

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y  
DE SERVICIOS TURÍSTICOS



PROYECTO DE INVERSIÓN A NIVEL DE PREFACTIBILIDAD  
PARA UNA EMPRESA DE ARTÍCULOS DECORATIVOS  
PERSONALIZADOS Y CATERING TEMÁTICO PARA EVENTOS  
INFANTILES – CHICLAYO 2016

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y  
DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

AUTOR:

Fabiola Gracia Heredia Salazar.

Chiclayo, 20 de Octubre de 2016.

**PROYECTO DE INVERSIÓN A NIVEL DE PREFACTIBILIDAD  
PARA UNA EMPRESA DE ARTÍCULOS DECORATIVOS  
PERSONALIZADOS Y CATERING TEMÁTICO PARA EVENTOS  
INFANTILES – CHICLAYO 2016**

POR:

**Fabiola Gracia Heredia Salazar.**

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad  
Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y  
DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

APROBADO POR:

---

Mg. Rafael Martel Acosta

Presidente de Jurado

---

Mg. Marco Arbulú Ballesteros

Secretario de Jurado

---

Lic. Pedro Cuyate Reque

Vocal/Asesor de Jurado

**CHICLAYO, 2016**

## DEDICATORIA

A Dios, por acompañarme en todo momento y por ponerme en el camino a las personas adecuadas para guiarme en esta investigación.

A mis padres, por confiar en mí. Ya no renieguen más, aquí está la tesis. Léanla.

## EPÍGRAFE

“Nunca pude convencer a los inversionistas que Disneyland era viable, porque los sueños tienen poca garantía”.

Walt Disney.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la fortaleza para culminar esta investigación, que significó una importante meta en mi vida profesional, para poder obtener el tan anhelado título de licenciatura; así como una meta muy personal, para fortalecer todos los conocimientos aprendidos durante mi carrera profesional, que pueden verse reflejados en el contenido de este proyecto de inversión, que debo decir me tomó un buen tiempo elaborar, y supuso por supuesto, más aprendizaje del que me llevaba de las aulas de clase de estos 5 años de estudio.

Agradezco a mis padres, por estar a mi lado en estos años de estudio universitario, por confiar en mí y mi esfuerzo continuo para finalizar este objetivo, anhelado también por ellos, para cerrar “como se debe” esta etapa universitaria.

Agradezco de manera especial, a todos los profesores que me ayudaron a que esta investigación sea posible, desde los que me ayudaron directamente en asesorías de tesis, como los que me ayudaron indirectamente con sus enseñanzas en los cursos que permitieron que este proyecto se concrete.

Al profesor Pedro Cuyate Reque, que fue mi asesor final de tesis, y que me guió muchísimo en lo que fue la esencia del proyecto: el estudio económico financiero, tan importante para darle sentido a esta investigación. gracias por su dedicación y paciencia.

Al profesor Jaime Villanueva Cruz, quien fue mi asesor al inicio de este proyecto, pero que por motivos de fuerza mayor tuvo que dejar; sin antes claro, haberme ayudado mucho a darle los lineamientos iniciales a esta tesis, hoy culminada; gracias también a sus enseñanzas en el curso de Proyectos de Inversión, que fue el que me motivó a emprender una tesis de este tipo.

Al profesor Julio Fernández Alvarado, quien estuvo presente desde los primeros pasos y decisiones que tomé para dar pie a esta investigación, como profesor del curso de Seminario de Tesis, Tesis I y Tesis II, ayudándome muy dedicadamente - como siempre sabe guiar a sus alumnos - en temas de metodología y formato, para poder presentar un trabajo “digno de un estudiante universitario”, como siempre nos enseñó; que el orden y la presentación sean tan buenos como el contenido.

Al profesor Rafael Martel Acosta, a quien al solicitarle ayuda para el proceso de sustentación de tesis, me terminó guiando a reestructurar mi tesis al formato actual, que me permitió culminar con los detalles finales de forma, que necesitaba para “cerrar con broche de oro” mi investigación.

A las personas que me facilitaron lograr el acceso a los colegios, para la aplicación de la encuesta, tan importante para poder realizar el estudio de mercado de mi proyecto, a Mafer Chero Bautista, Paúl León Salazar y Mónica Kohatsu Ito, quienes muy generosamente me ayudaron y simplificaron el proceso.

Finalmente, a mis amigos, a aquellos que estuvieron cerca durante este largo y arduo trabajo, apoyándome y motivándome a la culminación del mismo, no necesito mencionar uno a uno, gracias por siempre estar.

## RESUMEN

La presente investigación planteó un proyecto de inversión a nivel de prefactibilidad para una empresa de artículos decorativos personalizados y catering temático en la ciudad de Chiclayo, con el objetivo de determinar la rentabilidad del negocio. Para ello, se desarrollaron cinco estudios: un estudio de mercado, que se ejecutó a través de la técnica de la encuesta para determinar el perfil y preferencias del consumidor; un estudio técnico, para determinar la localización y distribución de la planta de trabajo; un estudio legal, para concretar los trámites de constitución formal de la empresa Crea - Eventos Infantiles E.I.R.L.; un estudio organizacional, para definir la organización interna y procesos de trabajo de la empresa; y finalmente un estudio económico financiero, que definió al proyecto con una inversión total de S/.36,154.05, logrando resultados rentables en la proyección del flujo de caja financiero de los primeros 5 años de funcionamiento, arrojando un Valor Actual Neto igual a S/.22,590.31, que demuestra la factibilidad del proyecto, así como una Tasa Interna de Retorno igual al 49%.

La investigación desarrollada fue de tipo cuantitativa descriptiva, ya que presentó resultados a través de la aplicación del instrumento del cuestionario y describió objetivamente la realidad estudiada, que finalmente fue procesada a través del programa Microsoft Word y Microsoft Excel, para lograr exponer al público el presente proyecto de inversión.

Palabras Clave: Catering, Eventos, Proyecto de prefactibilidad.

## ABSTRACT

This research posed an investment project to prefeasibility level for an enterprise of personalized decorative items and themed catering in the city of Chiclayo, with the objective of determining the profitability of the business. To this end, five studies were developed: a market study, which ran through the survey technique to determine the profile and consumer preferences; a technical study, to determine the location and distribution of the working plant; a legal study, to finalize the procedures for formal establishment of the company Crea - Kids Events E.I.R.L.; an organizational study, to define the internal organization and work processes of the enterprise; and finally a financial economic study, which defined the project with a total investment of S/ 36,154.05, achieving profitable results in the financial cash flow projection of the first 5 years of operation, casting a Net Present Value equal to S/. 22,590.31, demonstrating the feasibility of the project, as well as an Internal Rate of Return equal to 49%.

The research developed is descriptive quantitative type, since it presented results through the application of the instrument of questionnaire and objectively described the reality studied, which was finally processed through Microsoft Word and Microsoft Excel, to achieve the public exposition of this investment project.

Key Words: Catering, Events, Prefeasibility project.



## ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	23
II. MARCO TEÓRICO.....	27
2.1. Antecedentes.....	27
2.2. Bases Teórico Científicas.....	35
2.2.1. Proyecto de Inversión.....	40
2.2.2. Estudio de Mercado.....	42
2.2.3. Estudio Técnico.....	44
2.2.4. Estudio Legal.....	45
2.2.5. Estudio Organizacional.....	45
2.2.6. Estudio Económico Financiero.....	46
III. METODOLOGÍA.....	47
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	47
3.2. Área y Línea de Investigación.....	47
3.3. Población, Muestra y Muestreo.....	47
3.4. Operacionalización de Variables.....	51
3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	52
3.6. Técnicas de Procesamiento de Datos.....	53
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	54
4.1. Estudio de Mercado.....	54
4.1.1. Resultados de la Encuesta.....	54
4.1.2. Definición del Servicio.....	84
4.1.3. Tipos de Mercado.....	87
4.1.4. Proyección de la Demanda.....	90
4.1.5. Determinación de la Demanda.....	93

<b>4.2. Estudio Técnico.....</b>	<b>94</b>
4.2.1. Ingeniería del Proyecto.....	94
4.2.2. Tamaño de la Planta. ....	95
4.2.3. Localización.....	97
<b>4.3. Estudio Legal.....</b>	<b>98</b>
4.3.1. Verificación y Reserva del Nombre de la Empresa (SUNARP).....	98
4.3.2. Preparación de la Minuta de Constitución de la Empresa (Notaría). ....	99
4.3.3. Elaboración de la Escritura Pública (Notaría). ....	100
4.3.4. Inscripción de la Escritura pública (SUNARP).....	100
4.3.5. Solicitud de RUC y Elección de Régimen Tributario (SUNAT). ....	101
4.3.6. Licencia de Funcionamiento (CGT).....	101
4.3.7. Certificación de Seguridad (INDECI). ....	102
4.3.8. Autorización de Publicidad en Vía Pública (CGT).....	103
4.3.9. Registro de Marca (INDECOPI). ....	104
<b>4.4. Estudio Organizacional.....</b>	<b>105</b>
4.4.1. Organigrama.....	105
4.4.2. Descripción de Funciones. ....	106
4.4.3. Procesos por Área de Trabajo. ....	107
<b>4.5. Estudio Económico Financiero.....</b>	<b>111</b>
4.5.1. Inversión Inicial.....	111
4.5.2. Costos.....	118
4.5.3. Costeo de Servicio Completo.....	154
4.5.4. Estructura de Costos.....	160
4.5.5. Capital de Trabajo. ....	163
4.5.6. Inversión Total.....	164
4.5.7. Costo de Oportunidad del Proyecto. ....	167
4.5.8. Precio de Venta.....	169
4.5.9. Estado de Resultados. ....	171
4.5.10. Módulos de I.G.V. ....	175
4.5.11. Flujos de Caja.....	177
4.5.12. Factibilidad del Proyecto.....	179
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>192</b>

VII. ANEXOS.....	196
7.1. Cuestionario Aplicado en Encuesta.....	196
7.2. Cartas de Autorización de Encuesta en Colegios.....	201
7.3. Cotizaciones de la Competencia.....	206

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Instituciones educativas de la población finita</i> .....	50
Tabla 2: <i>Muestra para aplicación de encuesta por institución educativa</i> .....	50
Tabla 3: <i>Operacionalización de variables</i> .....	51
Tabla 4: <i>Sexo de los encuestados</i> .....	56
Tabla 5: <i>Edad de los encuestados</i> .....	57
Tabla 6: <i>Ocupación</i> .....	58
Tabla 7: <i>Ingresos percibidos mensualmente</i> .....	59
Tabla 8: <i>Sexo del menor</i> .....	60
Tabla 9: <i>Edad del menor</i> .....	61
Tabla 10: <i>Cantidad de niños de 0-10 años</i> .....	62
Tabla 11: <i>Disposición de compra</i> .....	63
Tabla 12: <i>Experiencia previa en empresas de decoración infantil</i> .....	64
Tabla 13: <i>Experiencia previa en empresas de catering infantil</i> .....	65
Tabla 14: <i>Empresas de la competencia</i> .....	66
Tabla 15: <i>Nivel de satisfacción</i> .....	67
Tabla 16: <i>Número de invitados</i> .....	68
Tabla 17: <i>Decisión de temática infantil</i> .....	69

Tabla 18: <i>Lugar de celebración</i> .....	70
Tabla 19: <i>Frecuencia de contratación de servicio de eventos infantiles</i> .....	71
Tabla 20: <i>Motivaciones para solicitar un servicio de decoración infantil</i> .....	72
Tabla 21: <i>Motivaciones para solicitar un servicio de catering infantil</i> .....	73
Tabla 22: <i>Productos de decoración infantil</i> .....	75
Tabla 23: <i>Productos de catering infantil</i> .....	77
Tabla 24: <i>Capacidad de pago por el servicio de decoración infantil</i> .....	78
Tabla 25: <i>Capacidad de pago por el servicio de catering infantil</i> .....	79
Tabla 26: <i>Deficiencias del servicio de decoración infantil</i> .....	80
Tabla 27: <i>Deficiencias del servicio de catering infantil</i> .....	81
Tabla 28: <i>Factores de influencia en la contratación del servicio de decoración y/o catering</i> .....	82
Tabla 29: <i>Meses de cumpleaños</i> .....	83
Tabla 30: <i>Población de 0-10 años en provincia de Chiclayo</i> .....	90
Tabla 31: <i>Capacidad de planta mensual y anual</i> .....	92
Tabla 32: <i>Proyecciones con tasa de crecimiento</i> .....	93
Tabla 33: <i>Demanda en años proyectados</i> .....	93
Tabla 34: <i>Distribución de áreas</i> .....	95

