 4,000.00
50	jarra de café	180	\$ 9,000.00
50	cremera	20	\$ 1,000.00
50	azúcarera	25	\$ 1,250.00
50	salero	50	\$ 2,500.00
50	pimientero	50	\$ 2,500.00
50	cenicero	50	\$ 2,500.00
50	servilleteros	30	\$ 1,500.00
50	salseras	14	\$ 700.00
200	juegos de cubiertos tipo 1	130	\$ 26,000.00
200	juegos de cubiertos tipo 2	200	\$ 40,000.00
220	vasos largos	13	\$ 2,860.00
220	copa vino	25	\$ 5,500.00
220	copa agua	25	\$ 5,500.00
220	copa flauta	22	\$ 4,840.00
200	vaso old fashion	20	\$ 4,000.00
200	vaso para tequila	17	\$ 3,400.00
300	tela blanca drapeada/figuras	30	\$ 9,000.00

300	tela blanca	15	\$	4,500.00
300	tela de colores	30	\$	9,000.00
3	Carpas de 100m2	8500	\$	25,500.00
1	Camioneta de 3.5 toneladas	235,000	\$	235,000.00
52	Costo de transportación	875	\$	45,500.00
1	Página Web	12,000	\$	12,000.00
1	Equipo de cómputo	15,000	\$	15,000.00
1	Publicidad	15,000	\$	15,000.00
	Depósito del Local	8,000	\$	8,000.00
1	Trámites	752	\$	752.00
10	Chafer Buffetera	750	\$	7,500.00
	Total		\$	712,092.00

Los precios que se tomaron para la lista anterior se basaron en diferentes proveedores que se cotizaron. Las cotizaciones de los mismos se encuentran en el apartado de Anexos (Anexo 4).
 como una foto del producto (Anexo 5).

3.4 Descripción de instalaciones

El local donde se ofrecen el servicio de alquiler para eventos sociales u organización de fiestas, solo requiere un local mayor a 60m² las instalaciones deben tener especificaciones básicas como suministro de corriente eléctrica e instalación telefónica. El espacio será usado para una oficina donde se pueda atender cómodamente al cliente y se le muestren algunos tipos de servicios de mantelería, cristalería y vajillas. Otros servicios como organización de eventos, o subcontratación de proveedores será ser mostrado en fotos.

3.5 Recursos Humanos

Los recursos humanos están constituidos por la parte más importante de la organización: su gente, que es también llamado capital humano. Una empresa define su tamaño en gran parte a sus recursos humanos, y es ahí donde reside la importancia de los mismos.

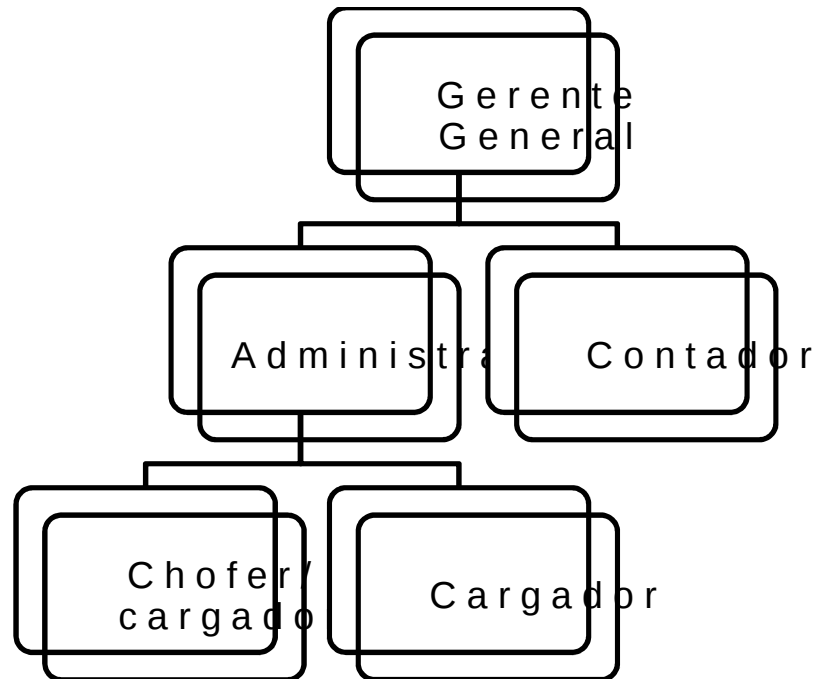
A los recursos humanos los rodean actividades desde la incorporación de la empresa del capital humano, a través de un proceso de selección, el diseño de la estructura organizacional u organigrama, la descripción de los puestos y funciones, manuales de procedimiento, la evaluación del desempeño, integración del personal que ayudan a la organización a desarrollarse manera óptima.

Los recursos humanos es la herramienta más valiosa y efectiva con que cuentan las empresas que desean alcanzar sus objetivos fundamentales.

3.5.1 Organigrama

Es un instrumento que permite definir los puestos que se deben abarcar en la organización, todo en función a la jerarquía.

Figura 3



3.5.2 Descripción de puestos

Gerente General Persona quien reciba el reporte del administrador, organizará fiestas o eventos sociales, así como mostrará los servicios y productos que se ofrece.

Administrador: Persona quien atenderá a los clientes en el local, contestará llamadas, dará informes, cotizaciones y mostrará los servicios, productos que se ofrecen y revisará el material alquilado que regrese en buenas condiciones. Reporta sólo al gerente general.

- No se requiere experiencia
- Sexo Indistinto
- Edad 20-30 años
- Manejo de Office
- Buena presentación
- Actitud de servicio
- Facilidad de palabra, ya que tendrá dos personas a cargo.
- Carrera técnica/trunca
- Puede ser de medio tiempo

Contador: llevará la contabilidad de la empresa, auditorías, asesoría fiscal y asesoría administrativa y financiera. Reporta a Gerente General

- Contador independiente con carrera terminada
- Medio tiempo

Chofer/Cargador: Persona quien además de manejar, ayudará a cargar mesas, sillas y cubertería, así como a descargar y si lo solicita el cliente a montar el servicio.

- Sexo: hombre
- Edad: 20-40
- Licencia de conducir tipo B
- Buena presencia

- Carta de recomendación
- Disponibilidad de horario

Cargador: Persona que ayudará a cargar y descargar el mobiliario, montarlo en caso que sea necesario y revisarlo a la hora de recogerlo.

- Sexo: hombre
- Edad: 2040
- Buena presencia
- Carta de recomendación
- Disponibilidad de horario

Los sueldos para cada puesto se describen a continuación a excepción del contador que se pagara con recibo de honorarios.

3.5.3 Sueldos

Nómina par

Tabla 6

Nombre	Salario	Fondo de ahorro	Vales de Despensa	Premio de Puntualidad	Premio de Asistencia	Total Ingresos	SR Sueldo	IMSS	INFONAVIT	Fondo de ahorro patron	Total Deducciones	Subsidio a empleado	Neto a pagar
Gerente general	5,670.00	300.51	690.72	567.00	567.00	7,795.23	529.41	214.35	602.51	300.51	1,044.28	253.54	7,004.44
Administrador	3,600.00	190.80	690.72	360.00	360.00	5,201.52	259.15	134.67	382.54	190.80	584.63	324.87	4,941.71
Chofer	2,700.00	0.00	0.00	270.00	270.00	3,240.00	185.13	101.01	286.91	0.00	286.14	406.62	3,360.41
Cargador	1,869.90	0.00	0.00	186.99	186.99	2,243.88	138.29	69.95	198.70	0.00	208.24	406.62	2,442.21

Nómina Impar

Tabla 7

Nombre	Salario	Fondo de ahorro	Vales de Despensa	Premio de Puntualidad	Premio de Asistencia	Total Ingresos	SR Sueldo	IMSS	INFONAVIT	Fondo de ahorro patron	Total Deducciones	Subsidio a empleado	Neto a pagar
Gerente general	5,859.00	310.53	690.72	585.90	585.90	8,032.05	-152.22	68.89	306.19	310.53	227.20	253.54	8,058.31
Administrador	3,720.00	197.16	690.72	372.00	372.00	5,351.88	371.42	43.74	194.41	197.16	612.32	294.63	5,034.11
Chofer	1,932.23	102.41	690.72	193.22	193.22	3,111.80	126.17	22.72	100.98	102.41	251.29	406.62	3,267.11
Cargador	1,932.23	102.41	690.72	193.22	193.22	3,111.80	376.00	22.72	100.98	102.41	501.13	294.63	2,905.31

3.6 Análisis de localización de proyecto

La micro localización de este proyecto ~~de~~versión está enfocada primordialmente en los clientes y no en los proveedores de consumibles. La ubicación del local es dentro de la Plaza Paseos de Taxqueña, en el Distrito Federal, donde a una distancia no mayor a los 200 m pequeños distribuidores de consumibles como papelería, tlapalería, lavandería, banco HSBC, farmacia, mini súper, entre otros. Lo anterior se demuestra en un mapa aéreo:

Figura 4

3.7 Trámites legales para la instalación de la empresa

Los trámites que tiene que ~~lizar~~ ante las autoridades del Gobierno del Distrito Federal, para poder abrir un negocio en regla, contando con la documentación necesaria y cumpliendo con las obligaciones que la normatividad establece.

Para un negocio con ~~un~~foro máximode 5 personas~~as~~ una superficie de 60 m², un número de empleados~~4~~, y una actividad dentro de lo siguiente: ALQUILER DE TOLDOS, MESAS, SILLAS, VAJILLAS Y SIMILARES. Alquiler de todo tipo de bienes para la realización de reuniones al aire libre y eventos en lugares ~~con~~tales como: Toldos, carpas, lonas, así como los bienes muebles necesarios para llevar a cabo reuniones y eventos sociales, tales como: Sillas, mesas, tablones, mantelería, servilletas, vajillas, copas, cubiertos, entre otros., le corresponde el ~~diagrama~~y tramites siguientes:

Figura 5

Nombre del Trámite Certificación de zonificación de uso de suelo específico consiste en obtener el documento que hace constar lo que los programas vigentes disponen en materia de uso del suelo y normas de ordenación para un predio determinado sobre si un uso del suelo está permitido o prohibido; o para aquel predio al que se le haya autorizado cambio de uso del suelo. Este trámite está dirigido a propietarios, poseedores y/o interesados.

Se realiza en la ventanilla única delegacional, en este caso en Coyoacán. Tiene un costo estipulado por el Código Fiscal del Distrito Federal de \$752.00 y el tiempo de realización es de 5 días siguientes a la presentación de la solicitud. El resultado es el Certificado de zonificación de uso de suelo específico.

Nombre del trámite Aviso de Declaración de Apertura para Establecimiento Mercantil que consiste en realizar por escrito las personas físicas o morales interesadas en operar establecimiento mercantil cuyo giro no requiere licencia de funcionamiento en términos de la Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles, previamente al inicio de actividades. El trámite está dirigido a personas físicas o morales interesadas en operar un establecimiento mercantil ya cuyo giro no requiera licencia de funcionamiento. Se realiza en la ventanilla única de la delegación de Coyoacán, sin costo alguno.

Finalmente para darse ~~alta~~ alta en el Padrón de Impuesto sobre Nómina primero se debe de registrar en la página <http://www.finanzas.df.gob.mx/fut/padrones/index.php?id=88> posteriormente acudir a la Administración Tributario correspondiente al domicilio con la siguiente documentación: Solicitud de inscripción o modificación de ~~datos~~ datos al Registro Federal de Contribuyentes, Constancia de inscripciones ante la S.H.C.P una cédula de identificación fiscal y un aviso de alta y/o tarjeta de identificación patronal del I.M.M.S., esto es en caso de tener ~~registro~~ registro empleados en el I.M.S.S.