Tabla 35: <i>Localización de instalaciones</i> .....	97
Tabla 36: <i>Tasas para licencia de funcionamiento</i> .....	102
Tabla 37: <i>Rangos de pago para inspección de Indeci</i> .....	103
Tabla 38: <i>Inversión tangible de muebles, enseres y otros</i> .....	113
Tabla 39: <i>Inversión tangible inmueble</i> .....	117
Tabla 40: <i>Inversión intangible</i> .....	118
Tabla 41: <i>Servicios</i> .....	119
Tabla 42: <i>Remuneraciones</i> .....	119
Tabla 43: <i>Artículos de oficina</i> .....	120
Tabla 44: <i>Artículos generales de limpieza</i> .....	120
Tabla 45: <i>Maestro de almacén para decoración</i> .....	122
Tabla 46: <i>Maestro de almacén para catering</i> .....	123
Tabla 47: <i>Costo de pompón de seda</i> .....	125
Tabla 48: <i>Costo de medallón de papel</i> .....	126
Tabla 49: <i>Costo de banderín feliz cumple</i> .....	127
Tabla 50: <i>Costo de topper para bocaditos</i> .....	128
Tabla 51: <i>Costo de cartelito para bocaditos</i> .....	129
Tabla 52: <i>Costo de caja pop corn</i> .....	130

Tabla 53: <i>Costo de caja para torta</i> .....	131
Tabla 54: <i>Costo de bolsita snack pack</i> .....	132
Tabla 55: <i>Letra de madera</i> .....	133
Tabla 56: <i>Costo de nube de globos</i> .....	134
Tabla 57: <i>Costo de banderín bienvenidos</i> .....	135
Tabla 58: <i>Costo de banderín happy birthday</i> .....	136
Tabla 59: <i>Costo de caja de sorpresa temática</i> .....	137
Tabla 60: <i>Costo de invitación 3D happy box</i> .....	138
Tabla 61: <i>Costo de piñata temática</i> .....	139
Tabla 62: <i>Costo de mini triple de jamón y queso</i> .....	140
Tabla 63: <i>Costo de petit de pollo</i> .....	141
Tabla 64: <i>Costo de empanadita de carne</i> .....	142
Tabla 65: <i>Costo de mini brownie</i> .....	143
Tabla 66: <i>Costo de alfajorcito de maizena</i> .....	144
Tabla 67: <i>Costo de galleta temática</i> .....	145
Tabla 68: <i>Costo de popcake</i> .....	146
Tabla 69: <i>Costo de paleta de caramelo</i> .....	147
Tabla 70: <i>Costo de marshmallow pop</i> .....	148

Tabla 71: <i>Costo de tubito de lentejitas</i> .....	149
Tabla 72: <i>Costo de moneda de chocolate c/temática</i> .....	150
Tabla 73: <i>Costo de cupcake c/topping temático</i> .....	151
Tabla 74: <i>Costo de torta temática c/vela mágica</i> .....	153
Tabla 75: <i>Costeo de servicio completo de decoración y catering</i> .....	155
Tabla 76: <i>Estructura de costos con tasa de crecimiento</i> .....	161
Tabla 77: <i>Capital de trabajo 2017</i> .....	163
Tabla 78: <i>Inversión total</i> .....	164
Tabla 79: <i>Programa de pagos del préstamo</i> .....	165
Tabla 80: <i>Resumen anual del programa de pagos del préstamo</i> .....	167
Tabla 81: <i>Determinación del WACC</i> .....	168
Tabla 82: <i>Precio de venta según servicio</i> .....	170
Tabla 83: <i>Elementos decorativos de alquiler incluidos según paquete</i> .....	171
Tabla 84: <i>Estado de resultados para el flujo de caja financiero</i> .....	173
Tabla 85: <i>Estado de resultados para el flujo de caja económico</i> .....	174
Tabla 86: <i>Módulo de costo</i> .....	176
Tabla 87: <i>Módulo del ingreso</i> .....	176
Tabla 88: <i>Módulo de I.G.V.</i> .....	176



Tabla 89: <i>Flujo de caja económico</i> .....	178
Tabla 90: <i>Flujo de caja financiero</i> .....	178
Tabla 91: <i>Valoración con flujo de caja económico</i> .....	180
Tabla 92: <i>Valoración con flujo de caja financiero</i> .....	182
Tabla 93: <i>Punto de equilibrio</i> .....	184
Tabla 94: <i>Comprobación del punto de equilibrio</i> .....	184
Tabla 95: <i>Precios de venta para análisis de sensibilidad</i> .....	186
Tabla 96: <i>Flujo de caja económico con análisis de sensibilidad</i> .....	187
Tabla 97: <i>Valoración con flujo de caja económico bajo análisis de sensibilidad</i> .	187
Tabla 98: <i>Flujo de caja financiero con análisis de sensibilidad</i> .....	188
Tabla 99: <i>Valoración con flujo de caja financiero bajo análisis de sensibilidad</i> ...	188

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Sexo de los encuestados.....	56
<i>Figura 2.</i> Edad de los encuestados .....	57
<i>Figura 3.</i> Ocupación .....	58
<i>Figura 4.</i> Ingresos percibidos mensualmente.....	59
<i>Figura 5.</i> Sexo del menor .....	60
<i>Figura 6.</i> Edad del menor .....	61
<i>Figura 7.</i> Cantidad de niños de 0-10 años.....	62
<i>Figura 8.</i> Disposición de compra.....	63
<i>Figura 9.</i> Experiencia previa en empresas de decoración infantil.....	64
<i>Figura 10.</i> Experiencia previa en empresas de catering infantil .....	65
<i>Figura 11.</i> Empresas de la competencia .....	66
<i>Figura 12.</i> Nivel de satisfacción .....	67
<i>Figura 13.</i> Número de invitados .....	68
<i>Figura 14.</i> Decisión de temática infantil .....	69
<i>Figura 15.</i> Lugar de celebración .....	70
<i>Figura 16.</i> Frecuencia de contratación de servicio de eventos infantiles .....	71
<i>Figura 17.</i> Motivaciones para solicitar un servicio de decoración infantil .....	72

<i>Figura 18.</i> Motivaciones para solicitar un servicio de catering infantil.....	74
<i>Figura 19.</i> Productos de decoración infantil.....	75
<i>Figura 20.</i> Productos de catering infantil .....	77
<i>Figura 21.</i> Capacidad de pago por el servicio de decoración infantil.....	78
<i>Figura 22.</i> Capacidad de pago por el servicio de catering infantil .....	79
<i>Figura 23.</i> Deficiencias del servicio de decoración infantil.....	80
<i>Figura 24.</i> Deficiencias del servicio de catering infantil.....	81
<i>Figura 25.</i> Factores de influencia en la contratación del servicio de decoración y/o catering. ....	82
<i>Figura 26.</i> Meses de cumpleaños.....	83
<i>Figura 27.</i> Logo de empresa.....	84
<i>Figura 28.</i> Tipos de mercado.....	88
<i>Figura 29.</i> Capacidad de planta .....	91
<i>Figura 30.</i> Instalación distribuida en áreas.....	96
<i>Figura 31.</i> Organigrama .....	105
<i>Figura 32.</i> Flujograma de área de atención al cliente y ventas.....	108
<i>Figura 33.</i> Flujograma de área de almacén.....	109
<i>Figura 34.</i> Flujograma de área de producción.....	110

<i>Figura 35.</i> Pompón de seda.....	125
<i>Figura 36.</i> Medallón de papel.....	126
<i>Figura 37.</i> Banderín Feliz Cumple .....	127
<i>Figura 38.</i> Topper para bocaditos.....	128
<i>Figura 39.</i> Cartelito para bocaditos .....	129
<i>Figura 40.</i> Caja Pop Corn .....	130
<i>Figura 41.</i> Caja para torta .....	131
<i>Figura 42.</i> Bolsita Snack Pack .....	132
<i>Figura 43.</i> Letra de madera .....	133
<i>Figura 44.</i> Nube de globos .....	134
<i>Figura 45.</i> Banderín Bienvenidos.....	135
<i>Figura 46.</i> Banderín Happy Birthday .....	136
<i>Figura 47.</i> Caja de sorpresa temática .....	137
<i>Figura 48.</i> Invitación 3D Happy Box.....	138
<i>Figura 49.</i> Piñata.....	139
<i>Figura 50.</i> Mini triple de jamón y queso .....	140
<i>Figura 51.</i> Petit de pollo.....	141
<i>Figura 52.</i> Empanadita de carne.....	142

<i>Figura 53.</i> Mini brownie.....	143
<i>Figura 54.</i> Alfajorcito de maizena.....	144
<i>Figura 55.</i> Galleta temática .....	145
<i>Figura 56.</i> Popcake.....	146
<i>Figura 57.</i> Paleta de caramelo .....	147
<i>Figura 58.</i> Marshmallow pop .....	148
<i>Figura 59.</i> Tubito de lentejitas.....	149
<i>Figura 60.</i> Moneda de chocolate c/temática .....	150
<i>Figura 61.</i> Cupcake c/topping temático.....	152
<i>Figura 62.</i> Cupcake c/topping temático.....	152
<i>Figura 63.</i> Torta temática c/ vela mágica.....	154
<i>Figura 64.</i> Fiesta Sweet Bird .....	156
<i>Figura 65.</i> Fiesta Flamingo .....	157
<i>Figura 66.</i> Fiesta Náutica .....	158
<i>Figura 67.</i> Fiesta Up.....	159
<i>Figura 68.</i> Fiesta Arte.....	160
<i>Figura 69.</i> Carta de solicitud de encuesta – Colegio Ceibos .....	201
<i>Figura 70.</i> Carta de solicitud de encuesta – Colegio Algarrobos.....	202

<i>Figura 71.</i> Carta de solicitud de encuesta – Colegio Sto. Toribio de Mogrovejo...	203
<i>Figura 72.</i> Carta de solicitud de encuesta – Colegio Manuel Pardo .....	204
<i>Figura 73.</i> Carta de solicitud de encuesta – Colegio San Agustín .....	205
<i>Figura 74.</i> Cotización Take Off Eventos.....	206
<i>Figura 75.</i> Cotización Take Off Eventos.....	207
<i>Figura 76.</i> Cotización Algarabía Store.....	208
<i>Figura 77.</i> Cotización Algarabía Store.....	209

## I. INTRODUCCIÓN.

La organización de eventos sociales es una de aquellas actividades que requiere creatividad, disciplina y capacidad organizativa para visualizar los deseos del cliente y reproducirlos en la realidad, de modo tal que la experiencia perdure en el cliente anfitrión y en sus invitados. Organizar un evento, conlleva el correcto desenvolvimiento de una “cadena productiva”, donde cada uno de los eslabones se comporta como una de las áreas de trabajo - de decoración, alimentos y bebidas, iluminación, sonido, y demás - que unidas en conjunto, arman el evento.

A través de un evento social, un anfitrión pretende dejar la mejor impresión en sus invitados, y por supuesto, un organizador, pretende “crear experiencia” con su trabajo. De ahí que surge, la necesidad de los demandantes de buscar a alguien más para lograrlo; es así que, las personas que pretenden ofrecer un evento, contratan los servicios de un tercero porque consideran que carecen de dos claves para realizarlo eficazmente: conocimiento de eventos y tiempo para organizarlo (Jean, 2010).

Se debe mencionar que la industria de organización de eventos se ha desarrollado a nivel nacional e internacional, con variadas tendencias creadas en el mercado a lo largo de los años, a las que los organizadores de eventos han tenido que adecuarse para satisfacer al mercado, y donde la medida de la calidad organizativa de éstos, son los detalles; mientras más detalles, que proyecten el concepto que el cliente quiere plasmar, más grata y trascendente la experiencia creada.

Ahora bien, en el Perú, la industria de eventos no ha quedado atrás, sino que también ha desarrollado un mercado exigente y dispuesto a confiar sus

eventos en una persona conocedora y dedicada en el tema. Cabe mencionar que en nuestro país, frente al interés de muchas personas de desenvolverse como organizadores, decoradores o servidores de catering de eventos, se han creado diplomados y cursos de especialización de postgrado, para certificar la profesionalización de los mismos, en entidades como Le Cordon Bleu, UPC (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas) y USIL (Universidad San Ignacio de Loyola).

Si nos enfocamos ahora en la provincia de Chiclayo, los eventos sociales se desarrollan en todas partes, siempre hay una ocasión para celebrar o compartir y algún organizador dispuesto a captar la oportunidad de organizar el evento. Pero si ahondamos en el tema de eventos exclusivamente del rubro infantil, se puede observar que existe una variedad de empresas de organización de eventos infantiles, que trabajan bajo una propuesta clásica y común en la mayoría de ellas, y bajo la presencia de ciertas deficiencias en el servicio, calidad y sobre todo en la originalidad y personalización de su paquete de productos a ofrecer, ya que son empresas que se enfocan principalmente en el tema de ambientación de salón y el show a presentar en el evento, mas no le dan la relevancia necesaria a los detalles a ofrecer en el mismo, es decir, a los artículos decorativos y/o bocaditos que finalmente van a llegar a las manos de los invitados de cada evento, que son el eslabón final de la cadena productiva, quienes consumen el producto y perciben el servicio.

Kilkenny (2011), ante la pregunta: ¿quiénes se convierten en organizadores de eventos?, afirmó que éstos son en su mayoría, personas que empezaron desenvolviéndose en un aspecto en particular de la organización de eventos, y que éste detalle del que se hicieron cargo alguna vez,



prestándole servicios a un tercero, fue el que los motivó a ir aprendiendo otras áreas de la planificación. Bajo esta premisa, es que en el presente proyecto, se desarrolló una propuesta de negocio enfocada en dos aspectos de los eventos del rubro infantil: los artículos decorativos y el catering o bocaditos a ofrecer, ambos bajo un concepto de personalización y originalidad, donde cada acontecimiento sea único y tenga al menos un detalle muy particular solicitado por el cliente, que sea plasmado en el mismo.

Los detalles son la clave de un buen evento. De la misma manera en que un viaje, amerita unos llamativos souvenirs para el recuerdo; o una marca, unos productos de merchandising para posicionarse en la mente del consumidor; un evento, amerita unos artículos decorativos personalizados para la ambientación y otros para el recuerdo de los invitados, así como unos bocaditos originales y adecuados también a la temática escogida por el cliente, que son los detalles que marcan la diferencia en un evento, aún más en uno donde verdaderamente el consumidor final, son los niños.

La presente investigación tuvo como objetivo proponer un proyecto a nivel de pre-factibilidad para la creación de una empresa de artículos decorativos personalizados y catering temático para eventos infantiles en la provincia de Chiclayo en base a datos recolectados al año 2015. Para lo cual se necesitó identificar las necesidades de los potenciales consumidores a través de un estudio de mercado, para luego con ello definir la oferta de productos y servicios a ofrecer. Seguidamente, se utilizó la información recolectada, para determinar la inversión del proyecto y definir los costos y precios de venta de los productos. Finalmente, se concluyó determinando la rentabilidad del proyecto según las proyecciones de venta calculadas en base

a los resultados obtenidos del instrumento de recolección de datos. Para cumplir con todos los objetivos de la investigación, previamente mencionados, se ordenó todo el proyecto, elaborando así: el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio legal, el estudio organizacional y el estudio económico financiero.

El proyecto propuesto, resulta importante porque permitirá tener información actualizada sobre el mercado que existe respecto a eventos sociales del rubro infantil en la provincia de Chiclayo, información que servirá para la identificación del target del negocio. Resulta relevante, ya que se tendrá con el mismo una nueva fuente de referencia respecto al tema de eventos infantiles, para próximas propuestas de inversión del rubro de organización de eventos.

Para el desarrollo de esta tesis, se ha dividido la investigación en siete capítulos; empezando por la introducción. Seguidamente, el marco teórico, donde se despliega toda la información que sirvió de base para las ideas que ayudaron a concretar el rumbo del proyecto en cuanto a los correctos lineamientos tanto de la organización de eventos, como del proyecto de inversión a nivel de prefactibilidad. El tercer capítulo, donde se define la metodología a emplear para la investigación, así como la población y muestra a tomar como referencia para plasmar el proyecto. El cuarto capítulo, de resultados y discusión, es donde se despliega la valoración del proyecto de inversión, cuantificando todos los datos recolectados, definiendo costos, proyecciones de venta, para así culminar determinando la factibilidad del proyecto. En el quinto capítulo, se indicaron las conclusiones de la investigación realizada. Finalmente se añadió un sexto capítulo de referencias bibliográficas, y un séptimo, con los anexos de la investigación.

## II. MARCO TEÓRICO.

En este capítulo, se describieron los antecedentes y las bases teórico científicas, que sustentan a través de nociones referentes a catering, organización de eventos y proyectos de inversión, la propuesta para una empresa de artículos decorativos personalizados y catering temático en la ciudad de Chiclayo,

### 2.1. Antecedentes.

Para lanzar al mercado una propuesta nueva, es clave reconocer la necesidad a satisfacer del futuro consumidor, para presentar un producto o servicio que se adecúe a los factores que han impedido que dicha necesidad sea satisfecha. De este modo, una empresa de organización, decoración y/o catering de eventos infantiles, busca satisfacer la necesidad de los padres de familia que no cuentan con el conocimiento o el tiempo suficiente para planear y organizar dichos eventos para sus menores hijos, pero que a su vez son capaces de pagar un valor por el servicio ofrecido (Dumas, 2009).

Cuando se ingresa a la industria de organización de eventos infantiles, en la rama que fuese dentro de ella, es importante controlar continuamente el programa publicitario para atraer al mercado objetivo y lograr restar posicionamiento al principal ofertante de la competencia directa a nuestro negocio; es por ello que de la mano del programa de marketing a desarrollar, se debe mantener un sistema de control de la calidad del producto y servicio a ofrecer, para con ello garantizar y darle soporte a la imagen de la empresa organizadora (García, 2009).

Al presentar una propuesta de negocio de organización de eventos, cual sea el rubro por el que se opte, y aún más en el rubro infantil - donde se incluyen muchos detalles- es importante mantener una excelente comunicación interna entre los trabajadores de la empresa, para evitar duplicar esfuerzos en las tareas a realizar y para compartir las experiencias adquiridas o los desaciertos en las actividades de planeamiento. Es por ello que se deben realizar reuniones semanales de los objetivos que se vayan planteando para ir plasmando las mejoras en cada uno de los productos, para los diseñadores y productores de los implementos de decoración; así como en el servicio para los asesores de organización y personal de atención al cliente (Córdova, 2009).

Cuando se trabaja en el rubro de catering, controlar la calidad de los alimentos y bebidas a producir es un tema sumamente delicado, es por ello que Quiñones (2009) indicó que es primordial iniciar correctamente por la selección de los proveedores de nuestros insumos para la producción, ya que depende en gran parte de ellos la inocuidad de nuestros productos. Además, es importante manejar un sistema de rotación de insumos perecibles para evitar que se malogren y con ello se desperdicie la compra o se prepare un producto de baja calidad. Todas estas premisas, van de la mano con la gestión del chef o cocinero principal y sus asistentes de cocina, ya que ellos representan uno de los puntos críticos para la presentación de los productos a tiempo y la atención de todas las solicitudes del paquete de catering solicitado.

Dentro de la industria de los eventos, el rubro de catering se presenta como un negocio viable, práctico y rentable que requiere de poco capital y genera ganancias inmediatas. Resulta un factor clave

tener vocación de servicio para este tipo de negocio y además, aprovechar la eventualidad del mismo que permite trabajar presupuestos personalizados para cada ocasión, adecuando también nuestro tiempo para cada necesidad distinta de los clientes. Es así que el reto fundamental en este servicio es desarrollar la capacidad de plasmar en la mesa lo que el cliente ha graficado en su mente (USMP, 2009).

En todo proyecto a emprender se deben identificar las oportunidades o momentos claves en los que se pueda sacar provecho al ingresar al mercado. En este caso al emprender un negocio de catering temático y ambientación para eventos, es esencial aprovechar la oferta local limitada y poco desarrollada que existe frente al servicio, marcando un sello de originalidad y diferenciación en los productos, para lograr asegurar que en la apertura del negocio se alcance la captación del mayor porcentaje de consumidores para fortalecer el soporte financiero exitosamente en esos primeros meses donde se ha desembolsado una fuerte inversión en el negocio (Álvarez, 2010).

Gran parte de las empresas de catering trabajan ofreciendo sus servicios en eventos, como una forma de tercerización del servicio de alimentos y bebidas, es por ello que deben contar con una oficina o central oficial de atención al cliente, que deberá tener una ubicación estratégica para captar clientes, como por ejemplo en áreas aledañas a las empresas de la competencia; así como deberá tener muestras o imágenes de la gama de productos que elabora la empresa (De los Santos, 2010).

La organización de eventos funciona como una herramienta de comunicación y marketing, que en el caso corporativo es ampliamente empleado por las más prestigiosas empresas; pero surge ahora la tendencia de orientar los eventos sociales hacia la proyección de una imagen social por parte de los anfitriones o los agasajados. Se incluye ahora el tema del “branding”, que consiste en plasmar en todo elemento del evento, tanto de ambientación como de alimentación, una especie de logo que resalte el tema del evento, dejando como una marca o un sello de autenticidad; lo cual es empleado recurrentemente en los eventos infantiles donde el nombre del cumpleaños es colocado como parte de un logo en todo elemento de montaje del evento, para asegurar “posicionar” a la persona agasajada en la mente de los invitados, haciendo relación de ello con el recuerdo de una grata experiencia (Galmés, 2010).

González (2010) resaltó la importancia que tiene en un proyecto de inversión, el elaborar un estudio de mercado detallado, honesto y a las personas adecuadas, a aquellas que sean los posibles consumidores del producto o servicio a ofrecer; de tal modo que se logre obtener resultados veraces y útiles para las proyecciones de ventas del proyecto, los segmentos del mercado, la definición de productos enfocados en las preferencias de los potenciales consumidores, etc.

Al realizar un proyecto de inversión en el rubro de eventos y catering, se debe empezar por tomar referencia de proyectos similares, así como recoger información de fuentes secundarias acerca del tema, pero esta fase puede resultar complicada ya que existen limitadas fuentes de información de este tipo acerca del tema, es por ello que es

indispensable recoger información de fuentes primarias, a través de un estudio de mercado, que permita al investigador pronosticar la disposición de compra de los posibles clientes, así como identificar a empresas de catering que hayan ofertado servicios similares a las del proyecto (Jiménez, 2010).

Dentro de la fase del estudio económico financiero del proyecto de inversión para una empresa de eventos y catering, se realiza como uno de los procesos culminantes: el análisis de sensibilidad, donde es indispensable tener en cuenta que al tratarse de una empresa que ofrece servicios de alimentos y bebidas, está sujeta al constante movimiento del mercado, la inflación o especulación que puede hacer que la materia prima para la producción incremente sus costos, y con ellos, aumenten los precios de venta de los bocaditos y bebidas ofrecidos en los servicios de la empresa (Martin, 2010).

El proceso de organización de un evento requiere una serie de fases consecutivas para asegurar la optimización de tiempo y costos, así como el montaje exitoso del evento planeado, mucho más cuando incluimos en la organización, procesos de producción de artículos decorativos y de alimentos que implican una fase específica para ello, previa al montaje. Es así que Mastarreno (2010) propuso dividir una empresa de elaboración y diseño de piezas decorativas para eventos infantiles, en cuatro departamentos: servicio al cliente, diseño- producción, montaje y administración; de modo tal que el proceso organizativo construya una cadena de trabajo en la que cada eslabón sea una unidad especializada, garantizando de este modo un producto de calidad.

Al lanzar un nuevo negocio al mercado, resulta importante tener siempre, detrás del plan de trabajo y las proyecciones de ventas, un plan de contingencia, que permita afrontar los posibles periodos de bajas ventas o de endeudamiento, donde se debe ofrecer el producto o servicio a un mercado alternativo que pueda consumirlo. Es por ello que Pacheco, Armijos y Borja (2010), sugirieron como plan de contingencia, para soportar la inversión de un proyecto de organización de fiestas infantiles, la provisión de sus servicios como catering y ambientación a escuelas e instituciones educativas para eventos como: integraciones familiares, jornadas, aniversarios, convivencias o cualquier tipo de ocasiones afines.

Toda empresa dedicada al rubro de eventos, debe incluir en su propuesta una oferta de alimentos y bebidas, es decir, un servicio de catering, capaz de satisfacer las necesidades de alimentación para los invitados del evento, y según el tipo de ocasión. En este caso, es importante adecuar este servicio al rubro infantil y a la temática seleccionada para plasmar todo ello en los detalles de los bocaditos, siguiendo la actual tendencia en eventos infantiles, donde los alimentos se han convertido en elementos decorativos de mesas. Es clave además en el servicio de catering para eventos, mantener siempre las medidas de higiene y salubridad para ofrecer alimentos y bebidas de calidad, manteniendo sus correctas propiedades organolépticas, aún más cuando éstos se convierten en implementos no sólo comestibles sino también decorativos (Arteaga, 2011).

Iniciar la operación de una empresa de catering y decoración de eventos, supone haber estudiado no sólo los potenciales clientes, sino la



oferta de los competidores, los productos y servicios que éstos ofrecen, para planear estrategias que permitan superar la calidad y originalidad de estos productos que ya se encuentran en el mercado durante algún tiempo. Identificar además, el mercado insatisfecho de estas empresas de competencia es ideal para captar clientela orientada a la búsqueda de una oferta diferente y mejor (Brito y Parapi, 2011).

Dentro del proceso de elaboración de alimentos y bebidas, se debe mantener un flujo de trabajo ordenado, para lo que existe un sistema de control de calidad para catering que consiste en cuatro fases: proceso de producción, proceso de emplatado, proceso de servicio y proceso de transporte; donde cada una de estas fases aseguran la calidad del producto final y el servicio ofrecido en la entrega del mismo en el evento a cubrir (Jacoby, 2011).