Tabla 8

Nombre del trámite	Costo
Certificación de uso de sue especifico	\$752
Aviso de Declaración de Apertur de Establecimiento Mercantil	Sin Costo
Alta en el Padrón de Impuest sobre Nómina	Sin Costo
Total	\$752

* Los datos anteriores fueron obtenidos con ayuda del gobierno del Distrito Federal.

3.8 Conclusiones del capítulo

En este capítulo se hizo el estudio técnico el cual determinó principalmente el proceso que lleva proyecto de inversión, es decir, el servicio de la renta de equipo para eventos sociales, se estableció la inversión inicial, pero de manera muy importante también se definió el organigrama de la organización, los puestos de trabajo así como los perfiles para los mismos. Se hizo una proyección de los sueldos tomando en cuenta el Seguro Social que la empresa también debe de pagar, y los trámites que se deben seguir para la apertura del negocio.

Por otro lado se hizo una descripción de las instalaciones que se requieren para el proyecto, la idea es empezar con un pequeño local, pero lo importante es la ubicación y establecer que esta dirigida al cliente y no a los proveedores.

Capítulo 4 ESTUDIO ECONOMICO

4.1 Objetivos del estudio económico

Una vez realizado el estudio de mercado y conocidas las características del y necesidades del mismo, se tiene la información básica para la generación del estudio financiero. El objetivo fundamental de todo estudio económico, es calcular la rentabilidad final de la inversión para el proyecto de inversión y decidir si es financieramente viable. Otros aspectos que son importantes de contemplar para este estudio económico es la evolución temporal de la inversión a lo largo del periodo de crecimiento del proyecto, detección de riesgos, toma de decisiones estratégicas para la organización, proyección de ventas, presupuestos, entre otros.

4.2 Presupuesto de inversión inicial

El proyecto de inversión inicial del presente proyecto es como se presenta a continuación:

Tabla 9

Cantidad	Equipo	\$ unitario	\$ total
25	mesas redondas	1319	\$ 32,975.00
10	mesas cuadradas color chocolate	1500	\$ 15,000.00
250	sillas primavera	144	\$ 36,000.00
100	sillas tiffany	380	\$ 38,000.00
100	cojines	74	\$ 7,400.00
40	Vajillas cuadradas	1056	\$ 42,240.00
50	Vajillas redondas	683.5	\$ 34,175.00
250	plato panero	10	\$ 2,500.00
50	platón	80	\$ 4,000.00
50	jarra de café	180	\$ 9,000.00
50	cremera	20	\$ 1,000.00
50	azúcarera	25	\$ 1,250.00

50	salero	50	\$	2,500.00
50	pimientero	50	\$	2,500.00
50	cenicero	50	\$	2,500.00
50	servilleteros	30	\$	1,500.00
50	salseras	14	\$	700.00
200	juegos de cubiertos tipo 1	130	\$	26,000.00
200	juegos de cubiertos tipo 2	200	\$	40,000.00
220	vasos largos	13	\$	2,860.00
220	copa vino	25	\$	5,500.00
220	copa agua	25	\$	5,500.00
220	copa flauta	22	\$	4,840.00
200	vaso old fashion	20	\$	4,000.00
200	vaso para tequila	17	\$	3,400.00
300	tela blanca drapeada/figuras	30	\$	9,000.00
300	tela blanca	15	\$	4,500.00
300	tela de colores	30	\$	9,000.00
3	Carpas de 100m2	8500	\$	25,500.00
1	Camioneta de 3.5 toneladas	235,000	\$	235,000.00
52	Costo de transportación	875	\$	45,500.00
1	Página Web	12,000	\$	12,000.00
1	Equipo de cómputo	15,000	\$	15,000.00
1	Publicidad	15,000	\$	15,000.00
	Depósito del Local	8,000	\$	8,000.00
1	Trámites	752	\$	752.00
1	Bodega	300,000	\$	550,000.00
10	Chafer Buffetera	750	\$	7,500.00
	Total		\$	1,262,092.00

4.3 Depreciación

La depreciación es el costo que se aplica al activo fijo, ya que con el uso que se le da el equipo vale menos. En el presente proyecto de inversión la depreciación se aplica en todo el equipo que se va a rentar, pero de dos maneras diferentes, una será en unidades producidas, aquí entran la mantelería, vajilla, cubertería y cristalería. Mientras que mesas, sillas, equipo de cómputo y carpas se depreciarán en línea recta tomando en cuenta los años de vida de cada

material. En cuanto a la camioneta para la arrendación del equipo se le calcula una vida útil de 250,000 km. Lo anterior se puede observar en las siguientes tablas.

Tabla 10

Depreciación en Unidades Producidas			
Descripción del producto	Inv Inicial	Veces utilizadas	Depreciación total
Tela Blanca	\$ 12,500.00	181	\$ 69.06
Tela de Colores	\$ 37,500.00	100	\$ 375.00
Vajilla cuadrada	\$ 42,240.00	250	\$ 168.96
Vajilla redonda	\$ 34,175.00	250	\$ 136.70
Cubiertos tipo 1	\$ 26,000.00	250	\$ 104.00
Cubiertos tipo 2	\$ 40,000.00	250	\$ 160.00
Cojines	\$ 7,400.00	100	\$ 74.00
Plato Panero	\$ 2,500.00	250	\$ 10.00
Platón	\$ 4,000.00	250	\$ 16.00
Jarras de café	\$ 9,000.00	250	\$ 36.00
Cremera	\$ 1,000.00	250	\$ 4.00
Azucarera	\$ 1,250.00	250	\$ 5.00
Salero	\$ 2,500.00	250	\$ 10.00
Pimentero	\$ 2,500.00	250	\$ 10.00
Cenicero	\$ 2,500.00	250	\$ 10.00
Servilleteros	\$ 1,500.00	250	\$ 6.00
Salseras	\$ 700.00	250	\$ 2.80
Vasos Largos	\$ 2,860.00	250	\$ 11.44
Copa de Vino	\$ 5,500.00	250	\$ 22.00
Copa de Agua	\$ 5,500.00	250	\$ 22.00
Copa Flauta	\$ 4,840.00	250	\$ 19.36
Vaso Old fashion	\$ 4,000.00	250	\$ 16.00
Vaso para tequila	\$ 3,400.00	250	\$ 13.60
Chafer Buffetera	\$ 7,500.00	100	\$ 75.00
			\$ 1,376.92

Tabla 11

Depreciación de la camioneta transportadora del mobiliario con una depreciación de 10,000 y 250,000 km							
Años	precio de costo	tasa depreciación	unidades de producción	depreciación anual	depreciación acumulada	valor de libro	
1	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	10,000.00	140,000.00	
2	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	20,000.00	130,000.00	
3	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	30,000.00	120,000.00	
4	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	40,000.00	110,000.00	
5	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	50,000.00	100,000.00	
			250,000.00				

Tabla 11

Depreciación en Línea Recta									
Descripción del Pro	Inv Inicial	Tasa de dep	Años a Dep	Año de Adq	Año de vent:	Año de vida	Vida del Acti	VR	Depreciación anual
Mesas redondas	\$32,975.00	20%	5	0	5	10	10	-\$32,975.00	\$ 6,595.00
Mesas cuadradas	\$15,000.00	20%	5	0	5	10	10	-\$15,000.00	\$ 3,000.00
Sillas primavera	\$36,000.00	20%	5	0	5	10	10	-\$36,000.00	\$ 7,200.00
Sillas Tiffany	\$38,000.00	20%	5	0	5	10	10	-\$38,000.00	\$ 7,600.00
Equipo de Computo	\$15,000.00	33%	3.03030303	0	5	5	5	-\$ 9,750.00	\$ 4,950.00
Carpas	\$25,500.00	20%	5	0	5	8	8	-\$15,300.00	\$ 5,100.00
								Total	\$34,445.00

Depreciación mensual

\$3,818.49

4.4 Presupuesto de Ventas

El presupuesto de ingresos como una presentación programada de ventas, es el primer paso que se realizó para este estudio económico. El presente presupuesto de ventas ha sido lo más realista posible y los pronósticos han sido preparados cuidadosamente con la mayor exactitud posible, esto con el fin de que los siguientes pasos en el estudio económico fueran confiables y puntuales. Aquí se detalla el presupuesto de ventas en base a 5 años:

Primero se dividió cada año por semanas, esto con la finalidad de que en el primer año se estudiaran las semanas que son más importantes y sensibles para el alquiler de mobiliario de eventos, y poder maximizarlas para el segundo año. En el año dos, se espera un crecimiento del 20% para aquellas semanas sensibles que se estudiaron con anticipación. Para el tercer año se desea mantener el crecimiento del año pasado y se pone más atención en aquellas semanas de menor venta con paquetes descritos en el capítulo 3, con la intención de lograr un crecimiento mínimo de 7%.

El cuarto año se hace una reinversión en el mobiliario, con la intención de seguir siendo innovadores con el quipo, aquí la ventaja es que ya se conoce los gustos a detalle del mercado meta, y otro punto no menos importante es satisfacer a mayor número de clientes. En cuanto al crecimiento se mantienen los fines de semana más sensibles a los eventos y para los más débiles se sigue trabajando para crecer un 5% más que el año pasado. Para el quinto año se hace un ajuste en el precio, en términos generales es de un 10%, esto se debe a la reinversión que se hizo, con la meta de crecer de un 7 a un 10% adicional a lo anterior.

4.5 Presupuesto de costo de ventas o costo de producción

Los egresos que en los que incurre para poder producir se encuentran: la mano de obra, la cual se decidió pagar con un salario mínimo base y comisiones que se generen, la premisa es del 3% del monto total de evento a cada uno de los trabajadores (es decir, chofer/cargador cargador). La gasolina es otro de los gastos por ventas, el cual se ha calculado en base al área que se quiere cubrir; mientras que la telefonía se ha dividido en tres, la fija, que se encontrará en la oficina y ayuda a las ventas, la telefonía móvil que facilita encontrar a los clientes, y la de radio que para poder localizar al chofer y cargador.

La publicidad es otro egreso el cual está calculado mensualmente y abarca desde tarjetas de presentación, volantes, mantenimiento de la página Web, la compra de anuncios en revistas que se reparten en las colonias, el pago en un espacio en Internet como la Sección Amarilla. Y por último está la luz, la cual se dividió que el 70% utilizado es para las ventas mientras que el 30% restante es para la operación.

4.6 Presupuesto de operación

En el presupuesto de operación se incurren en gastos que no van relacionados con las ventas, como los sueldos a dos personas (administrador y gerente general) quienes están a cargo de la oficina, mientras que los servicios de asesoría contable serán cobrados por honorarios. Otros egresos son la renta del local, mantenimiento y limpieza del mismo que son gastos por separado pero que deben de tomarse en cuenta. El seguro del transporte que se

escogió fue uno básico, esto es porque también se tiene en cuenta el mantenimiento del mismo como un gasto aparte. La papelería es otro egreso en el presupuesto de operación.

4.7 Tabla de amortización

Para la amortización se visitaron algunos bancos para conocer los intereses y las condiciones bajo las cuales se obtendría el financiamiento del 50% del total del proyecto de inversión, para este caso se tomó como opción al Banco Santander, debido a que se presenta en un escenario más realista para la realización de este proyecto.

Tabla 12

Bancos Consultados	Unidades
Bancomer	17
Banamex	19
IXE	23
Santander	19
HSBC	21

Para el préstamo se tomó en cuenta la inversión inicial.