Se considera indispensable el servicio de alimentos y bebidas para eventos sociales, pero es importante considerar que la modalidad de servicio a ofrecer en este caso corresponde a un catering temático, a lo que Melo (2011) definió como una modalidad de catering en la que toda la presentación, preparación y diseño de los alimentos y bebidas – así como ambientación del salón- se enfocan en una temática en particular elegida por el cliente contratante de los servicios; modalidad que corresponde al servicio de eventos infantiles.

Para brindar un servicio de producción de artículos decorativos o de catering para eventos, es importante estructurar los procesos de la empresa organizadora, adecuándolos a los requerimientos del cliente, ya que la personalización será un elemento clave para el éxito de la

propuesta de la empresa. En este sentido, García (2012) manifestó que el cliente prefiere elegir los servicios para su evento a través de propuestas en una serie de paquetes de productos definidos, o bien a través de un menú de servicios completo que permita -de la mano de un organizador- diseñar un conjunto de productos y servicios acordes a las necesidades del cliente.

Al emprender un proyecto de inversión con una propuesta diferente, se debe procurar una estrategia de precios competitivos para ingresar al mercado y captar clientes teniendo en cuenta la sensibilidad frente a los precios que pueda tener el consumidor. Es por ello que Villa (2012) sugirió que los productos y servicios ofrecidos por una empresa dedicada al rubro de catering y afines debe tener en cuenta tres modalidades de precio según ciertas circunstancias: si los productos tienen una ventaja potencial sobre los de la competencia, el precio puede ser mayor debido al valor agregado ofrecido; si son productos similares a los de la competencia, se debe mantener el precio igual; y si el costo de los productos es menor a los de la competencia, el precio debe ser menor, bajo la oportunidad de poder captar más consumidores.

El negocio del servicio de catering implica una variedad de opciones a ofrecer de acuerdo al tipo de evento u ocasión que se vaya a celebrar. De tal modo que, Baca (2013) mencionó que es primordial al iniciar un negocio de catering enfocarse en un tipo de eventos en particular, para trabajar a detalle y con dedicación ese rubro en especial, y evitar querer abarcarlo todo y brindar un servicio poco eficiente, ya que el tipo de

alimentos o bocaditos, así como de bebidas, se adecúa al tipo de celebración.

## **2.2. Bases Teórico Científicas.**

Cuando se desea poner en marcha un negocio de eventos, es importante realizar un previo estudio de las empresas de la competencia existente, directa e indirecta, para que de esta evaluación se obtengan datos que incluyen: la oferta de productos y servicios que brinda la competencia, su producto o servicio diferencial y su rango promedio de precios, para que con ello se pueda determinar si es posible superar las expectativas del cliente frente a la oferta de otras empresas similares o afines al negocio; así como plantear propuestas innovadoras de productos y servicios para convertirlos en una ventaja competitiva (Bizymoms, 2009).

Del mismo modo en que resulta clave conocer el rubro y/o negocio en que se decide emprender un proyecto de inversión, es importante tener en cuenta dos factores que influyen al elegir un correcto negocio: definir si existe necesidad de los productos y servicios a ofrecer, y definir un mercado que espere de ellos en un futuro. Es decir, es importante que la empresa podrá mantenerse en el tiempo, para lo que deberá funcionar siempre de la mano de tres aspectos: moda, tecnología e innovación para cerciorar su desenvolvimiento por un periodo de tiempo (Henderson, 2009).

Identificar el mercado objetivo para un negocio de eventos infantiles, no sólo significa identificar a las personas que lo conforman,

sino a los factores que determinan que éstas sean parte de los consumidores, es decir, identificar los factores que determinan la decisión de una persona de contratar los servicios de organización del evento infantil, a lo que Jean (2009) respondió que existen cinco razones claves por las que los padres deciden contratar un organizador para la fiesta infantil de sus hijos: porque desean disfrutar la fiesta sin preocupaciones, porque confían en la experiencia de los planificadores, porque quieren evitar desorden en sus casas y prefieren que se les facilite un ambiente externo, porque no tienen tiempo para encargarse de organizar ellos mismos, y porque quieren asegurar el éxito de la fiesta infantil dejándolo en las manos de un profesional.

Para emprender un negocio de organización de eventos es clave empezar por delimitar el mercado al cual dirigirse, a través de la determinación de las características demográficas, estilo de vida y necesidades a satisfacer de los potenciales consumidores; de modo tal que se asegure incorporar el negocio dentro de un mercado dispuesto a acoger la propuesta; de la mano de ello, se debe hacer un profundo análisis de la competencia para identificar sus debilidades, y seguidamente enfocarse en aquellos productos y servicios que al consumidor aún no se les ha ofrecido para lograr captar su atención a través de la innovación (Jean, 2010).

En el catering para eventos infantiles, los alimentos que se suelen elaborar son básicamente bocaditos o snacks, y algunas bebidas que probablemente se compren industrializadas, pero de todos modos para calcular los costos de las elaboraciones es ideal tener una base de datos en Excel de recetas estándar, donde se detalle el costo de los insumos a

emplear, de acuerdo a las cantidades requeridas en cada bocadito o bebida, para con ello poder calcular el costo total por cantidades superiores para cubrir los eventos (Business Plans, 2011).

Mantener un adecuado flujo de ingresos es necesario para sostener la inversión inicial realizada al iniciar un proyecto de inversión de catering y eventos, es por ello que al realizar los contratos con los clientes para ofrecer los servicios de alimentos y bebidas, se debe pactar un monto exacto para ello e indicar si se cobra algún tipo de garantías por los posibles equipos puestos a disposición para el evento, del mismo modo que se debe cobrar el 50% del monto pactado en el momento del contrato y el 50% restante se cobrará el mismo día del evento a cubrir; asegurando de este modo que exista un soporte de efectivo en caja para respaldar lo que suponga el costo para producir los servicios del evento (Eastern Michigan University, 2011).

Durante el desarrollo de una fiesta infantil, resulta eficiente dividir el suceso en fases que se desarrollarán a lo largo de la duración del evento, es por ello que Brodie (2012) dividió una fiesta infantil en fases de: bienvenida de los invitados, presentación opcional de un animador, desarrollo de algunos juegos, catering y golosinas, torta de cumpleaños, piñata y entrega de bolsas de sorpresa, para culminar correctamente la experiencia.

La industria del catering y la decoración de eventos crece año tras año, del mismo modo en que aumentan las ceremonias, recepciones o fiestas en las que un proveedor de alimentos y bebidas puede brindar sus servicios. Es por ello que esta industria se ha dividido en tres segmentos:

catering profesional, servicio donde se dedican a proveer alimentos y bebidas para eventos; catering de hoteles y restaurantes, servicio donde los proveedores de alimentos y bebidas son empresas hoteleras o de restauración para eventos en sus propias instalaciones; y catering de outlets, servicio donde se provee alimentos y bebidas desde un local de autoservicio para el consumo inmediato (Jha, 2014).

Preservar el diseño de la decoración y catering a través de la toma de fotografías de alta resolución de las creaciones de los eventos, ayudan a la promoción visual de las empresas de catering para eventos infantiles, ya sea difundiéndo las a través de redes sociales como Facebook, o bien armando un álbum de fotografías de presentación de la empresa para los clientes que se acerquen a las instalaciones del negocio por información acerca de los servicios (Libby, 2014).

Para la elaboración de artículos decorativos para eventos infantiles, es una buena idea contar con unos diseños, formatos y moldes de prototipo que sirvan como base para elementos como las invitaciones, cucuruchos, bolsas de papel para golosinas, cajas de sorpresa, etiquetas para golosinas y toppings para bocaditos. Es por ello que Madson (2014) recomendó tener estos formatos archivados en alguna computadora o laptop, de modo tal que sirvan de modelo para presentar a los clientes cuando soliciten los servicios de elaboración de piezas decorativas.

Cuando se maneja un negocio de catering, se debe establecer un menú detallado de las opciones de alimentos y bebidas que la empresa esté dispuesta a elaborar, indicando los detalles de cada uno de los platos, bocaditos, bebidas o cócteles. Es por ello que Palmer (2014),

afirmó que teniendo un menú claro y detallado, antes de iniciar el negocio, se pueden realizar unas compras eficientes de los equipos, instrumentos y utensilios de cocina que se van a requerir para producir adecuadamente cada uno de esos productos del menú con el mejor acabado y calidad, aseguran un óptimo proceso de producción.

Toda empresa de servicios como es la de catering y decoración de eventos infantiles, al lanzarse inicialmente al mercado debe llevar consigo un plan de promoción, para darse a conocer en el mercado y ganar clientes. Es por ello que una de las estrategias de promoción más efectivas es plasmar su marca en sus artículos decorativos, como son aquellos que los invitados van a llevar a casa, aquí tenemos las bolsas de golosinas, cajas de sorpresas, souvenirs, etc., donde se pueden colocar stickers con el logo de la empresa y un número de contacto, en alguna esquina de ellos para distribuir las redes de clientes; además de ello es ideal colocar en la mesa de bocaditos un paquete de tarjetitas de contacto de la empresa para los asistentes al evento (Siv, 2014).

Cuando se trata de estudiar los costos que suponen solventar la producción de los alimentos y bebidas de una empresa de catering, se debe considerar además de los insumos claramente, el costo que implica el transporte de los productos finales hacia el evento que se va a cubrir, así como los utensilios e implementos de servicio que se van a proveer como son cubertería, vajilla y similares, que en caso de ser descartables como para un evento infantil, se debe incluir el costo dentro del servicio, o bien un costo de garantía que de soporte a la inversión de estos, si se tratase de unos no desechables para un evento elegante (Harris, 2015).

Una empresa de catering para eventos infantiles debe asegurar sorprender a los invitados y al anfitrión de la fiesta, para lo que es clave la personalización de cada uno de los artículos decorativos, así como de los bocaditos y bebidas a presentar. Es necesario para ello, dirigir en torno a una temática todos los detalles, pudiendo de este modo, crear una especie de marca o sello que forme parte de las golosinas y los accesorios donde éstas serán puestas. Se debe tener en cuenta que la tendencia en los últimos años es enfocar la atención de la fiesta en la mesa central del evento y el fondo de la misma, así como en las mesas auxiliares donde se debe distribuir los artículos decorativos y/o bocaditos, bebidas y todo tipo de equipos dispensadores de golosinas y similares (Hoffman, 2015).

Para empezar a planificar una fiesta infantil, se recomienda seguir cinco pasos básicos para iniciar la organización: determinar el número de personas asistentes, delimitar la duración del evento, definir la temática del evento, seleccionar y contratar - primero que todo - el local o ambiente donde se desarrollará el evento, y realizar el diseño y envío de las invitaciones. Estos cinco pasos son fundamentales para dar inicio al desarrollo del evento, porque una vez realizado esto, la organización corre por cuenta de los planificadores, quienes con estos datos obtenidos pueden continuar su trabajo y plasmar los requerimientos del cliente en una experiencia única (The Big Party, 2015).

### **2.2.1. Proyecto de Inversión.**

Se puede definir un proyecto de inversión como una propuesta que surge como resultado de estudios que la sustentan y que está conformada por un conjunto determinado de acciones



con el fin de lograr ciertos objetivos. El propósito del proyecto de inversión es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas que lo promueven y, como resultado de este, también se verán beneficiados los grupos o poblaciones a quienes va dirigido (Fernández, 2009).

#### **2.2.1.1. Ciclo de Vida de un Proyecto de Inversión.**

**A. Pre Inversión.** Proceso de formulación y evaluación del proyecto, paso necesario para determinar la posibilidad real de darle solución a un problema específico o para darle forma a esa idea que puede representar una oportunidad de negocios. Dentro de esta fase se encuentran:

*a)* Estudio a nivel de perfil. A partir de la información existente de origen secundario o bibliográfico, relacionada con el proyecto. Para este estudio deben estimarse las inversiones, los costos y beneficios de manera preliminar, es decir, sin entrar a investigaciones de terreno.

*b)* Estudio a nivel de pre-factibilidad. Conocido como “anteproyecto”, se realiza a partir de información de fuentes de origen primario y secundario, es decir, además de las fuentes bibliográficas para el estudio, se realiza una investigación de campo. En esta etapa, se define la viabilidad del proyecto, mas no es determinante un resultado positivo (pudiendo ser

negativo sin más problemas, no continuando con el ciclo del proyecto), a diferencia del estudio de factibilidad donde sí se debe demostrar la viabilidad positiva ya que supone la ejecución del mismo.

c) Estudio a nivel de factibilidad. Conocido como “proyecto definitivo”, se realiza de la misma manera que el estudio de pre-factibilidad, pero con mayor profundidad, ya que en esta etapa se deben definir las estrategias para la materialización del proyecto - como lo es un plan de marketing estratégico - y además se debe demostrar en conjunto, la viabilidad positiva del negocio.

**B. Inversión.** Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios.

**C. Operación.** Esta etapa corresponde a un periodo permanente de producción de bienes o a la prestación de un servicio (Meza, 2013).