Tabla 13

Inversión	\$ 1,262,000
Crédito	50
Crédito \$	\$ 631,040
Int	19.0

Se acordó el préstamo de la siguiente manera, 10 pagos semestrales durante dos años:

Tabla 14

Pagos	Semest
Años	2
Tasa Cap	3%
# de Pagos	10

La tabla de amortización es la siguiente:

Tabla 14

Bimestres	Anualidad	Interés	Amortización	Saldo
0				\$ 631,04
1	\$74,60	8.44 \$19,98	3.12 \$54,62	5.32 \$576,4
2	\$74,60	8.44 \$18,25	3.32 \$56,35	5.12 \$520,0
3	\$74,60	8.44 \$16,46	3.74 \$58,13	4.70 \$461,9
4	\$74,60	8.44 \$14,62	4.65 \$59,98	4.01 \$401,9
5	\$74,60	8.44 \$12,72	5.26 \$61,88	3.13 \$340,0
6	\$74,60	8.44 \$10,76	5.72 \$63,83	2.16 \$276,2
7	\$74,60	8.44 \$8,74	6.13 \$65,86	1.30 \$210,3
8	\$74,60	8.44 \$6,66	6.52 \$67,94	0.36 \$142,4
9	\$74,60	8.44 \$4,50	6.87 \$70,09	0.57 \$72,31
10	\$74,60	8.44 \$2,29	7.08 \$72,31	0.36 \$0.

4.8 Estado de resultados Forma y Flujos Netos de Efectivo

El Estado de Resultados Forma proyectado a 5 años, fue calculado de la siguiente manera. El Banco de México, según presidente de ScotiaBank, tendrá que enfrentar una

inflación elevada en lo que resta del año, predice con economistas, y esto aunado al cambio de gobierno federal que se por darse en el próximo mes, el papel de la inflación es importante tomar en cuenta para el cálculo de ciertos egresos.

Debido a lo anterior que se calculó la inflación por encima de lo que analistas y economistas han pronosticado, en el primer año es de 4 puntos porcentuales, para el segundo año sube .20% y así cada año sucesivamente hasta llegar a las 4.8 puntos porcentuales. Cabe aclarar que esta deducción se hace para el cálculo de los egresos, entre ellos se encuentra la mano de obra, publicidad, luz, sueldos, servicios de asesoría contable, limpieza, mantenimiento de transporte, papelería, comisiones, y mantenimiento del local.

Otros egresos en los que se incurren son la telefonía que fueron calculados en base a la observación del historial de un contrato ya hecho con Telmex, la telefonía radio, se cotizó con Nextel contratos que cubran las necesidades de comunicación; para la renta del local se firmó un contrato donde se especifica que por los tres años consecutivos el costo será de 12,000 pesos mensuales, después de este tiempo la renta subirá el 20% que será vigente por los siguientes tres años.

El aumento mensual de las gasolinas que comenzó en enero del 2010 donde una política impulsada por el hoy aun presidente Felipe Calderón, esto es con la finalidad de eliminar el subsidio a los combustibles. A principios el mes de mayo de este año, el titular de

la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), José A. Meade, descartó que dicha política estuviera pronta a eliminarse.

Lo que no se informa o no fue posible encontrar, es cuándo se terminarán estos aumentos, es por ello que el cálculo de este producto que es indispensable para el alquiler de automóbiles para eventos, se ha calculado bajo la observación histórica que comienza desde el 2010. Específicamente el diesel se ha incrementado desde enero del 2010 hasta ahora un 30%.

Por último se encuentra el seguro del transporte que esa información ~~se relaciona con~~ seguros el águila.

En la siguiente tabla se puede apreciar la información que se describió anteriormente:

Tabla 15

Estado de Resultados Proforma Proyectado a 5 años						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fijos						
Mano de Obra	69,633	72,418.22	75,459.78	78,780.01	82,403.89	86,359.72
Telefonía fija & Internet	7,800	7,800	8,034	8,034	8,275	8,275
Telefonía radio	16,800	16,800	17,136	17,136	17,478.72	17,828.72
Publicidad	10,928	11,365.12	11,842.46	12,363.52	12,932.25	13,552.25
Luz	18,000	18,720	19,506	20,365	21,301	22,301
Sueldos	143,355	149,089.35	155,351.05	162,186.50	169,647.08	177,791.08
Renta de Local	120,000	120,000	120,000	144,000	144,000	144,000
Servicios de asesoría con	72,000	74,880	78,025	81,458	85,205	89,205
Limpieza	4,800	4,992	5,202	5,431	5,680	5,952
Mantenimiento de transporte	18,000	18,720	19,506	20,365	21,301	22,301
Papelería	12,000	12,480	13,004	13,576	14,201	14,801
	493,316	507,265	523,067	563,694	582,426	602,588
Variables						
Gasolina	27,300	31,941.00	37,370.97	43,724.03	51,157.12	59,853.12
Telefonía móvil	3,128	3,128	3,128	3,753.60	3,753.60	3,753.60
Comisiones	3,000	3,120	3,251	3,394	3,550	3,720
Mantenimiento del local	3,000	3,120	3,251	3,394	3,550	3,720
Seguro de transporte	3,000	3,000	3,450	3,900	4,417.50	5,000
Pago IMSS e INFONAVIT	59,206	61,574	64,160	66,983	70,065	73,400
	98,634	105,883	114,611	125,149	136,493	149,473
Inflación		4.00%	4.20%	4.40%	4.60%	4.80%
Miscelanea Fiscal		1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%
Objetivo Ventas		7%	12%	10%	12%	15%

4.9 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio nos indica el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

En la siguiente tabla se muestran los costos fijos y variables que tiene el presente proyecto de inversión.

Tabla 16

Costos Variables	
Gasolina	180
Sueldos	11940
Salarios	58020
Comisiones	360
Telefonía móvil	240
Telefonía fija	700
Luz	450
Papelería	100
IMSS	53700
	\$ 30,917

Tabla 17

Costos Fijos	
Telefonía Radio	700
Publicidad	1200
Luz	1000
Renta	1000
Servicios de Contaduría	600
Limpieza	400
Mantenimiento del local	0
Mantenimiento del transporte	1500
Seguro del transporte	0
	\$ 20,900

El punto de equilibrio fue calculado de la siguiente manera:

Tabla 18

Precio	500
Cantidad mensual	1
Punto de Equilibrio	
$P * Q$	500
CV/PQ	0.618
$1 - CV/PQ$	0.381
PE (\$)	54763.2
Costo Fijo	209
Precio	500
	3091
PE (Q)	10.9526
Egresos totales	\$ 49,960
Precio de Venta	5,000
P.E (Q)	9.992
	0.008
	100

Esto nos muestra que el punto mínimo en el que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que haya ganancias pero que a su vez éstas sean suficientes para mantener rentable el proyecto, es de 10 autos al mes con un costo de \$5,000 cada una.

4.10 Cálculo e interpretación de indicadores financieros

Las razones financieras son técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y que no se relacionan en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa (Baca, 2010).

Un buen análisis financiero detecta la fuerza y los puntos débiles de una empresa. Para este caso en especial se utilizará el sistema Dupont, ya que tiene interrelación con ciertos índices financieros de la organización, también genera el índice que puede medir su capacidad para generar utilidades. Lo que hace el sistema es que conforma los rubros del Estado de Resultados y por otro lado, los elementos que componen la parte de Inversión, es decir el activo del Balance General. Debido a lo anterior el Sistema Dupont es una poderosa herramienta de planificación.

La siguiente figura se puede observar el Sistema Dupont que calcula el Rendimiento sobre la Inversión (ROI), que se mide a través de las utilidades operativas.

Figura 6

El ROI es del 2%, se puede ver el cálculo en el anexo digital, lo cual muestra el número de veces que la inversión retornara a la empresa, en un determinado período de tiempo, es decir por cada peso que se invierta en el presente proyecto de inversión retornarán 2.

4.10.1 Valor actual neto

Baca Urbina (2010) explica al valor actual neto como el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, es decir, sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial, esto equivale a comparar todas las ganancias esperados contra todos los desembolsos necesarios para poder producir esas ganancias en tiempo cero o en este momento.

Para que un proyecto sea viable y pueda ser aceptado es importante que el Valor actual neto sea mayor que cero. En este caso particular el valor presente neto es de \$17,272.92

4.10.2 Periodo de recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión se da entre el año 2 y 3 como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 19

Concepto/Año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	0	1	2	3	4	5	
Ingresos	\$ 910,000.00	\$973,700	\$1,090,544	\$ 1,199,598.40	\$ 1,343,550.21	\$ 1,545,082.74	
Egresos	\$ 532,744.00	\$552,119.64	\$ 574,156.42	\$ 623,367.42	\$ 650,618.41	\$ 681,757.06	
Costos Fijos	\$ 493,316.00	\$ 507,264.64	\$ 523,066.55	\$ 563,694.00	\$ 582,425.85	\$ 602,583.68	
Costos Variables	\$ 39,428.00	\$ 44,855.00	\$ 51,089.87	\$ 59,673.42	\$ 68,192.56	\$ 79,173.37	
Inversión Inicial	\$ 1,262,092.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300,000.00	\$ -	
Crédito	\$ 631,046.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Amortizaciones	\$ -	\$ 290,981.11	\$ 340,064.89	\$ -	\$ -	\$ -	
Depreciaciones	\$ -	\$ 46,509.25	\$ 47,206.89	\$ 47,914.99	\$ 48,633.72	\$ 49,363.22	
Pago Crédito	\$ -	\$ 373,042.21	\$ 373,042.21	\$ -	\$ -	\$ -	
Impuestos	\$ -	\$ 66,682.97	\$ 67,683.21	\$ 68,698.46	\$ 69,728.94	\$ 70,774.87	Utilidad a 6 años
Utilidad Final	-\$ 253,790.00	\$ 319,345.54	\$ 462,933.92	\$ 555,447.50	\$ 371,836.58	\$ 841,914.03	\$ 2,297,687.58
Utilidad Real	-\$ 884,836.00	\$ 319,345.54	\$ 462,933.92	\$ 555,447.50	\$ 371,836.58	\$ 841,914.03	
Utilidad Real Acum		-\$ 565,490.46	-\$ 102,556.54	\$ 452,890.97	\$ 824,727.55	\$ 1,666,641.58	\$ 2,276,213.10
Payback o recuperacion: entre dos y tres años, es decir el proyecto se recupera al tercer año.							

4.10.3 Tasa interna de Retorno

La Tasa interna de retorno o de rendimiento es la tasa es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero, esto es, la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Se puede ver que la TIR sale muy alta, esto es debido a que la inversión inicial se recupera para el año dos, no hay gastos significativos y el riesgo es bajo.

Su cálculo se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 20

	0	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 910,000.00	\$973,700	\$1,090,544	\$ 1,199,598.40	\$ 1,343,550.21	\$ 1,545,082.74
Egresos	\$ 532,744.00	\$ 552,119.64	\$ 574,156.42	\$ 623,367.42	\$ 650,618.41	\$ 681,757.06
Costos Fijos	\$ 493,316.00	\$ 507,264.64	\$ 523,066.55	\$ 563,694.00	\$ 582,425.85	\$ 602,583.68
Costos Variables	\$ 39,428.00	\$ 44,855.00	\$ 51,089.87	\$ 59,673.42	\$ 68,192.56	\$ 79,173.37
Inversión Inicial	\$ 1,262,092.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300,000.00	\$ -
Crédito	\$ 631,046.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortizaciones	\$ -	\$ 290,981.11	\$ 340,064.89	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ -	\$ 46,509.25	\$ 47,206.89	\$ 47,914.99	\$ 48,633.72	\$ 49,363.22
Pago Crédito	\$ -	\$ 373,042.21	\$ 373,042.21	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos	\$ -	\$ 66,682.97	\$ 67,683.21	\$ 68,698.46	\$ 69,728.94	\$ 70,774.87
Utilidad Final	-\$ 253,790.00	\$ 319,345.54	\$ 462,933.92	\$ 555,447.50	\$ 371,836.58	\$ 841,914.03
Utilidad Real	-\$ 884,836.00	\$ 319,345.54	\$ 462,933.92	\$ 555,447.50	\$ 371,836.58	\$ 841,914.03
Utilidad Real Acum		-\$ 565,490.46	-\$ 102,556.54	\$ 452,890.97	\$ 824,727.55	\$ 1,666,641.58
	Payback o recuperacion: entre dos y tres años, es decir el proyecto se recupera al te					
						Aportación
Trema (TMAR)	Inversionistas tmar= .044inflacion+.15premio+.044*.15				0.2006	0.5
	Banco tmar= 23%				0.4	0.5
VP	-\$884,836.00	\$245,593.74	\$273,799.02	\$252,645.95	\$130,070.22	\$226,490.47
TIR	42%					
VPN	\$ 17,272.92					

4.11 Conclusiones del capítulo

Se concluye que el presente proyecto de inversión es viable para realizarse, debido a los indicadores financieros que se calcularon en este capítulo y a continuación se explicarán brevemente. La inversión inicia ~~ab~~ está por encima del millón de pesos, por cual se ha decidido financiarse por medio del préstamo de un banco el cual es Santander ~~interés~~ del 19% capitalizable anualmente, por dos años con pagos ~~totales~~, esto es para no desfalcarse y tener dinero por otros desembolsos no previstos.

En cuanto a las ventas se ha hecho un estudio por semanas de cada mes en el año para saber cuáles son las de mayor actividad y en cuáles vale la pena crear ~~paquetes~~ ~~estrategias~~ para levantar las ventas. El punto de equilibrio muestra que al mes se tienen que hacer 10 eventos para no entrar en pérdidas.

El sistema Dupont, que se basa en las razones financieras mostró que por cada peso que se invierte en el proyecto de ~~versión~~ ~~inversión~~ se conseguirán ~~rá~~ dos. Otro dato importante es la Tasa Interna de Retorno que muestra una tasa del 42%, lo cual indica que es un buen proyecto económicamente, debido al tipo de inversión, el bajo riesgo y las utilidades que arroja. El valor presente ~~eto~~ es mayor a cero, por lo tanto ese indicador al ser positivo muestra viabilidad en el proyecto.

Referencias

Baca, G. (2005). Evaluación de Proyectos (5ta edición). México: McGraw-Hill

Baca, G. (2012) Evaluación de Proyectos (6ta edición). México: McGraw-Hill

Boeree, G. (2003). Teorías de la personalidad de Abraham Maslow. Estados Unidos: McGraw Hill.

Dittmer, P. (2002) Dimensions of Hospitality Industry. Estados Unidos: Willey

Guía de trámites empresariales. (en línea). México: Secretaría de Desarrollo Económico.

Recuperado el día 22 de marzo, disponible en: <http://www.guate.df.gob.mx/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Censo de población de 2010. Recuperado el día 03 de febrero del 2012 de:

<http://www.inegi.org.mx/geo/contenidos/geoestadistica/catalogoclaves.aspx>

Kotler, P. (2003) Dirección de marketing: Conceptos esenciales. Estados Unidos: Pearson Education.

Llega novenogasolinazodel año (08 de septiembre de 2012)Proceso.Recuperado de
<http://www.proceso.com.mx/?p=319257>

López, Heriberto. (2009).Los Niveles Socioeconómicos y la distribución del gasto.
Recuperado el día 10 de febrero del 2012 en:
<http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>

Mankiw, Gregory. (2002).Principios de economíaEstados Unidos: McGrawHill.

Maslow, Abraham H. (1987).La personalidad creadoraEstados Unidos: EditoliaKairos.

Mill, Robert. y Morrison Alastrin. (2002).The Tourism SystemEstados Unidos: Edit Mill
Morrison.

Secretaria de Hacienda y Crédito Público www.sat.gob.mx

Secretaria de Finanzas www.sf.pue.gob.mx

Soy entrepreneur (2011). Libros para un buen plan de negocios. Recuperado el día 03 de septiembre de 2012, en <http://www.soyentrepreneur.com/librosparaunbuenplan-de-negocio.html>

Vidaurre Aguirri, Hector Manuel. (2004) Matemáticas financieras (3° ed). México: Thomson

VV.A.A. (2005). Muestreo estadístico Prentice práctica Prentice Hill.

Anexos

Anexo 1

Encuesta

Para el siguiente cuestionario se requiere de su participación, la finalidad es conocer su opinión sobre los servicios de las alquiladoras de mobiliario para eventos, por lo cual se le agradece que sus respuestas sean sinceras y con la mayor certeza posible:

1.- ¿Cuántas veces al año Usted realizar eventos sociales como fiestas y reuniones al año (cumpleaños, reuniones familiares, bodas, bautizos, etc.)?

a) De 1 a 2	b) De 3 a 4	c) 5 o más
-------------	-------------	------------

2.- ¿Cuántas veces en promedio utiliza algún Servicio de Alquiler para organizar sus fiestas?

a) Nunca	b) A veces	c) Siempre
----------	------------	------------

3.- ¿Cuándo realiza eventos sociales, en dónde busca información?

a) Directorio	b) Publicidad	c) Internet	d) Conocidos y amigos	e) Otra

4.- ¿Usted prefiere realizar sus fiestas...

a) Casa	b) Salón de evento sociales	c) Otro
---------	--------------------------------	---------

5.- En eventos de menor magnitud (cumpleaños, reuniones, posadas, cenas), ¿A cuántas personas ha invitado en promedio?

a) 0-20	b) 21-40	c) 41-60	d) Más de 60
---------	----------	----------	--------------

6.- En eventos considerados normalmente como de mayor magnitud (bodas, XV años, bautizos, graduaciones, etc.), ¿A cuántas personas ha invitado en promedio?

a) 0-50	b) 51-100	c) 101-150	d) 151-200	e) Más de 200
---------	-----------	------------	------------	---------------

7.- Para sus eventos sociales, ¿prefiere hacerlo solo o contratar a alguien que le ayude con organización?

8.- Mencione el nombre de las empresas que ha contratado para este tipo de servicios (Alquiladora de mobiliario para eventos, Organización de eventos sociales, banqueteras, etc).

9.- Elija el dibujo que más refleje su opinión sobre calidad del servicio y organización de las empresas que Ud. ha contratado para sus eventos.

đJ

đL

đK

10.- Y siendo Ud. Invitado de fiestas, reuniones y eventos sociales, ¿Cómo considera el servicio y organización que ha experimentado?

đJ

đL

đK

11.- Asigne un número del 1 al 5, en donde 5 es el nivel máximo a los aspectos que son más importantes para Usted en un buen servicio de banquetes:

Actividad	Valor
1.- Innovación en el mobiliario	
2.- Precio	
3.- Calidad en el mobiliario	
4.- Lujo en el equipo	
5.- Cercanía	

12.- ¿En qué tipo de eventos estaría Ud. dispuesto a contratar el mobiliario para su fiesta?

a) Sólo en eventos grandes (bodas, XV años, bautizo)	b) En eventos pequeños (cumpleaños, reuniones)	c) En cualquier tipo de evento siempre y cuando
--	--	---

etc.)	despedidas, etc.)	garantice calidad y creatividad en la organización
-------	-------------------	--

13.- Asigne un número del 1 al 5, en donde 5 es el nivel máximo a los motivos por los cuales

Ud. Contrataría a una empresa que se ~~encarga~~ **ocupa** de la organización de su evento:

Motivo	Valor
1.- Por la innovación en la ambientación.	
2.- Por el ahorro de tiempo.	
3.- Por comodidad.	
4.- Por ser un servicio completo y de calidad.	
5.- Para que mis invitados tengan una experiencia extraordinaria	

14. ¿Qué tanto influye en su decisión de compra el PRECIO al momento de elegir una alquiladora para el mobiliario de su evento?

a) Nunca	b) A veces	c) Siempre
----------	------------	------------

15.- ¿Hay algo que le gustaría obtener de una alquiladora para eventos sociales que no haya recibido antes?

Anexo 2Cotizaciones de Precios

Cotización 1

Alquiladora Miramontes

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
5	Mesas Redondas con sillas y vestida c/u	\$ 230.00	\$1,150.00
50	platos trinche	\$ 3.00	\$ 150.00
50	platos entrada	\$ 3.00	\$ 150.00
50	platos pastel	\$ 3.00	\$ 150.00
50	tenedores trinche	\$ 2.00	\$ 100.00
50	Cuchillos	\$ 2.00	\$ 100.00
50	cucharas pastel	\$ 2.00	\$ 100.00
50	Vasos	\$ 3.00	\$ 150.00
25	Caballitos	\$ 3.00	\$ 75.00
10	ceniceros	\$ 3.00	\$ 30.00
3	charolas meseros	\$ 30.00	\$ 90.00
5	Paneras	\$ 10.00	\$ 50.00

Cotización 2

Alquiladora K-nape

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
5	Mesas Redondas	\$ 30.00	\$ 150.00
50	Sillas	\$ 6.00	\$ 300.00
5	Cubremantel deshilado	\$ 80.00	\$ 400.00
50	Servilletas de tela	\$ 4.00	\$ 200.00
5	Manteles	\$ 30.00	\$ 150.00
50	Fundas Blancas	\$ 10.00	\$ 500.00
25	Bandas para la silla	\$ 5.00	\$ 125.00
50	platos trinch	\$ 3.00	\$ 150.00
50	platos entrada	\$ 3.00	\$ 150.00
50	platos pastel	\$ 3.00	\$ 150.00
50	tenedores trinch	\$ 3.00	\$ 150.00
50	Cuchillos	\$ 3.00	\$ 150.00
50	cucharas pastel	\$ 3.00	\$ 150.00
96	Vasos	\$ 3.00	\$ 288.00
25	Caballitos	\$ 3.00	\$ 75.00
10	ceniceros	\$ 2.00	\$ 20.00
5	charolas meseros	\$ 20.00	\$ 100.00
5	Paneras	\$ 5.00	\$ 25.00

Cotización 3

Alquiladora Mar

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
5	Mesas Redondas con sillas y vestida c/	\$ 190.00	\$ 950.00
50	platos trinch	\$ 4.00	\$ 200.00
50	platos entrada	\$ 4.00	\$ 200.00
50	platos pastel	\$ 4.00	\$ 200.00
50	tenedores trinch	\$ 3.00	\$ 150.00
50	Cuchillos	\$ 3.00	\$ 150.00
50	cucharas pastel	\$ 3.00	\$ 150.00
50	Vasos	\$ 4.00	\$ 200.00
25	Caballitos	\$ 3.00	\$ 75.00
10	ceniceros	\$ 3.00	\$ 30.00
3	charolas meseros	\$ 40.00	\$ 120.00
5	Paneras	\$ 10.00	\$ 50.00

Cotización 4

Alquiladora Fantasy

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
5	Mesas Redondas con sillas y vestida c/u	\$ 260.00	\$1,300.00
50	servilletas de tela	\$ 4.00	\$ 200.00
50	plato cuadrado	\$ 6.00	\$ 300.00
50	plato redondo	\$ 3.50	\$ 175.00
50	cubiertos tipo 1	\$ 2.50	\$ 125.00
50	cubiertos tipo 2	\$ 3.50	\$ 175.00
6	Salero	\$ 3.00	\$ 18.00
50	vasos hb tipo 1	\$ 3.50	\$ 175.00
50	vasos hb tipo 2	\$ 4.50	\$ 225.00
50	copas tipo 1	\$ 4.50	\$ 225.00
50	copas tipo 2	\$ 6.00	\$ 300.00
25	Caballitos	\$ 3.50	\$ 87.50
10	ceniceros	\$ 6.00	\$ 60.00
3	charolas meseros	\$ 40.00	\$ 120.00
5	Paneras	\$ 10.00	\$ 50.00
			\$3,535.50