### 2.2.2. Estudio de Mercado.

Es el primero que se realiza dentro del estudio de factibilidad o de prefactibilidad, donde la información que se recoge define las condiciones de operación del proyecto y sienta las bases del estudio técnico. En esta etapa se analiza la existencia y el

volumen de los demandantes de los bienes y servicios ofrecidos por el proyecto, así como los canales de comercialización que se utilizarán, los costos asociados y la determinación de los precios. Este estudio debe determinar el tipo, calidad y cantidad de los bienes y servicios que ofrecerá el proyecto; es decir, la oferta, la cantidad total de clientes del proyecto (demanda efectiva), la existencia e injerencia de otros proyectos que brindan bienes y servicios similares (la competencia), el precio de cada uno de esos y las estrategias que se emplearán para posicionar el proyecto dentro del mercado (Cambroner, Montoya y Zúñiga; 2009).

**2.2.2.1. Mercado Potencial.** Este tipo de mercado es una población que tiene necesidad de un producto o servicio, que posee los medios financieros necesarios y que podría estar interesada en adquirirlo. Es el conjunto de consumidores que manifiestan un nivel de interés suficiente por una oferta de mercado, pero que deben tener además suficientes ingresos y acceso a la oferta de productos.

**2.2.2.2. Mercado Disponible.** El mercado disponible es el número de consumidores que, además del interés, conoce el producto y tiene la disposición para consumirlo de manera frecuente. Se obtiene como un porcentaje de la población o del mercado potencial. Una empresa puede dirigirse a todo el mercado disponible o concentrarse en ciertos segmentos.

**2.2.2.3. Mercado Efectivo o Real.** El mercado efectivo es aquella parte del mercado disponible que conforma al número real de demandantes del producto o servicio en un determinado periodo de tiempo. Es el mercado que ya se ha logrado captar.

**2.2.2.4. Mercado Objetivo.** Es el mercado específico al que la empresa u organización ofrece sus productos y a quienes dirige principalmente sus acciones de marketing. Es el conjunto de consumidores pertenecientes al mercado disponible, que pueden formar parte del mercado real y potencial, al cual se dirigen todos los esfuerzos y acciones mercadológicas de la empresa, con la finalidad de que todos ellos se conviertan en consumidores reales del producto. Generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas (Fernández, 2009).

### **2.2.3. Estudio Técnico.**

El estudio técnico tiene por objeto delimitar las condiciones operativas para la fabricación del producto y/o prestación del servicio, especificando las materias primas y la maquinaria a emplearse (tecnología disponible), el tamaño del proyecto, la localización de la planta y la estructura de la organización (García, 2010).

#### **2.2.4. Estudio Legal.**

El estudio legal comprende el análisis de las normas, reglamentos y regulaciones vigentes que afectan la constitución y posterior funcionamiento de la empresa. Este estudio tiene como objetivo constituir legalmente a la empresa, de modo que se logre: la producción de la empresa dentro de las disposiciones legales, el establecimiento de la empresa como sujeto de crédito ante las entidades financieras, la emisión de comprobantes de pago, el pago de ingresos, el acceso al crédito fiscal y la posible participación de la nueva empresa como proveedora de otras empresas de mayor tamaño o de entidades del Estado (Hamilton y Pezo, 2009).

#### **2.2.5. Estudio Organizacional.**

El estudio organizacional implica el diseño de la estructura organizativa de la empresa para la consecución de objetivos previstos, tanto en el ámbito operativo y económico (productividad), como en el social (calidad de servicio y motivación del personal). El diseño de la estructura organizativa incluye tanto la distribución espacial y jerárquica de los medios materiales y humanos como los procesos de dirección, transmisión de información, comunicación y control (Correa y Medina, 2009).

### **2.2.6. Estudio Económico Financiero.**

El estudio económico financiero corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto de inversión, donde se recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico, estudio legal y estudio organizacional. Es ahora que se procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto (Meza, 2013).

### **III. METODOLOGÍA.**

En este capítulo se describe la metodología que se manejó en el presente trabajo, como el tipo de estudio, la población, muestra y muestreo; así como el método, técnica e instrumento de recolección de datos utilizado.

#### **3.1. Tipo y Diseño de Investigación.**

La presente investigación es de tipo cuantitativa descriptiva, ya que se estudió una realidad objetiva, donde en base a los resultados recabados de una muestra específica, se realizaron conclusiones de lo percibido de forma clara y concisa, sin alterar la información recolectada, en base a lo cual se desarrolló el proyecto de inversión (Hernández, Fernández y Baptista; 2010).

#### **3.2. Área y Línea de Investigación.**

Servicios, Restaurantes y Gastronomía.

#### **3.3. Población, Muestra y Muestreo.**

Al tratarse de un proyecto de inversión a nivel de pre-factibilidad, fue necesario estudiar el mercado al cual se dirigió la propuesta para orientar el negocio hacia un entorno de potenciales consumidores que otorguen una positiva respuesta. Es por ello que el instrumento de recolección de datos empleado, fue aplicado a un universo de padres de familia residentes en la provincia de Chiclayo, que forman parte del nivel

socioeconómico ABC, y que tienen hijos de edades entre 0 y 10 años, al tratarse de una propuesta para eventos infantiles.

De este universo, se realizó un muestreo por racimos donde la unidad de análisis fueron los padres de familia, y la unidad muestral o racimos en este caso, fueron las instituciones educativas privadas de la provincia de Chiclayo, las que funcionaron como medios a través de las cuales se tuvo acceso a las unidades de análisis. Para ello, se procedió primero a definir los racimos a estudiar, para determinar la población finita exacta, y de ella se tomó una muestra probabilística hallada con la fórmula correspondiente.

De este modo, el universo estuvo conformado por los padres de familia de las instituciones educativas privadas de la provincia de Chiclayo que incluyen alumnos del rango de edad de 0 a 10 años (instituciones que cuentan con nivel inicial y primaria), que muestran una comunidad de padres de familia correspondientes al nivel socioeconómico ABC, para lo que se consideraron un total de 12 instituciones educativas privadas, incluidas las siguientes: Colegio Ceibos, Colegio Algarrobos, Colegio San Agustín, Colegio Manuel Pardo, Colegio Santo Toribio de Mogrovejo, Colegio Santa María Reina, Innova Schools Chiclayo, Colegio Beata Imelda, Colegio Rosa María Checa, Colegio Santa Angela, Colegio Trilce y Colegio Peruano-Chino. Es importante mencionar que para la selección de instituciones se tuvo como punto de referencia - para considerar el segmento superior del nivel socioeconómico ABC - a aquellas instituciones que mantienen una mensualidad por alumno mínima de S/.285 y máxima de S/.710; de modo tal que sea lo más próximo a los consumidores objetivos, sin descartar por



ello, la existencia de consumidores potenciales que se encuentren fuera de este grupo mencionado.

Se debe mencionar que todas estas medidas fueron tomadas para definir de forma específica la población y de la misma forma, la muestra más representativa para la correcta aplicación de los resultados al proyecto de inversión, donde el estudio de mercado estuvo enfocado en los consumidores objetivos.

De este universo, se tomaron 5 instituciones educativas, que son los racimos a estudiar para la investigación en general, de los cuales se ha tomado como criterio de exclusión a aquellas instituciones que mantienen una mensualidad promedio por alumno de s/.500, como un punto de referencia para obtener una muestra del segmento superior del nivel socioeconómico ABC que más se aproxime al mercado objetivo del proyecto. De cada una de estas instituciones se contabilizó el total de alumnos que pertenecen al rango de 0 a 10 años, para adecuar a los encuestados (padres de familia) al propósito de la investigación, obteniendo así un total de 2568 alumnos, que fue el número de la población finita. Se debe aclarar que esta población incluyó al nivel inicial y al nivel primaria hasta 5° grado, como se indica a continuación en la Tabla 1, donde se especifica el total de encuestados por grado, datos que sumaron la cantidad final de 2568 padres de familia para la aplicación de la encuesta.

Tabla 1  
*Instituciones Educativas de la Población Finita*

Institución Educativa	1 año	2 años	3 años	4 años	5 años	1° grado	2° grado	3° grado	4° grado	5° grado
Ceibos	25	42	67	72	56	46	47	32	37	30
Algarrobos	-	-	-	-	-	52	51	44	57	40
Santo Toribio de Mogrovejo	-	-	45	48	51	65	63	68	62	69
Manuel Pardo	-	-	63	62	60	98	93	110	126	141
San Agustín	-	-	45	47	49	89	80	115	101	120
Total por Grado	25	42	220	229	216	350	334	369	383	400

Elaboración propia, 2015.

Seguidamente, bajo la fórmula para el cálculo de la muestra probabilística de poblaciones finitas se designó el número total de personas para aplicar el instrumento de recolección de datos; con lo que se logró determinar el número de la muestra correspondiente a 162 personas o padres de familia en este caso. Finalmente se halló la muestra exacta por institución educativa, como se observa en la Tabla 2.

Tabla 2  
*Muestra para Aplicación de Encuesta por Institución Educativa*

Institución Educativa	Alumnos	%	N° Encuestas
Ceibos	454	17.7	29
Algarrobos	244	9.5	14
Santo Toribio de Mogrovejo	471	18.3	30
Manuel Pardo	753	29.3	48
San Agustín	646	25.2	41
Total	2568	100	162

Elaboración propia, 2015.

Finalmente, se debe indicar que el número de la muestra se halló con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{pq}{\frac{e^2 + pq}{z^2 N}}$$

Donde “N” (tamaño de la población) es igual a 2568, “z” (nivel de confianza de 90%) es igual a 1.645, “p” (probabilidad de éxito) es igual a 0.8, “q” (probabilidad de fracaso) es igual a 0.2 y “e” (error máximo admisible) es igual a 0.05

### 3.4. Operacionalización de Variables.

Tabla 3  
*Operacionalización de variables*

VARIABLES	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	INDICADORES
Proyecto de inversión a nivel de prefactibilidad	Estudio de Mercado	Aplicación de cuestionario	Resultados de la encuesta
			Definición del servicio
			Tipos de mercado
			Proyección de la demanda
			Determinación de la demanda
	Estudio Técnico	Especificaciones Técnicas	Ingeniería del proyecto
			Tamaño de la planta
			Localización
	Estudio Legal	Trámites de constitución legal	Reserva de nombre
			Minuta de constitución
			Escritura pública
			Régimen tributario
			Licencia de funcionamiento
		Certificación de Seguridad	
		Publicidad en Vía Pública	
		Registro de Marca	

	Estudio Organizacional	Dirección de Personas	Organigrama
			Descripción de funciones
			Procesos por área de trabajo
	Estudio Económico Financiero	Indicadores económicos y financieros	Inversión inicial
			Costos
			Costeo de servicio completo
			Estructura de costos
			Capital de trabajo
			Inversión total
			Costo de oportunidad del proyecto
			Precio de venta
			Estado de resultados
			Módulos de I.G.V.
			Flujos de caja
Factibilidad del proyecto			

Elaboración propia, 2016.

### 3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para la recolección de datos de la presente investigación, se utilizó el método de frecuencia relativa (Anderson, Sweeney, Williams, Camm & Martin; 2011, p.33), que funciona para la aplicación en nuevas propuestas de negocio - como es este caso - donde se le asignan probabilidades a las respuestas según el número de posibilidades planteadas en el instrumento cuantitativo a aplicar, de tal modo que se obtengan porcentajes de aprobación/ desaprobarción, de preferencias o de grados de relevancia, respecto a ciertos criterios que se deseen identificar en la unidad de análisis, en este caso en cada padre de familia.

Se aplicó este método ya que se estudiaron grupos representativos de padres de familia que se encuentran en entornos determinados, considerando así a personas con unas características específicas para formar parte del mercado potencial del proyecto.

Para hacer uso de este método, es que se aplicó la técnica de encuesta, a través del instrumento de cuestionario (ver Anexos), el cual se formuló con preguntas cerradas, que permitieron mantener la objetividad de los datos recolectados al tratarse de una investigación cuantitativa.

### **3.6. Técnicas de Procesamiento de Datos.**

A partir de la técnica de encuesta, se obtuvieron datos relevantes que definieron el perfil del mercado objetivo del proyecto de inversión, los cuales ayudaron a estructurar la propuesta de productos y servicios del negocio a proponer de acuerdo a las preferencias y expectativas de los potenciales consumidores.

Luego, para el procesamiento de datos se utilizaron como herramientas, los programas Microsoft Word 2010, para la presentación de la información recabada; y Microsoft Excel 2010, para la elaboración de los gráficos y tablas de cálculo que se obtuvieron como resultado del estudio de mercado y del estudio económico financiero desarrollado.

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.**

En este capítulo se describen y analizan los resultados del instrumento de recolección de datos, y además, se presenta el proyecto de inversión, propiamente dicho, a nivel de prefactibilidad. Se desarrolla aquí el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio legal, el estudio organizacional y el estudio económico financiero.