Cotización 5

Alquiladora Alianza Peña

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
5	Mesas Redondas con sillas y vestida c/u	\$ 200.00	\$1,000.00
5	Mesas redondas con sillas tiffany y manteles	\$ 300.00	\$1,500.00
50	Servilletas	\$ 3.00	\$ 150.00
50	vajilla c/u	\$ 3.00	\$ 150.00
50	Cubertería c/u	\$ 2.50	\$ 125.00
50	vaso hb	\$ 3.50	\$ 175.00
25	Caballitos	\$ 3.00	\$ 75.00
10	ceniceros	\$ 2.00	\$ 20.00
3	charolas meseros	\$ 20.00	\$ 60.00
50	copas	\$ 6.00	\$ 300.00
5	Paneras	\$ 10.00	\$ 50.00
			\$3,605.00

Cotización 6

Alquiladora Cortés

Cantidad	P. unitario	Total
6 Mesas redondas con mantel	\$60	\$360
60 sillas Tiffany	\$30.00	\$1,800.00
60 platos extendidos	\$4.00	\$240.00
60 platos extendidos medianos	\$4.00	\$240.00
60 tazones	\$4.00	\$240.00
60 platos pasteleros	\$4.00	\$240.00
60 juegos terno	\$8.00	\$480.00
60 juegos de cubierto en 4 piezas (Oneida)	\$16.00	\$960.00
60 vasos cuberos	\$3.00	\$180.00
40 vasos Olfashion	\$5.00	\$200.00
60 servilletas blancas	\$3.00	\$180.00
	Subtotal	\$5,120.00
	Descuento	\$420.00
	Subtotal	\$4,700.00
	Depósito	\$300.00
	Total	\$5,000.00

Anexo 3

Tabla de precios

Anexo 4

Cotizaciones a Proveedores

Cotizacion Fecha 24/ Febrero /2012



MOSTRADOR

codigo	Descripcion	cantidad	precio	subtotal
L.W000M6	PLATO BASE LINEA METRO	250	\$53.82	\$13,455.00
L.WMT0001	PLATO TRONCHE 26 CM LINEA METRO	250	\$25.00	\$6,250.00
L.WMT0003	PLATO POSTRE LINEA METRO	250	\$17.00	\$4,250.00
L.WMT005	PLATO TAZA SIN TAZA (PANIBO)	250	\$13.00	\$3,250.00
L.WMT0002	PLATO SOPERO LINEA METRO	250	\$19.00	\$4,750.00
L.W005M	TAZA Y PLATO TAZA LINEA METRO	250	\$20.88	\$5,220.00
L.WM002	ENSALADERO METRO	25	\$30.20	\$755.00

CUARENTA Y TRES MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y OCHO PESOS 80/100 M.N.

Anticipo (): \$0.00

SubTotal \$37,930.00

Iva \$6,068.80

Total \$43,998.80

Anexo 5

Silla Tiffany



Silla Avant Garden



Mesa Redonda



Mesa cuadrada color chocolate



Vajilla Cuadrada

Vajilla Redonda

Jarra de café

Cremera

Azucarera

Salero

Cenicero

Vasos Largos



Vaso Old Fashion



Juego de Copas



Chaffer Buffetera



Carpas



MERCADO

Resultados de Encuestas

Encuestados 460
Número de eventos al año

Eventos al año	Respuestas	% Del Total	Eventos Promedios Anuales
De 1-2	138	30.00%	207
De 3-5	303.6	66.00%	1214.4
Más de 6	18.4	4.00%	128.8
			1550.2

En este análisis se puede observar un potencial de 1550.2 eventos anuales. Teniendo un margen de error del 20%, daun total de 1240 eventos anuales.

Invitados p evento	Respuestas	% Del Total	Prom. Pers.	Media Pond. Personas
De 1 -20	23	5.00%	10	0.5000
De 21-40	128.8	28.00%	30.5	8.5400
De 41-60	193.2	42.00%	50.5	21.2100
Más de 60	115	25.00%	70	17.5000
			Personas promedio	47.75000

Precio

Precio fue determinado por la competencia, en base al cálculo de media desviación

Cotizaciones			
Cotización 1	Cotización 2	Cotización 3	Cotización 4
\$1,350.00	\$150.00	\$1,950.00	\$2,300.00
\$150.00	\$300.00	\$400.00	\$400.00
\$150.00	\$500.00	\$200.00	\$600.00
\$150.00	\$500.00	\$200.00	\$175.00
\$600.00	\$150.00	\$150.00	\$125.00
\$200.00	\$600.00	\$150.00	\$175.00
\$100.00	\$125.00	\$150.00	\$18.00
\$150.00	\$150.00	\$200.00	\$175.00
\$175.00	\$150.00	\$75.00	\$225.00
\$100.00	\$150.00	\$30.00	\$225.00
\$150.00	\$350.00	\$150.00	\$300.00
\$150.00	\$150.00	\$100.00	\$87.50
\$3,425.00	\$150.00	\$3,755.00	\$60.00
	\$388.00		\$120.00
	\$75.00		\$50.00
	\$20.00		\$5,035.50
	\$100.00		
	\$25.00		
	\$4,033.00		

PRECIO

Cotización 5

\$1,500.00
\$1,500.00
\$300.00
\$150.00
\$125.00
\$175.00
\$75.00
\$20.00
\$60.00
\$500.00
\$100.00
\$4,505.00

Cotización 6

\$360
\$1,800.00
\$240.00
\$240.00
\$240.00
\$240.00
\$480.00
\$960.00
\$180.00
\$200.00
\$180.00
\$5,120

Media		Potencia
\$3,425	-\$887.25	\$131,202.09
\$4,033	-558.5	\$51,987.04
\$3,755	-1114.5	\$207,018.38
\$5,036	1446.5	\$348,727.04
\$4,505	385.5	\$24,768.38
\$5,120	1615.5	\$434,973.38
\$4,312.25		\$1,198,676.30
	Raíz Cuadrada	\$1,094.84

desv standard	media desv standard	
\$3,217.41	\$3,764.83	\$4,500.00
\$5,407.09	\$4,859.67	

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

Inversión Inicial del Proyecto

Cantidad	Concepto	Precio Unitario	Total	Valor de Rescate
400	juegos de cubiertos tipo 1	130	\$ 52,000.00	\$ 10,400.00
400	juegos de cubiertos tipo 2	200	\$ 80,000.00	\$ 16,000.00
400	vasos largos	13	\$ 5,200.00	\$ 1,040.00
400	copa vino	25	\$ 10,000.00	\$ 2,000.00
400	copa agua	25	\$ 10,000.00	\$ 2,000.00
400	copa flauta	22	\$ 8,800.00	\$ 1,760.00
400	vaso old fashion	20	\$ 8,000.00	\$ 1,600.00
400	vaso para tequila	17	\$ 6,800.00	\$ 1,360.00
300	manteles de colores	75	\$ 22,500.00	\$ 4,500.00
350	sillas primavera	130	\$ 45,500.00	\$ 9,100.00
250	plato panero	10	\$ 2,500.00	\$ 500.00
250	manteles blancos drapeada/figuras	80	\$ 20,000.00	\$ 4,000.00
250	manteles blancos	45	\$ 11,250.00	\$ 2,250.00
100	sillas tiffany	380	\$ 38,000.00	\$ 7,600.00
100	cojines	74	\$ 7,400.00	-
50	Vajillas cuadradas	1056	\$ 52,800.00	\$ 10,560.00
50	Vajillas redondas	683.5	\$ 34,175.00	\$ 6,835.00
50	platón	80	\$ 4,000.00	\$ 800.00
50	jarra de café	180	\$ 9,000.00	\$ 1,800.00
50	cremera	20	\$ 1,000.00	\$ 200.00
50	azúcarera	25	\$ 1,250.00	\$ 250.00
50	salero	50	\$ 2,500.00	\$ 500.00
50	pimientero	50	\$ 2,500.00	\$ 500.00
50	cenicero	50	\$ 2,500.00	\$ 500.00
50	servilleteros	30	\$ 1,500.00	\$ 300.00
50	salseras	14	\$ 700.00	\$ 140.00
25	mesas redondas	1319	\$ 32,975.00	\$ 6,595.00
10	mesas cuadradas color chocolate	1500	\$ 15,000.00	\$ 3,000.00
10	Chafer Buffetera	1,300	\$ 13,000.00	\$ 2,600.00
3	Carpas de 100m2	8500	\$ 25,500.00	\$ 5,100.00
2	Equipo de cómputo	8,000	\$ 16,000.00	\$ 3,200.00
2	Escritorio	1,500	\$ 3,000.00	\$ 600.00
2	Sillones de escritorio	1,200	\$ 2,400.00	na
1	azúcarera	235,000	\$ 235,000.00	\$ 47,000.00
1	Página Web	12,000	\$ 12,000.00	na
1	Publicidad	15,000	\$ 15,000.00	na
1	Trámites	752	\$ 752.00	na
1	Bodega	7,500	\$ 7,500.00	na
	Renta de Local	10,000	\$ 10,000.00	na
	Depósito del Local	10,000	\$ 10,000.00	na
	Decoración	5,000	\$ 5,000.00	na
	Papeleria	12,000	\$ 12,000.00	na
	Depósito Bodega	7,500	\$ 7,500.00	na
	Capital de trabajo de resguardo	3%	\$ 25,875.06	na
	Total		\$ 862,502.00	\$ 154,590.00

INVERSIÓN AÑO 3

Cantidad	Concepto	Monto	Vida útil (años)	Valor de Rescate	Base para Depreciar
2	Equipo de Transporte 3.5 tons	\$ 220,000.00	10	44,000.00	176,000.00
30	Mesas	\$ 39,570.00	5	7,914.00	31,656.00
300	Sillas	\$ 39,000.00	5	7,800.00	31,200.00
10	Carpas	\$ 35,000.00	5	7,000.00	28,000.00
40	Vajillas	\$ 27,200.00	5	5,440.00	21,760.00
80	Cristaleria	\$ 26,000.00	5	5,200.00	20,800.00
40	Cuberteria	\$ 20,000.00	5	4,000.00	16,000.00
3%	Capital de Resguardo	\$ 12,203.10	na	na	na
		\$ 418,973.10		81,354.00	

Capital de trabajo de resguardo	Concepto	Tiempo
Equivale al 3% de la inversión inicial	Pagar nómina	3 meses
\$ 25,875.06	Renta de Local	2 meses
	Renta de Bodega	3 meses

DEPRECIACIÓN

Depreciación en Unidades Producidas				
Descripción del producto	Inv Inicial	Veces utilizadas	Depreciación total	
Tela Blanca	\$ 12,500.00	181	\$	69.06
Tela de Colores	\$ 37,500.00	100	\$	375.00
Vajilla cuadrada	\$ 42,240.00	250	\$	168.96
Vajilla redonda	\$ 34,175.00	250	\$	136.70
Cubiertos tipo 1	\$ 26,000.00	250	\$	104.00
Cubiertos tipo 2	\$ 40,000.00	250	\$	160.00
Cojines	\$ 7,400.00	100	\$	74.00
Plato Panero	\$ 2,500.00	250	\$	10.00
Platón	\$ 4,000.00	250	\$	16.00
Jarras de café	\$ 9,000.00	250	\$	36.00
Cremera	\$ 1,000.00	250	\$	4.00
Azúcarera	\$ 1,250.00	250	\$	5.00
Salero	\$ 2,500.00	250	\$	10.00
Pimentero	\$ 2,500.00	250	\$	10.00
Cenicero	\$ 2,500.00	250	\$	10.00
Servilleteros	\$ 1,500.00	250	\$	6.00
Salseras	\$ 700.00	250	\$	2.80
Vasos Largos	\$ 2,860.00	250	\$	11.44
Copa de Vino	\$ 5,500.00	250	\$	22.00
Copa de Agua	\$ 5,500.00	250	\$	22.00
Copa Flauta	\$ 4,840.00	250	\$	19.36
Vaso Old fashion	\$ 4,000.00	250	\$	16.00
Vaso para tequila	\$ 3,400.00	250	\$	13.60
Chafer Buffetera	\$ 7,500.00	100	\$	75.00
			\$	1,376.92