### **4.1. Estudio de Mercado.**

El estudio de mercado se inició con la exposición de los resultados de la encuesta realizada, donde se obtuvieron datos claves para definir el perfil del consumidor, y poder luego con ello, presentar la definición del servicio y/o producto del negocio. Seguidamente, se determinaron los tipos de mercado según los resultados obtenidos; luego, se halló la proyección de la demanda y finalmente, la determinación de la misma a lo largo de los siguientes 5 años del proyecto.

#### **4.1.1. Resultados de la Encuesta.**

En este acápite, se presentan los resultados obtenidos como producto de la investigación realizada entre los meses de Abril y Julio del 2015, para ello se presenta la información procesada en el programa Excel 2010, a través de tablas y gráficos, resultado de la aplicación del cuestionario.

Este instrumento fue dirigido a padres de familia con hijos de 0 a 10 años de edad, residentes en la ciudad de Chiclayo; y se

utilizó para identificar las preferencias, necesidades, expectativas y referencias de la competencia que tienen los padres de familia respecto a las fiestas de cumpleaños de sus menores hijos.

Cabe recalcar, que el instrumento fue empleado en padres de familia que fueron localizados a través de racimos, en este caso por medio de instituciones educativas privadas de la ciudad de Chiclayo, donde el cuestionario fue aplicado a través 5 de ellas: Ceibos, Algarrobos, Santo Toribio de Mogrovejo, Manuel Pardo y San Agustín; realizando la encuesta a la muestra hallada en el capítulo III, que supone un total de 162 encuestados.

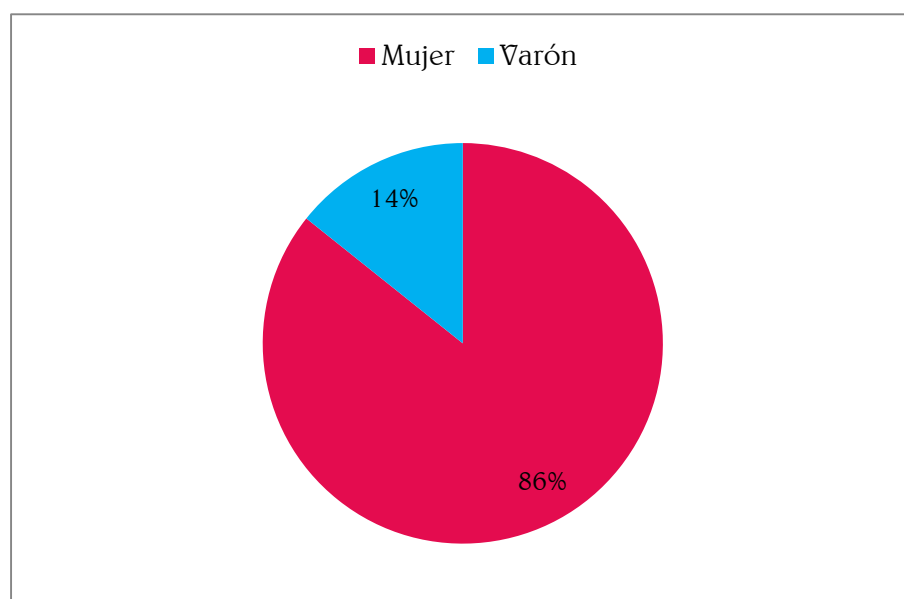
Se debe mencionar que, para realizar la aplicación de la encuesta en los colegios, se solicitó un permiso a la dirección general de cada uno de ellos, y luego de la aprobación correspondiente, los cuestionarios de la encuesta fueron repartidos en sobres sellados a cada institución educativa, indicando de forma escrita en cada sobre, el aula o el grado al que correspondía cada uno. De este modo, se repartieron los sobres aleatoriamente a algunos alumnos de cada grado, cumpliendo con el número de encuestados que se calculó por nivel y por grado.

Los cuestionarios fueron enviados vía agenda, y luego de un plazo de unos días, se recogieron en cada institución educativa. A continuación se presentan los resultados obtenidos.

Tabla 4  
*Sexo de los encuestados*

Sexo	n°	%
Mujer	139	85.7
Varón	23	14.3
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.



*Figura 1. Sexo de los encuestados.*  
Elaboración propia, 2015.

El primer ítem del cuestionario fue el sexo del encuestado. Donde los resultados indicaron que 85.7% de los encuestados fueron mujeres (madres), mientras que un 14.3% fueron varones (padres). Demostrando entonces que el principal factor de influencia en la decisión de consumo en el rubro enfocado a celebraciones de los niños de casa, recae en las madres, que fueron quienes respondieron a la información requerida, en un altamente representativo porcentaje.



Tabla 5  
*Edad de los encuestados*

Edad	n°	%
18-24 años	4	2.2
25-31 años	37	23.1
32-38 años	77	47.3
39 o más	45	27.5
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

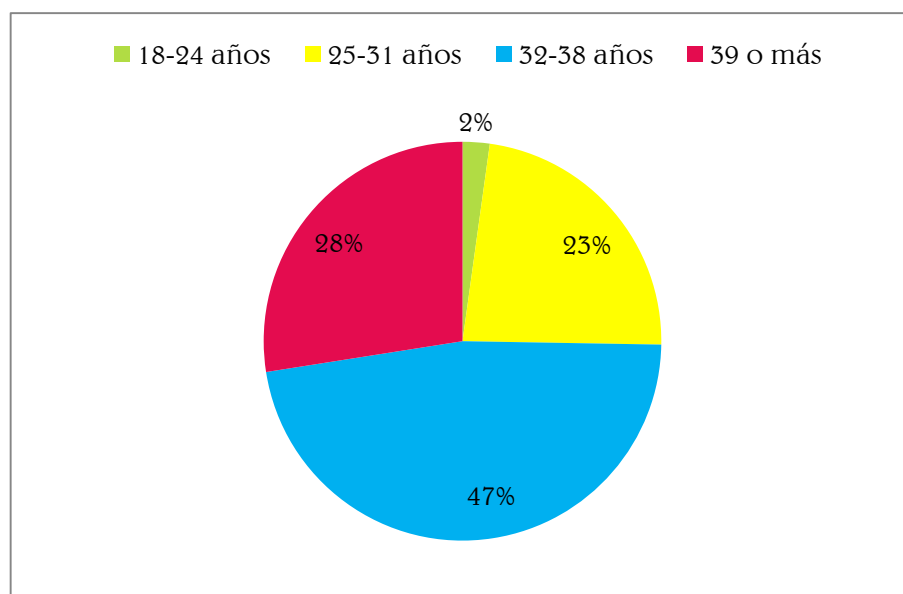


Figura 2. Edad de los encuestados.  
Elaboración propia, 2015.

A través del cuestionario, se determinó también, la edad del encuestado, por rangos; resultando un 47% de los encuestados en el rango de 32-38 años, seguido de un 28% de encuestados de 39 a más años y un 23% de 25-31 años. Se observa aquí que la muestra se encuentra dividida en 3 segmentos principales, donde a pesar que en el rango de 32-38 años recae el mayor porcentaje; no es un número determinante para opacar los otros 2 segmentos.

Tabla 6  
*Ocupación*

Ocupación	n°	%
Trabajo dependiente	96	59.3
Trabajo independiente	39	24.2
Ama de casa	27	16.5
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

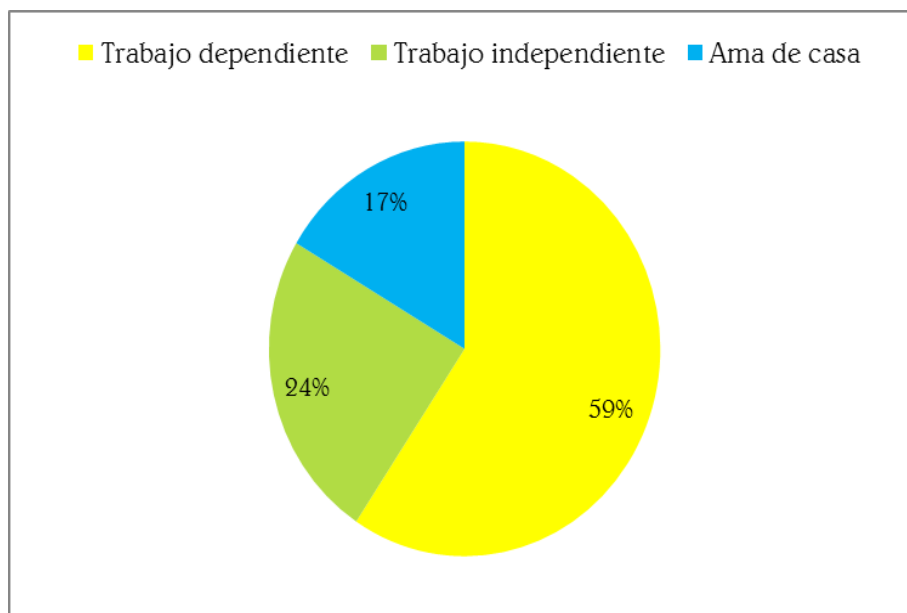


Figura 3. Ocupación.  
Elaboración propia, 2015.

En lo que se refiere a ocupación, se halló un alto porcentaje de 59% de trabajadores dependientes, un 24% de independientes y un 17% de amas de casa; donde este último porcentaje a pesar de dedicarse a las actividades del hogar, y quizá percibir ingresos no tan altos de alguna otra fuente, influye directamente en la decisión de consumo en lo referente a los niños, reafirmando la tendencia en la decisión femenina para este servicio de eventos.

Tabla 7  
*Ingresos percibidos mensualmente*

Rango de ingresos	n°	%
s/.1500-s/.1999	43	26.4
s/.2000-s/.2499	23	14.3
s/.2500-s/.2999	23	14.3
s/.3000-s/.3499	37	23.1
s/.3500-más	36	22.0
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

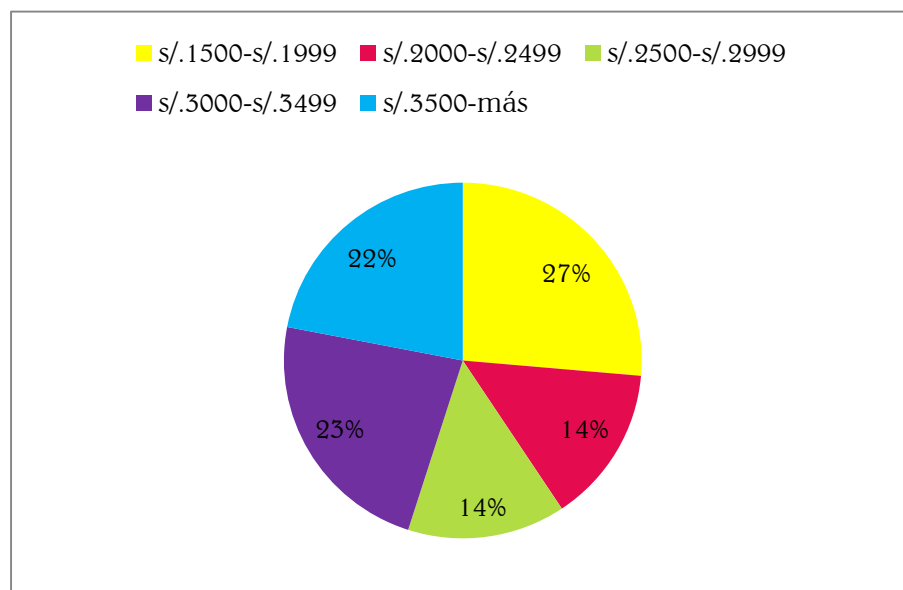


Figura 4. Ingresos percibidos mensualmente.  
Elaboración propia, 2015.

Respecto a los ingresos percibidos mensualmente, se refleja una muestra bastante segmentada, donde el 85.7% de los resultados obtenidos son indicadores de los ingresos de las madres, observando que el 27% de la muestra, percibe un ingreso de s/.1500 a s/.1999, seguido de un 23% que percibe de s/.3000-s/.3499 y de un 22% que percibe de s/.3500 a más.

Tabla 8  
*Sexo del menor*

Sexo	n°	%
Mujer	94	58.2
Varón	68	41.8
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

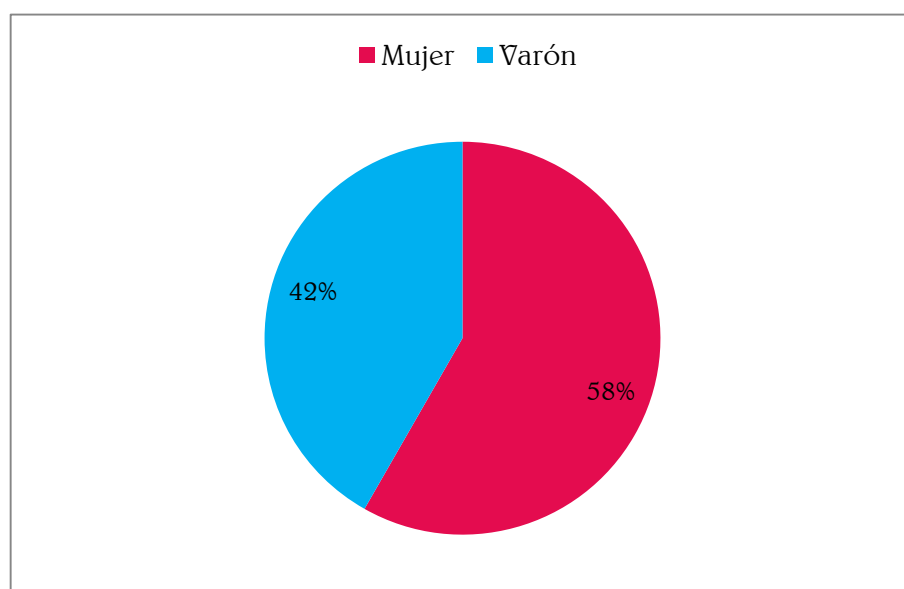


Figura 5. Sexo del menor.  
Elaboración propia, 2015.

De la misma manera en que se determinó el sexo de los encuestados, se determinó el sexo sus hijos. De este modo, se halló que el 58% de las respuestas corresponde a padres/madres con niñas, mientras que el 42% restante, corresponde a las respuestas de padres/madres con niños. Pudiendo afirmar entonces que las respuestas de los cuestionarios, corresponden a opiniones de padres de familia con niños de ambos sexos, lo que permitió tener unos resultados diversos.

Tabla 9  
*Edad del menor*

Edad	n°	%
0-2 años	9	5.5
3-5 años	61	37.4
6-8 años	57	35.2
9-10 años	36	22.0
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

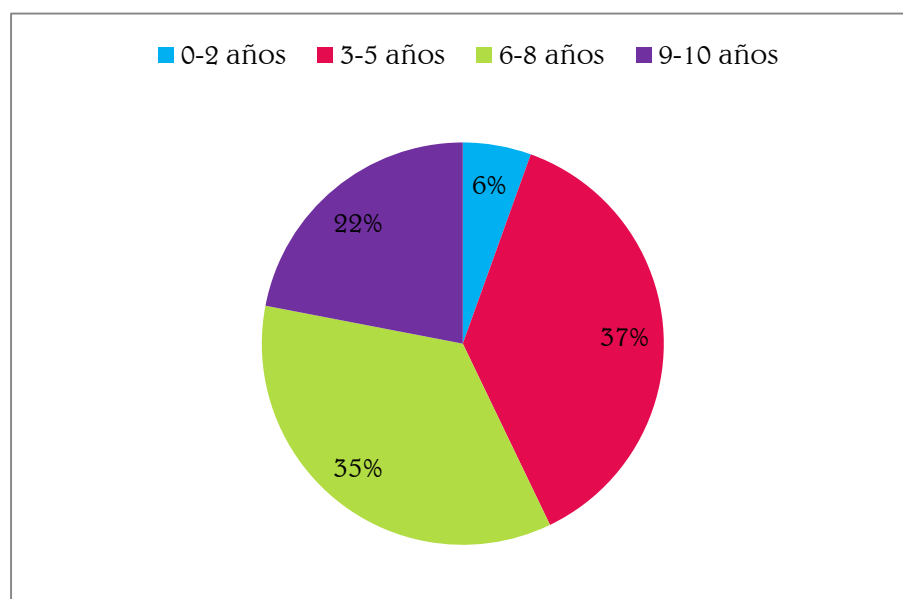


Figura 6. Edad del menor.  
Elaboración propia, 2015.

Respecto a la edad de los niños de los encuestados, se dividió en rangos, hallando así que 37% de los encuestados tienen niños dentro del rango de 3 a 5 años, 35% tienen niños de 6 a 8 años y 22% de 9 a 10 años. Finalmente, un porcentaje de 6% tiene niños de 0 a 2 años. Podemos afirmar entonces que se contó con una muestra de padres con respuestas para todos los rangos de edades, predominando el rango de 3 a 5 años.

Tabla 10  
*Cantidad de niños de 0-10 años*

Niños por hogar	n°	%
1	84	51.6
2	66	40.7
3	11	6.6
4 a más	2	1.1
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>100</b>

Elaboración propia, 2015.

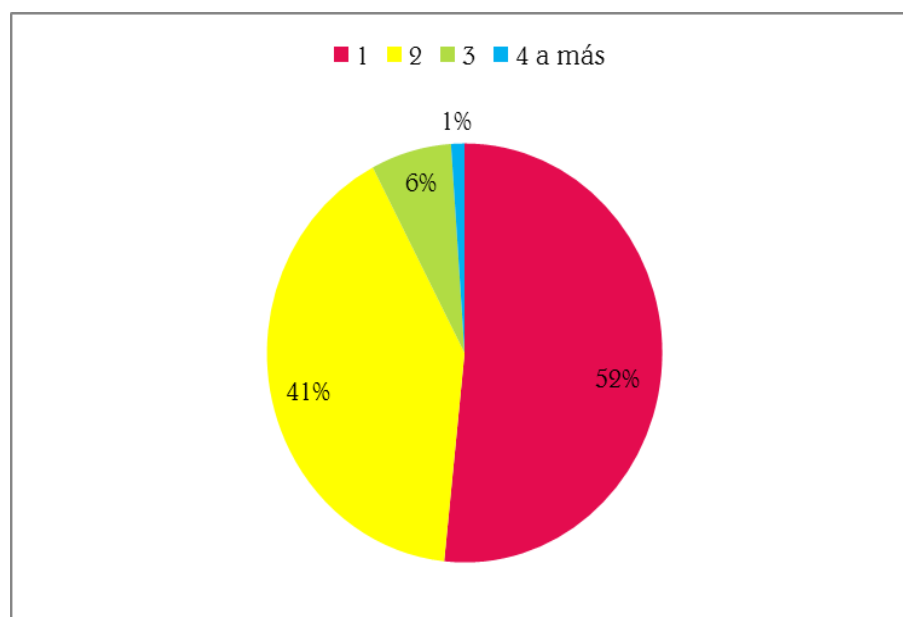


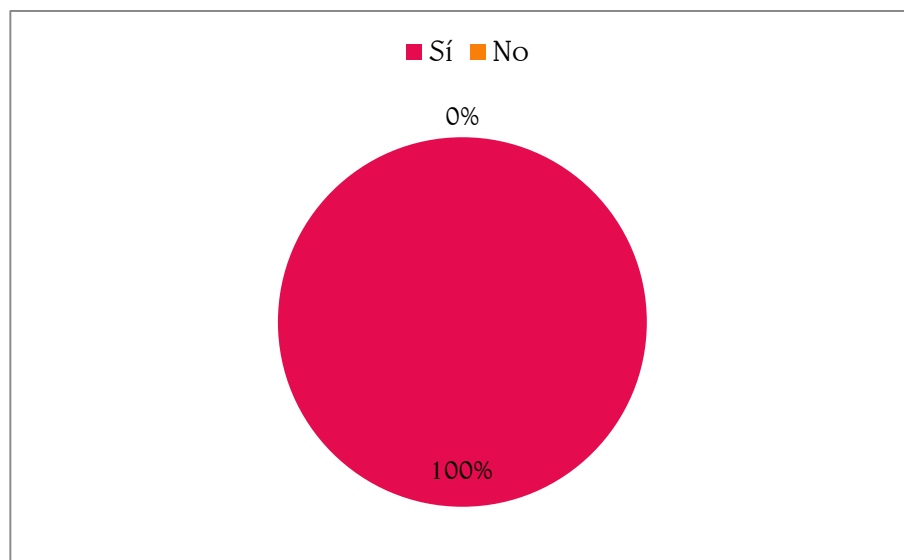
Figura 7. Cantidad de niños de 0-10 años.  
 Elaboración propia, 2015.

Además de hallar el porcentaje de niños según rango de edad, se halló el número de niños de 0 a 10 años, con los que cuenta cada familia. Determinando así que el 52%, más de la mitad de los encuestados, cuenta sólo con 1 niño del rango de 0 a 10 años; un 41% cuenta con 2; un 6% con 3 y sólo un 1% con 4. Concluyendo que las familias cuentan en promedio con 1 o 2 niños del rango de edad al que apunta este proyecto de inversión.

Tabla 11  
*Disposición de compra*

Disposición	n°	%
Sí	162	100
No	0	0
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.



*Figura 8.* Disposición de compra.  
Elaboración propia, 2015.

Para poder determinar la disposición de los padres a contratar el servicio de decoración y catering, se preguntó en el cuestionario si estarían dispuestos a solicitarlo para preparar la fiesta de cumpleaños de sus niños, para lo que el 100% de los padres respondieron que "sí".

Tabla 12  
*Experiencia previa en empresas de decoración infantil*

Frecuencia	n°	%
Nunca	39	24.2
1-3 veces	84	51.6
4-6 veces	32	19.8
6 veces a más	7	4.4
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

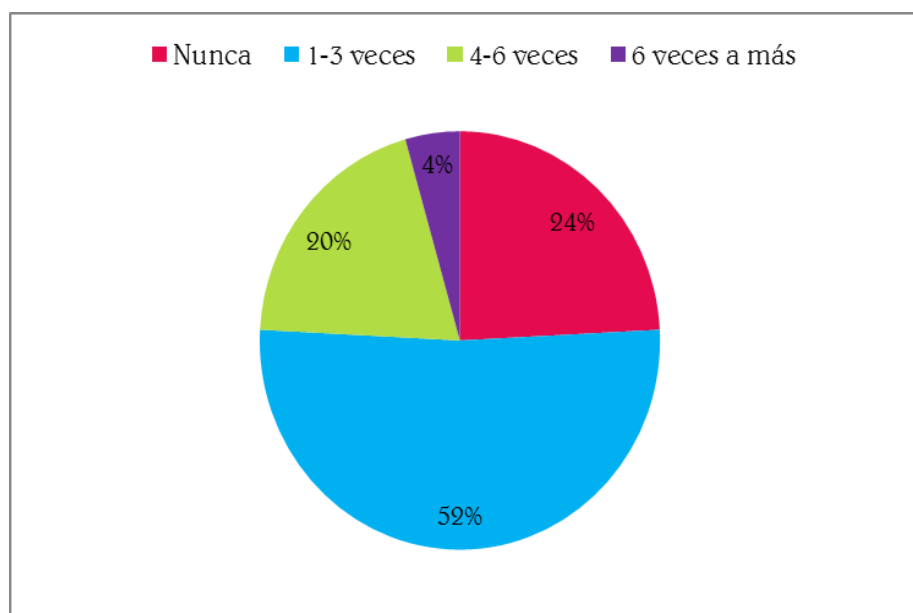


Figura 9. Experiencia previa en empresas de decoración infantil.  
Elaboración propia, 2015.

Una vez determinado el perfil de la muestra de padres de familia; se procedió a interrogar sobre la experiencia previa que se tiene del servicio de decoración infantil. Donde se determinó que el 52% de la muestra ya ha contratado anteriormente de 1 a 3 veces este servicio para la fiesta infantil de su niño(a); un 24% de encuestados que ya lo han contratado antes de 4 a 6 veces, y un pequeño 4% que lo ha contratado de 6 veces a más.



Tabla 13  
*Experiencia previa en empresas de catering infantil*

Frecuencia	n°	%
Nunca	85	52.7
1-3 veces	57	35.2
4-6 veces	12	7.7
6 veces a más	7	4.4
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

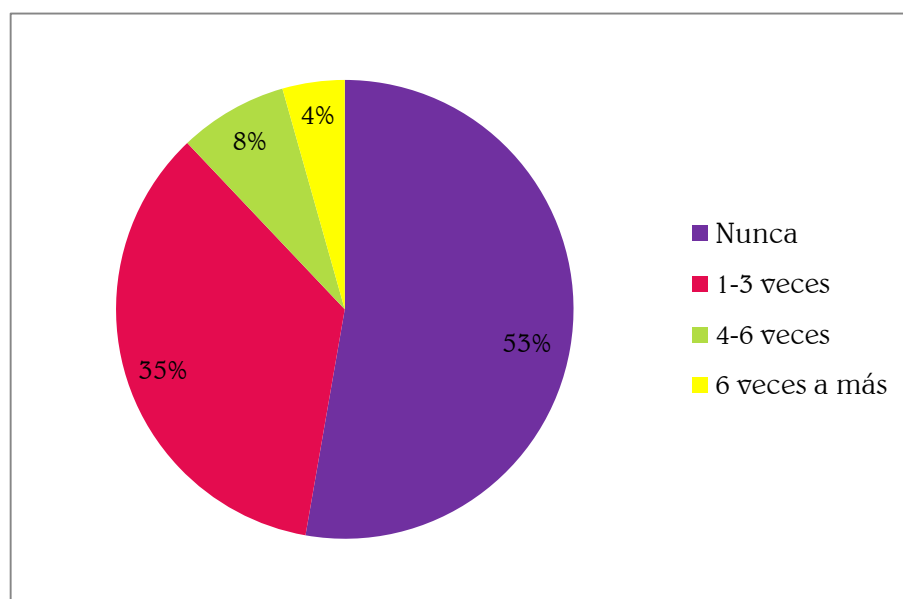


Figura 10. Experiencia previa en empresas de catering infantil.  
Elaboración propia, 2015.