Depreciación de la camioneta transportadora del mobiliario con una depreciación de 10,000 y 25,000 km

Años	precio de costo	tasa depreciación	unidades de produccion	depreciación		valor de libro
				depreciación	¿ acumulada	
1	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	10,000.00	140,000.00
2	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	20,000.00	130,000.00
3	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	30,000.00	120,000.00
4	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	40,000.00	110,000.00
5	150,000.00	0.2	50,000.00	10,000.00	50,000.00	100,000.00
			250,000.00			

Depreciación en Línea Recta										
Descripción del Producto	Inv Inicial	Tasa de dep	Años a Dep	Año de Adq	Año de venta	Año de vida	Vida del Activo		VR	Depreciación anual
Mesas redondas	\$ 32,975.00	20%	5	0	5	10	10 - \$	32,975.00	\$	6,595.00
Mesas cuadradas	\$ 15,000.00	20%	5	0	5	10	10 - \$	15,000.00	\$	3,000.00
Sillas primavera	\$ 36,000.00	20%	5	0	5	10	10 - \$	36,000.00	\$	7,200.00
Sillas Tiffany	\$ 38,000.00	20%	5	0	5	10	10 - \$	38,000.00	\$	7,600.00
Equipo de Computo	\$ 15,000.00	33%	3.03030303	0	5	5	5 - \$	9,750.00	\$	4,950.00
Carpas	\$ 25,500.00	20%	5	0	5	8	8 - \$	15,300.00	\$	5,100.00
									\$	34,445.00

Depreciación mensual \$ 5,684.92

Descripción del Producto	Inv Inicial	Tasa de dep	Años a Dep	Año de Adq	Año de venta	Año de vida	Vida del Activo		VR	Depreciación anual
Manteles Blancos	\$ 31,250.00	5%	3	0	3	4	3 - \$	10,416.67	\$	1,562.50
Manteles de Colores	\$ 22,500.00	5%	3	0	3	4	4 - \$	7,500.00	\$	1,125.00
Vajilla Cudrada	\$ 42,240.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	14,080.00	\$	4,224.00
Vajilla Redonda	\$ 34,175.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	11,391.67	\$	3,417.50
Cubiertos tipo 1	\$ 26,000.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	8,666.67	\$	2,600.00
Cubiertos tipo 2	\$ 40,000.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	13,333.33	\$	4,000.00
Cojines	\$ 7,400.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	2,466.67	\$	740.00
Plato Panero	\$ 2,500.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	833.33	\$	250.00
Platón	\$ 4,000.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	1,333.33	\$	400.00
Jarras de café	\$ 9,000.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	3,000.00	\$	900.00
Cremera	\$ 1,000.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	333.33	\$	100.00
Azúcarera	\$ 1,250.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	416.67	\$	125.00
Salero	\$ 2,500.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	833.33	\$	250.00
Pimentero	\$ 2,500.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	833.33	\$	250.00
Cenicero	\$ 2,500.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	833.33	\$	250.00
Servilleteros	\$ 1,500.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	500.00	\$	150.00
Salseras	\$ 700.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	233.33	\$	70.00
Vasos Ligeros	\$ 2,860.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	953.33	\$	286.00
Copa de Vino	\$ 5,500.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	1,833.33	\$	550.00
Copa de Agua	\$ 5,500.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	1,833.33	\$	550.00
Copa Flauta	\$ 4,840.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	1,613.33	\$	484.00
Vaso Old fashion	\$ 4,000.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	1,333.33	\$	400.00
Vaso tequilero	\$ 3,400.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	1,133.33	\$	340.00
Chafer Buffetera	\$ 7,500.00	10%	3	0	3	4	4 - \$	2,500.00	\$	750.00
Total									\$	23,774.00

AMORTIZACIÓN

Presupuesto Financiero

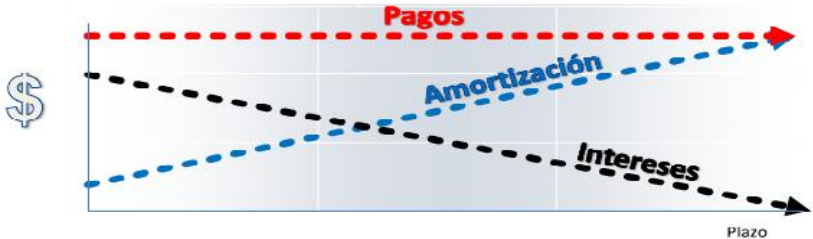
Crédito Bancario	
Inversión Inicial	\$ 862,502.00
Crédito	50%
Crédito \$	\$ 431,251.00
Int	19.00%

Pagos	Bimestrales
Años	2
Tasa Cap	3%
# de Pagos	12

Bancos Consultados	Interés
Bancomer	17%
Banamex	19%
IXE	23%
Santander	19%
HSBC	21%

Periodo	Saldo Inicial	Intereses	Pago	Amort.	Saldo Final
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 431,251.00
1	\$ 431,251.00	\$ 13,656.28	\$ 43,756.53	\$ 30,100.25	\$ 401,150.75
2	\$ 401,150.75	\$ 12,703.11	\$ 43,756.53	\$ 31,053.43	\$ 370,097.32
3	\$ 370,097.32	\$ 11,719.75	\$ 43,756.53	\$ 32,036.78	\$ 338,060.54
4	\$ 338,060.54	\$ 10,705.25	\$ 43,756.53	\$ 33,051.28	\$ 305,009.26
5	\$ 305,009.26	\$ 9,658.63	\$ 43,756.53	\$ 34,097.91	\$ 270,911.35
6	\$ 270,911.35	\$ 8,578.86	\$ 43,756.53	\$ 35,177.67	\$ 235,733.68
7	\$ 235,733.68	\$ 7,464.90	\$ 43,756.53	\$ 36,291.63	\$ 199,442.05
8	\$ 199,442.05	\$ 6,315.66	\$ 43,756.53	\$ 37,440.87	\$ 162,001.18
9	\$ 162,001.18	\$ 5,130.04	\$ 43,756.53	\$ 38,626.50	\$ 123,374.68
10	\$ 123,374.68	\$ 3,906.86	\$ 43,756.53	\$ 39,849.67	\$ 83,525.01
11	\$ 83,525.01	\$ 2,644.96	\$ 43,756.53	\$ 41,111.57	\$ 42,413.44
12	\$ 42,413.44	\$ 1,343.09	\$ 43,756.53	\$ 42,413.44	\$ 0.00

Es este esquema **TODOS LOS PAGOS SON IGUALES**, se obtienen con anualidades, pero la combinación de intereses y amortización a capital es diferente en cada periodo.



TMAR

Tabla de Cálculo TMAR Promedio y TMAR Ponderado			
		100.00%	
TMAR Premio Riesgo	19.92%	30.00%	5.98%
TMAR Riesgo País	16.38%	10.00%	1.64%
TMAR Competencia	22.38%	10.00%	2.24%
TMAR TIIE+CETES	18.08%	30.00%	5.42%
TMAR Macroeconomía	21.89%	20.00%	4.38%
Promedio:		19.73%	Ponderado: 19.65%

Cálculo a base de **premio** al riesgo:
Técnica de Cálculo:
TMAR = Inflación + Premio al Riesgo + (Inflación * Premio)

Cálculo a base de **ganancia** sobre riesgo país
Técnica de Cálculo:
TMAR = Inflación + Crecimiento + Riesgo país

Cálculo a base de **ganancia** sobre inversión bancaria:
Técnica de Cálculo:
TMAR = Inflación + ((TIIE+CETES) * Relación)

Cálculo a base de **ganancia** sobre competencia:
Técnica de Cálculo:
TMAR = Inflación + Crecimiento + (Competencia * Relación)

Cálculo a base de **fortaleza** macroeconómica:
Técnica de Cálculo:
TMAR = Inflación + Crecimiento + TIIE + CETES

Indicadores Económicos a 4	
Inflacion	4.28%
Crecimiento	3.10%
Riesgo País	9.00%

Inflación	Premio
4.28%	15%

Inflación	Crecimiento
4.28%	3.10%

Inflación	TIIE
4.28%	4.50%

Inflación	Crecimiento
4.28%	3.10%

Inflación	Crecimiento
4.28%	3.10%

TMAR

Abril de 1013	
CETES	4.70%
TIIE	4.50%
INPC	4.31%

Tmar
19.92%

Riesgo país	Tmar
9.00%	16.38%

CETES	RELACION	TMAR
4.70%	1.5	18.08%

Mercado	Relación	TMAR
10%	1.5	22.38%

TIIE	CETES	Consumidor	Diferencial	TMAR
4.50%	4.70%	4.31%	1%	21.89%

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos Variables	
Gasolina	1800
Sueldos	11946.26
Salarios	5802.74
Comisiones	3600
Telefonía móvil	248
Telefonía fija	700
Luz	450
Papelería	1000
IMSS	5370.86
	\$ 30,917.86

Costos Fijos	
Telefonía Radio	700
Publicidad	1250
Luz	1050
Renta	10000
Servicios de Contaduria	6000
Limpieza	400
Mantenimiento del local	0
Mantenimiento del transporte	1500
Seguro del transporte	0
	\$ 20,900.00
Egresos Totales	\$ 51,817.86

Precio	4500
Cantidad mensual	10

Punto de Equilibrio	
P*Q	45000
CV/PQ	0.687063556
1-CV/PQ	0.312936444
PE (\$)	66786.72418

Costo Fijo	20900
Precio	4500
	3091.786
PE (Q)	14.84149426

Egresos totales	\$ 51,817.86
Precio de Venta	4,500
P.E (Q)	11.52
	-1.52
	115%

CASH FLOW

Flujo Efectivo Operativo y Total

% Cobrado al final del año	98.0%
Cuentas Incobrables	2.0%

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos	\$ 499,500.00	\$ 778,680.00	\$ 968,143.97	\$ 1,398,823.77	\$ 2,418,609.49	\$ 3,002,449.03
Costo de Ventas	\$ 101,150.33	\$ 188,080.11	\$ 211,659.35	\$ 257,578.81	\$ 353,768.14	\$ 404,003.81
Cuentas incobrables	\$ 9,990.00	\$ 15,573.60	\$ 19,362.88	\$ 27,976.48	\$ 48,372.19	\$ 60,048.98
UB	\$ 388,359.67	\$ 575,026.29	\$ 737,121.74	\$ 1,113,268.48	\$ 2,016,469.16	\$ 2,538,396.23
Gastos Operativos	\$ 279,679.51	\$ 521,398.75	\$ 559,774.33	\$ 596,981.87	\$ 630,642.58	\$ 675,816.84
Depón.	\$ 36,951.96	\$ 68,219.00	\$ 68,219.00	\$ 68,219.00	\$ 68,219.00	\$ 68,219.00
UAI	\$ 145,632.12	\$ 121,846.54	\$ 245,566.41	\$ 584,505.61	\$ 1,454,045.57	\$ 1,930,798.40
Intereses	\$ 38,079.14	\$ 47,853.34	\$ 7,894.92	\$ -	\$ -	\$ -
UAI	\$ 107,552.98	\$ 73,993.20	\$ 237,671.50	\$ 584,505.61	\$ 1,454,045.57	\$ 1,930,798.40
Impuestos	\$ 28,349.33	\$ 16,214.46	\$ 57,219.43	\$ 163,278.92	\$ 430,259.63	\$ 576,788.51
UN	\$ 79,203.65	\$ 57,778.74	\$ 180,452.07	\$ 421,226.68	\$ 1,023,785.94	\$ 1,354,009.88
FEO	0	1	2	3	4	5
UAI	\$ 145,632.12	\$ 121,846.54	\$ 245,566.41	\$ 584,505.61	\$ 1,454,045.57	\$ 1,930,798.40
DEPON	\$ 36,951.96	\$ 68,219.00	\$ 68,219.00	\$ 68,219.00	\$ 68,219.00	\$ 68,219.00
AMORTIZACIÓN AL CAPITAL	\$ 93,190.46	\$ 214,685.86	\$ 131,269.60	\$ -	\$ -	\$ -
INTERESES	\$ 38,079.14	\$ 47,853.34	\$ 7,894.92	\$ -	\$ -	\$ -
IMPTOS	\$ 28,349.33	\$ 16,214.46	\$ 57,219.43	\$ 163,278.92	\$ 430,259.63	\$ 576,788.51
	\$ 22,965.15	-\$ 88,688.12	\$ 117,401.47	\$ 489,445.68	\$ 1,092,004.94	\$ 1,945,359.58
FET	0	1	2	3	4	5
FEO	\$ 22,965.15	-\$ 88,688.12	\$ 117,401.47	\$ 489,445.68	\$ 1,092,004.94	\$ 1,945,359.58
CAMBIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 154,590.00
GASTOS	-\$ 862,502.00	-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 418,973.10	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
	-\$ 839,536.85	-\$ 98,688.12	\$ 107,401.47	\$ 70,472.58	\$ 1,102,004.94	\$ 2,109,949.58

CASH FLOW

Año	Flujo de Efectivo	VPN
0	-\$ 839,536.85	-\$ 839,536.85
1	-\$ 98,688.12	-\$ 82,477.49
2	\$ 107,401.47	\$ 75,015.57
3	\$ 70,472.58	\$ 41,136.94
4	\$ 1,102,004.94	\$ 537,608.28
5	\$ 2,109,949.58	\$ 860,250.79
		\$ 591,997.24

-\$ 636,471.62
- 0.58
3.74 periodos

Variable independiente (i)	Variable dependiente (VAN)
0%	\$1,230,357.23
1%	\$1,144,032.38
2%	\$1,062,191.33
3%	\$984,556.07
4%	\$910,868.49
5%	\$840,888.75
6%	\$774,393.83
7%	\$711,176.22
8%	\$651,042.66
9%	\$593,813.06
10%	\$539,319.50
11%	\$487,405.27
12%	\$437,924.04
13%	\$390,739.08
14%	\$345,722.57
15%	\$302,754.90
16%	\$261,724.12
17%	\$222,525.33
18%	\$185,060.25
19%	\$149,236.69
20%	\$114,968.14
21%	\$82,173.37
22%	\$50,776.09
23%	\$20,704.57
24%	-\$8,108.64
25%	-\$35,727.00
26%	-\$62,210.27
27%	-\$87,614.73
28%	-\$111,993.43
29%	-\$135,396.37
30%	-\$157,870.72

ESTADO DE RESULTADOS

	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	Totales		Totales		Totales		Totales		Totales		Totales	
# Eventos	111		168		202		283		473		566	
Precio Promedio												
	Total 2013		Total 2014		Total 2015		Total 2016		Total 2017		Total 2017	
Ventas	\$	499,500.00	\$	778,680.00	\$	968,143.97	\$	1,398,823.77	\$	2,418,609.49	\$	3,002,449.03
Costos de Ventas	\$	101,150.33	\$	188,080.11	\$	211,659.35	\$	257,578.81	\$	353,768.14	\$	404,003.81
Mano de Obra	\$	36,267.45	\$	71,721.87	\$	73,950.12	\$	76,317.64	\$	78,824.42	\$	78,824.42
Diesel	\$	18,212.88	\$	27,565.44	\$	33,209.79	\$	46,495.35	\$	77,598.35	\$	92,803.65
Comisiones	\$	29,970.00	\$	46,720.80	\$	58,088.64	\$	83,929.43	\$	145,116.57	\$	180,146.94
Telefonía fija & Internet	\$	4,200.00	\$	8,652.00	\$	8,920.80	\$	9,206.40	\$	9,508.80	\$	9,508.80
Telefonía móvil	\$	2,100.00	\$	4,200.00	\$	4,500.00	\$	4,800.00	\$	5,400.00	\$	5,400.00
Telefonía radio	\$	4,200.00	\$	8,400.00	\$	8,400.00	\$	8,400.00	\$	8,400.00	\$	8,400.00
Publicidad	\$	2,000.00	\$	12,000.00	\$	15,000.00	\$	18,000.00	\$	18,000.00	\$	18,000.00
Luz 70%	\$	4,200.00	\$	8,820.00	\$	9,590.00	\$	10,430.00	\$	10,430.00	\$	10,920.00
Utilidad Bruta	\$	398,349.67	\$	590,599.89	\$	756,484.62	\$	1,141,244.96	\$	2,064,841.35	\$	2,598,445.22
					\$	-	\$	-	\$	-		
					\$	-	\$	-	\$	-		
Gastos Operación	\$	279,679.51	\$	521,398.75	\$	559,774.33	\$	596,981.87	\$	630,642.58	\$	675,816.84
Sueldos	\$	71,677.55	\$	147,655.75	\$	152,243.12	\$	157,117.19	\$	162,277.98	\$	168,444.54
Renta de Bodega		56,000		96,000	\$	108,000.00	\$	120,000.00	\$	130,000.00	\$	144,000.00
Renta del Local	\$	70,000.00	\$	120,000.00	\$	132,000.00	\$	144,000.00	\$	154,000.00	\$	168,000.00
Servicios asesoria contable	\$	24,000.00	\$	48,000.00	\$	54,000.00	\$	60,000.00	\$	66,000.00	\$	72,000.00
Limpieza	\$	2,400.00	\$	4,944.00	\$	5,102.21	\$	5,275.68	\$	5,465.61	\$	5,673.30
Mantenimiento del local	\$	5,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	5,000.00	\$	5,000.00	\$	10,000.00
Seguro de transporte	\$	6,000.00	\$	5,800.00	\$	5,500.00	\$	5,300.00	\$	5,000.00	\$	4,800.00
Mantenimiento del transporte	\$	6,000.00	\$	12,000.00	\$	15,600.00	\$	15,600.00	\$	18,000.00	\$	18,000.00
Depreciación	\$	36,951.96	\$	68,219.00	\$	68,219.00	\$	68,219.00	\$	68,219.00	\$	68,219.00
Papelería	\$	-	\$	12,000.00	\$	12,000.00	\$	12,000.00	\$	12,000.00	\$	12,000.00
Luz 30%	\$	1,650.00	\$	3,780.00	\$	4,110.00	\$	4,470.00	\$	4,680.00	\$	4,680.00
Utilidad de operación	\$	118,670.16	\$	69,201.14	\$	196,710.29	\$	544,263.08	\$	1,434,198.76	\$	1,922,628.38
			\$	-	\$	-	\$	-	\$	-		
CIF/ Amortización	\$	38,079.14	\$	47,853.34	\$	7,894.92	\$	-	\$	-	\$	-
Utilidad antes de impuesto	\$	80,591.02	\$	21,347.80	\$	188,815.38	\$	544,263.08	\$	1,434,198.76	\$	1,922,628.38
ISR 30%	\$	28,349.33	\$	16,214.46	\$	57,219.43	\$	163,278.92	\$	430,259.63	\$	576,788.51
					\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
Utilidad neta	\$	52,241.70	\$	5,133.34	\$	131,595.95	\$	380,984.16	\$	1,003,939.13	\$	1,345,839.86

VENTAS ANUALES

2013	Suma de # de eventos
junio	5
julio	18
agosto	12
septiembre	17
octubre	15
noviembre	17
diciembre	27
Total general	111

2014	Suma de # de eventos
enero	8
febrero	10
marzo	10
abril	12
mayo	11
junio	14
julio	13
agosto	11
septiembre	13
octubre	13
noviembre	17
diciembre	18
Total general	150

VENTAS ANUALES

2015	Suma de # de eventos
enero	16
febrero	14
marzo	15
abril	12
mayo	17
junio	21
julio	13
agosto	20
septiembre	19
octubre	19
noviembre	17
diciembre	19
Total general	202

2016	Suma de # de eventos
enero	23
febrero	21
marzo	25
abril	30
mayo	24
junio	18
julio	28
agosto	15
septiembre	20
octubre	21
noviembre	26
diciembre	32
Total general	283

VENTAS ANUALES

2017	Suma de # de eventos
enero	29
febrero	35
marzo	27
abril	32
mayo	32
junio	46
julio	56
agosto	38
septiembre	41
octubre	41
noviembre	40
diciembre	56
Total general	473

2018	Suma de # de eventos
enero	40
febrero	42
marzo	44
abril	43
mayo	45
junio	53
julio	60
agosto	48
septiembre	45
octubre	48
noviembre	36
diciembre	62
Total general	566

INGRESO DE VENTAS

Precio			\$4,500.00
Ingresos por ventas			
Año 1			
Fin de semana	# de eventos	precio promedio/evento	Ingresos
junio	5	\$ 4,500.00	\$ 22,500.00
julio	5	\$ 4,500.00	\$ 22,500.00
julio	4	\$ 4,500.00	\$ 18,000.00
julio	5	\$ 4,500.00	\$ 22,500.00
julio	4	\$ 4,500.00	\$ 18,000.00
agosto	3	\$ 4,500.00	\$ 13,500.00
agosto	3	\$ 4,500.00	\$ 13,500.00
agosto	3	\$ 4,500.00	\$ 13,500.00
agosto	3	\$ 4,500.00	\$ 13,500.00
septiembre	4	\$ 4,500.00	\$ 18,000.00
septiembre	5	\$ 4,500.00	\$ 22,500.00
septiembre	4	\$ 4,500.00	\$ 18,000.00
septiembre	4	\$ 4,500.00	\$ 18,000.00
octubre	3	\$ 4,500.00	\$ 13,500.00
octubre	3	\$ 4,500.00	\$ 13,500.00
octubre	4	\$ 4,500.00	\$ 18,000.00
octubre	5	\$ 4,500.00	\$ 22,500.00
noviembre	5	\$ 4,500.00	\$ 22,500.00
noviembre	4	\$ 4,500.00	\$ 18,000.00
noviembre	4	\$ 4,500.00	\$ 18,000.00
noviembre	4	\$ 4,500.00	\$ 18,000.00
diciembre	6	\$ 4,500.00	\$ 27,000.00
diciembre	7	\$ 4,500.00	\$ 31,500.00
diciembre	6	\$ 4,500.00	\$ 27,000.00
diciembre	8	\$ 4,500.00	\$ 36,000.00
	111	Total de Ingresos	\$ 499,500.00

→

→

→

→

→

→

→

→

→

→

→

→

Inflación	3%
Precio	\$ 4,635.00

Año 2			
Fin de semana	# de eventos	precio promedio/evento	Ingresos
enero	2	4635	\$ 9,270.00
enero	2	4635	\$ 9,270.00
enero	2	4635	\$ 9,270.00
enero	2	4635	\$ 9,270.00
febrero	2	4635	\$ 9,270.00
febrero	3	4635	\$ 13,905.00
febrero	2	4635	\$ 9,270.00
febrero	3	4635	\$ 13,905.00
marzo	3	4635	\$ 13,905.00
marzo	2	4635	\$ 9,270.00
marzo	3	4635	\$ 13,905.00
marzo	2	4635	\$ 9,270.00
abril	3	4635	\$ 13,905.00
abril	3	4635	\$ 13,905.00
abril	3	4635	\$ 13,905.00
abril	3	4635	\$ 13,905.00
mayo	2	4635	\$ 9,270.00
mayo	3	4635	\$ 13,905.00
mayo	4	4635	\$ 18,540.00
mayo	2	4635	\$ 9,270.00
junio	4	4635	\$ 18,540.00
junio	5	4635	\$ 23,175.00
junio	3	4635	\$ 13,905.00
junio	2	4635	\$ 9,270.00
julio	3	4635	\$ 13,905.00
julio	4	4635	\$ 18,540.00
julio	2	4635	\$ 9,270.00
julio	4	4635	\$ 18,540.00
agosto	3	4635	\$ 13,905.00
agosto	3	4635	\$ 13,905.00
agosto	2	4635	\$ 9,270.00
agosto	3	4635	\$ 13,905.00
septiembre	4	4635	\$ 18,540.00
septiembre	2	4635	\$ 9,270.00
septiembre	4	4635	\$ 18,540.00
septiembre	3	4635	\$ 13,905.00
octubre	2	4635	\$ 9,270.00
octubre	2	4635	\$ 9,270.00
octubre	4	4635	\$ 18,540.00
octubre	5	4635	\$ 23,175.00
noviembre	5	4635	\$ 23,175.00
noviembre	4	4635	\$ 18,540.00
noviembre	4	4635	\$ 18,540.00
noviembre	4	4635	\$ 18,540.00
diciembre	5	4635	\$ 23,175.00
diciembre	3	4635	\$ 13,905.00
diciembre	5	4635	\$ 23,175.00
diciembre	5	4635	\$ 23,175.00
	150	Total de Ingresos	\$ 695,250.00

INGRESO DE VENTAS

Inflacion 3.20%
Precio \$ 4,783.32

Año 3

Fin de semana	# de eventos	precio promedio/evento	Ingresos
enero	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
enero	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
enero	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
enero	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
febrero	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
febrero	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
febrero	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
febrero	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
marzo	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
marzo	5	\$ 4,783.32	\$ 23,916.60
marzo	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
marzo	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
abril	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
abril	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
abril	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
abril	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
mayo	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
mayo	5	\$ 4,783.32	\$ 23,916.60
mayo	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
mayo	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
junio	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
junio	5	\$ 4,783.32	\$ 23,916.60
junio	7	\$ 4,783.32	\$ 33,483.24
junio	5	\$ 4,783.32	\$ 23,916.60
julio	3	\$ 4,783.32	\$ 15,067.46
julio	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
julio	2	\$ 4,783.32	\$ 10,044.97
julio	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
agosto	7	\$ 4,783.32	\$ 33,483.24
agosto	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
agosto	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
agosto	7	\$ 4,783.32	\$ 33,483.24
septiembre	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
septiembre	7	\$ 4,783.32	\$ 33,483.24
septiembre	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
septiembre	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
octubre	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
octubre	3	\$ 4,783.32	\$ 14,349.96
octubre	7	\$ 4,783.32	\$ 33,483.24
octubre	6	\$ 4,783.32	\$ 28,699.92
noviembre	5	\$ 4,783.32	\$ 25,112.43
noviembre	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
noviembre	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
noviembre	4	\$ 4,783.32	\$ 19,133.28
diciembre	5	\$ 4,783.32	\$ 25,112.43
diciembre	3	\$ 4,783.32	\$ 15,067.46
diciembre	5	\$ 4,783.32	\$ 25,112.43
diciembre	5	\$ 4,783.32	\$ 25,112.43
202	Total de Ingresos	\$	968,143.97

202.5

Inflación 3.40%
Precio \$ 4,936.39

Año 3

Fin de semana	# de eventos	precio promedio/evento	Ingresos
enero	6	\$ 4,936.39	\$ 29,618.32
enero	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
enero	6	\$ 4,936.39	\$ 29,618.32
enero	6	\$ 4,936.39	\$ 29,618.32
febrero	6	\$ 4,936.39	\$ 29,618.32
febrero	4	\$ 4,936.39	\$ 19,745.54
febrero	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
febrero	6	\$ 4,936.39	\$ 29,618.32
marzo	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
marzo	5	\$ 4,936.39	\$ 25,916.03
marzo	6	\$ 4,936.39	\$ 29,618.32
marzo	9	\$ 4,936.39	\$ 44,427.48
abril	9	\$ 4,936.39	\$ 44,427.48
abril	9	\$ 4,936.39	\$ 44,427.48
abril	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
abril	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
mayo	8	\$ 4,936.39	\$ 39,491.09
mayo	6	\$ 4,936.39	\$ 31,099.23
mayo	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
mayo	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
junio	4	\$ 4,936.39	\$ 19,745.54
junio	4	\$ 4,936.39	\$ 19,745.54
junio	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
junio	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
julio	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
julio	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
julio	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
julio	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
agosto	3	\$ 4,936.39	\$ 14,809.16
agosto	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
agosto	3	\$ 4,936.39	\$ 14,809.16
agosto	4	\$ 4,936.39	\$ 19,745.54
septiembre	4	\$ 4,936.39	\$ 19,745.54
septiembre	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
septiembre	4	\$ 4,936.39	\$ 19,745.54
septiembre	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
octubre	4	\$ 4,936.39	\$ 19,745.54
octubre	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
octubre	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
octubre	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
noviembre	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
noviembre	5	\$ 4,936.39	\$ 24,681.93
noviembre	9	\$ 4,936.39	\$ 44,427.48
noviembre	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
diciembre	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
diciembre	9	\$ 4,936.39	\$ 43,538.93
diciembre	7	\$ 4,936.39	\$ 34,554.70
diciembre	9	\$ 4,936.39	\$ 44,427.48
283	Total de Ingresos	\$	1,398,823.77

272.7

INGRESO DE VENTAS

Inflación 3.60%
Precio \$ 5,114.10

3.8%
\$ 5,308.43

Año 4

Fin de semana	# de eventos	precio promedio/evento	Ingresos
enero	7	\$ 5,114.10	\$ 35,798.67
enero	7	\$ 5,114.10	\$ 35,798.67
enero	7	\$ 5,114.10	\$ 35,798.67
enero	8	\$ 5,114.10	\$ 40,912.77
febrero	7	\$ 5,114.10	\$ 35,798.67
febrero	12	\$ 5,114.10	\$ 61,369.15
febrero	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
febrero	7	\$ 5,114.10	\$ 35,798.67
marzo	8	\$ 5,114.10	\$ 40,912.77
marzo	6	\$ 5,114.10	\$ 30,684.58
marzo	8	\$ 5,114.10	\$ 40,912.77
marzo	5	\$ 5,114.10	\$ 25,570.48
abril	7	\$ 5,114.10	\$ 35,798.67
abril	8	\$ 5,114.10	\$ 40,912.77
abril	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
abril	8	\$ 5,114.10	\$ 40,912.77
mayo	7	\$ 5,114.10	\$ 35,798.67
mayo	7	\$ 5,114.10	\$ 35,440.69
mayo	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
mayo	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
junio	12	\$ 5,114.10	\$ 61,369.15
junio	10	\$ 5,114.10	\$ 51,140.96
junio	12	\$ 5,114.10	\$ 61,369.15
junio	12	\$ 5,114.10	\$ 61,369.15
julio	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
julio	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
julio	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
julio	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
agosto	7	\$ 5,114.10	\$ 35,798.67
agosto	12	\$ 5,114.10	\$ 61,369.15
agosto	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
agosto	10	\$ 5,114.10	\$ 51,140.96
septiembre	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
septiembre	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
septiembre	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
septiembre	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
octubre	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
octubre	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
octubre	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
octubre	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
noviembre	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
noviembre	9	\$ 5,114.10	\$ 46,026.87
noviembre	7	\$ 5,114.10	\$ 35,798.67
noviembre	10	\$ 5,114.10	\$ 51,140.96
diciembre	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
diciembre	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
diciembre	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
diciembre	14	\$ 5,114.10	\$ 71,597.35
473	Total de Ingresos		\$ 2,418,609.49

466.95

Año 5

Fin de semana	# de eventos	precio promedio/evento	Ingresos
enero	7	\$ 5,308.43	\$ 37,159.02
enero	10	\$ 5,308.43	\$ 53,084.32
enero	15	\$ 5,308.43	\$ 79,626.48
enero	8	\$ 5,308.43	\$ 42,467.45
febrero	13	\$ 5,308.43	\$ 69,009.61
febrero	9	\$ 5,308.43	\$ 47,775.89
febrero	9	\$ 5,308.43	\$ 47,775.89
febrero	11	\$ 5,308.43	\$ 58,392.75
marzo	13	\$ 5,308.43	\$ 69,009.61
marzo	9	\$ 5,308.43	\$ 47,775.89
marzo	13	\$ 5,308.43	\$ 69,009.61
marzo	9	\$ 5,308.43	\$ 47,775.89
abril	9	\$ 5,308.43	\$ 47,775.89
abril	12	\$ 5,308.43	\$ 63,701.18
abril	13	\$ 5,308.43	\$ 69,009.61
abril	9	\$ 5,308.43	\$ 47,775.89
mayo	13	\$ 5,308.43	\$ 69,009.61
mayo	9	\$ 5,308.43	\$ 47,775.89
mayo	10	\$ 5,308.43	\$ 52,553.47
mayo	13	\$ 5,308.43	\$ 69,009.61
junio	12	\$ 5,308.43	\$ 63,701.18
junio	11	\$ 5,308.43	\$ 58,392.75
junio	15	\$ 5,308.43	\$ 79,626.48
junio	15	\$ 5,308.43	\$ 79,626.48
julio	15	\$ 5,308.43	\$ 79,626.48
julio	15	\$ 5,308.43	\$ 79,626.48
julio	15	\$ 5,308.43	\$ 79,626.48
agosto	13	\$ 5,308.43	\$ 69,009.61
agosto	12	\$ 5,308.43	\$ 63,701.18
agosto	13	\$ 5,308.43	\$ 69,009.61
agosto	10	\$ 5,308.43	\$ 53,084.32
septiembre	10	\$ 5,308.43	\$ 52,553.47
septiembre	15	\$ 5,308.43	\$ 79,626.48
septiembre	10	\$ 5,308.43	\$ 52,553.47
septiembre	10	\$ 5,308.43	\$ 52,553.47
octubre	9	\$ 5,308.43	\$ 47,775.89
octubre	10	\$ 5,308.43	\$ 53,084.32
octubre	14	\$ 5,308.43	\$ 74,318.05
octubre	15	\$ 5,308.43	\$ 81,749.85
noviembre	10	\$ 5,308.43	\$ 53,084.32
noviembre	9	\$ 5,308.43	\$ 47,775.89
noviembre	7	\$ 5,308.43	\$ 37,159.02
noviembre	10	\$ 5,308.43	\$ 53,084.32
diciembre	15	\$ 5,308.43	\$ 81,749.85
diciembre	15	\$ 5,308.43	\$ 81,749.85
diciembre	15	\$ 5,308.43	\$ 81,749.85
diciembre	15	\$ 5,308.43	\$ 81,749.85
566	Total de Ingresos		\$ 3,002,449.03

567.6

VPN-TIR

Valor Presente Neto y Tasa Interna de Rendimiento

VPN	\$ 429,828.65	→	TREMA	19.65%
TIR	29.01%			
IVAN	0.50			
PRI	3.74	→	3 años, 8 meses y 26 días	

8.88
26.4