De la misma manera que la pregunta anterior, se determinó la experiencia previa de los encuestados pero ahora respecto al servicio de catering para eventos infantiles. Donde resultó que un 53% de la muestra nunca antes ha contratado una empresa de catering para fiestas infantiles, 35% de la muestra ya ha contratado de 1 a 3 veces antes el servicio, 8% de 4 a 6 veces y 4% de la muestra de 6 veces a más.

Tabla 14  
*Empresas de la competencia*

Empresa	n°	%
Verónica Eventos Infantiles	45	27.5
Christi Eventos Infantiles	9	5.5
Otros	73	45.1
No se ha contratado antes	36	22.0
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>100</b>

Elaboración propia, 2015.

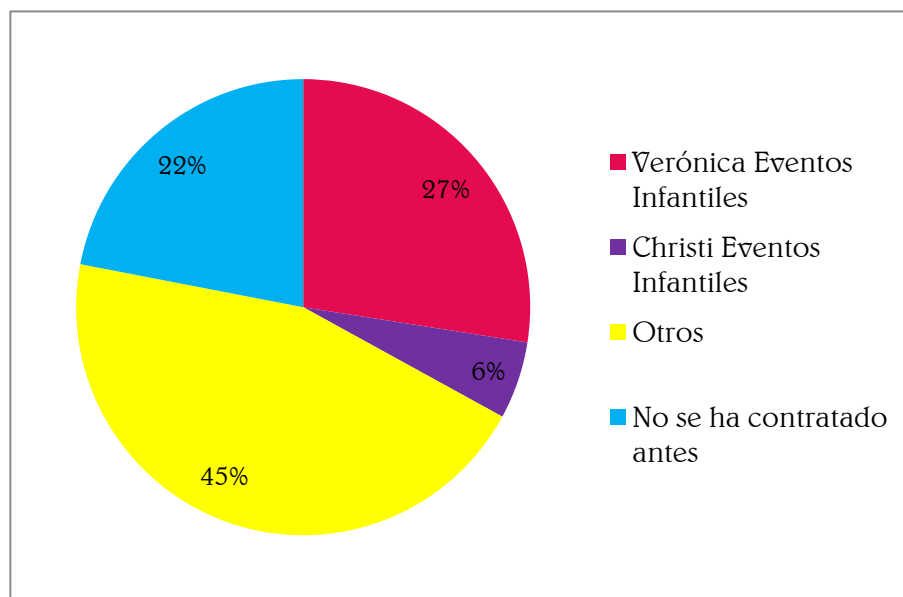


Figura 11. Empresas de la competencia.  
 Elaboración propia, 2015.

Respecto al conocimiento de la competencia, existe un 45% de la muestra que ya ha contratado alguna vez servicios de decoración y/o catering para eventos infantiles con diferentes empresas pequeñas locales y un 27% de la muestra que contrató el servicio de Verónica Eventos Infantiles, siendo la principal empresa de la competencia.

Tabla 15  
*Nivel de satisfacción*

Nivel de satisfacción	n°	%
Insatisfecho	21	13.2
Satisfecho	64	39.6
Totalmente satisfecho	41	25.3
No se ha contratado antes	36	22.0
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>100</b>

Elaboración propia, 2015.

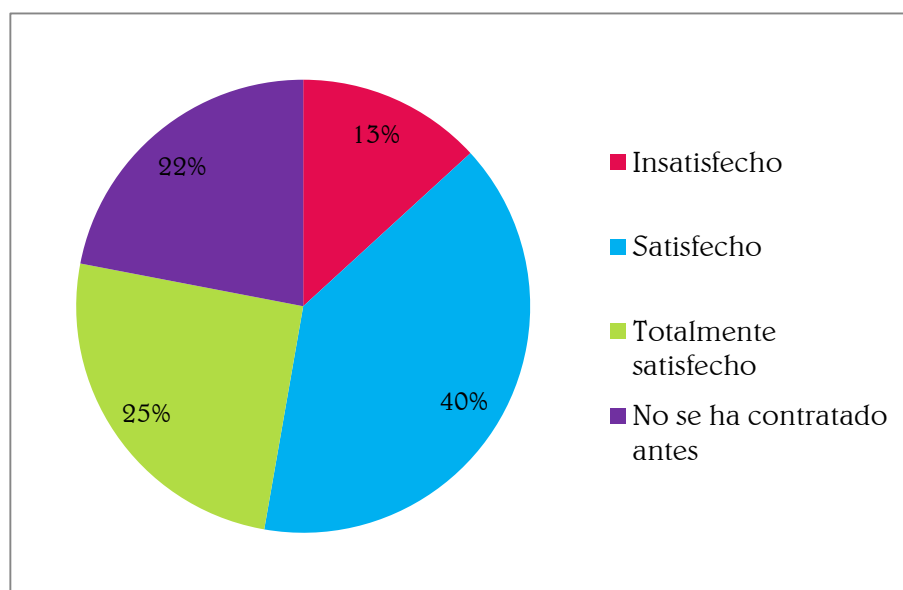


Figura 12. Nivel de satisfacción.  
Elaboración propia, 2015.

A continuación se verificó el grado de satisfacción respecto a la experiencia previa recibida. Resultando que 40% de la muestra con experiencia previa en empresas de decoración y/o catering para eventos infantiles, se sintió satisfecho con la misma; seguido de un 25% que se sintió totalmente satisfecho; un 22% que no ha contratado antes ninguna empresa de este rubro y un 13% que se sintió insatisfecho con el servicio recibido de esta empresa.

Tabla 16  
*Número de invitados*

Rango de invitados	n°	%
10-19 invitados	20	12.1
20-29 invitados	46	28.6
30-39 invitados	28	17.6
40-49 invitados	18	11.0
50 a más invitados	50	30.8
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>100</b>

Elaboración propia, 2015.

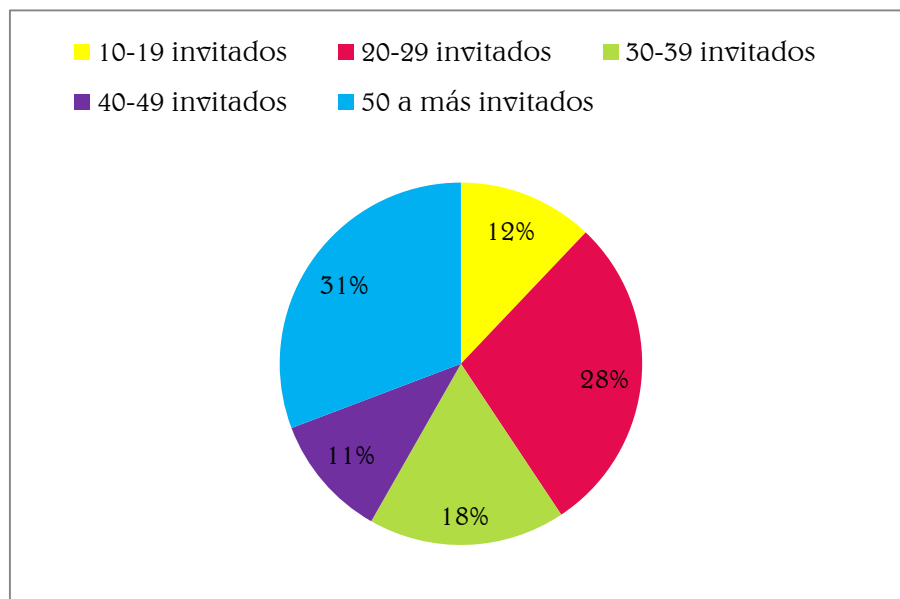


Figura 13. Número de invitados.  
Elaboración propia, 2015.

Respecto a las características de la fiesta de cumpleaños de los niños, se preguntó sobre el número de invitados, obteniendo como resultado, que el 31% de la muestra cuenta con 30 a 39 invitados en las fiestas de cumpleaños de sus niños, seguido del 28% que cuenta con 20 a 29 invitados, el 18% de 30 a 39 invitados, el 12% de 10 a 19 invitados y un 11% de 40 a 49 invitados.

Tabla 17  
*Decisión de temática infantil*

Decisor	n°	%
Usted	9	5.5
Su hijo(a)	135	83.5
Su esposo(a)	18	11.0
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

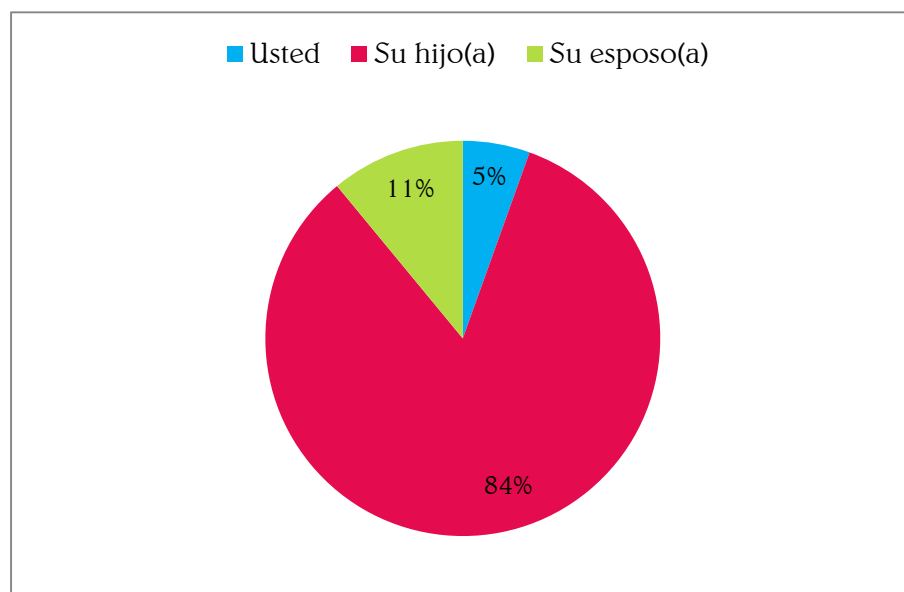


Figura 14. Decisión de temática infantil.  
Elaboración propia, 2015.

En busca de definir el canal de donde viene la influencia para definir la temática de los eventos infantiles, se llegó a la “esperada conclusión” y a aquella que corrobora la importancia de que los niños son nuestros consumidores finales cuando se trata de sus fiestas de cumpleaños. Observando que el 84% de la muestra nos indica que el niño o niña, es decir, los hijos de los clientes de la empresa, son aquellos que definen la temática a ser solicitada para el evento.

Tabla 18  
*Lugar de celebración*

Lugar	n°	%
Casa	69	42.9
Local alquilado	93	57.1
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

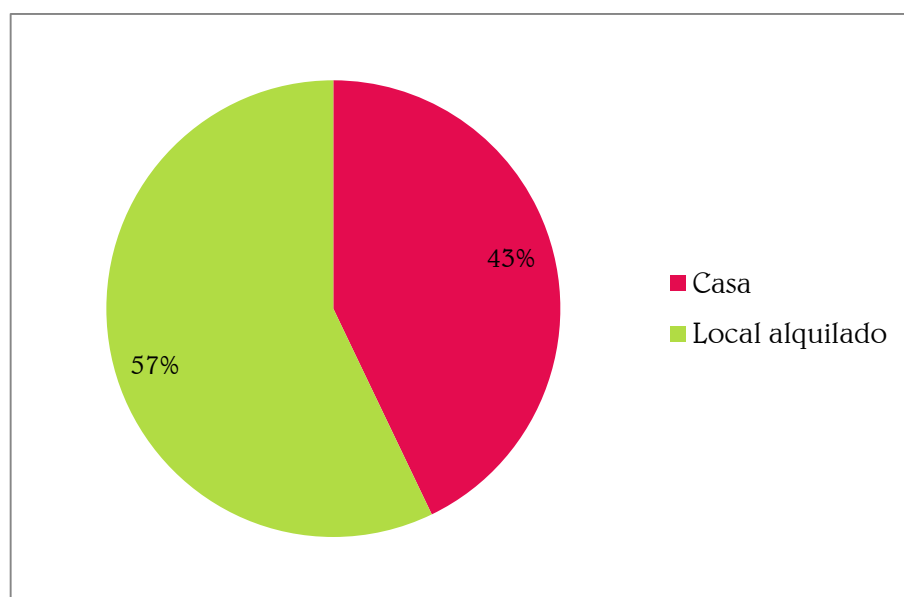


Figura 15. Lugar de celebración.  
Elaboración propia, 2015.

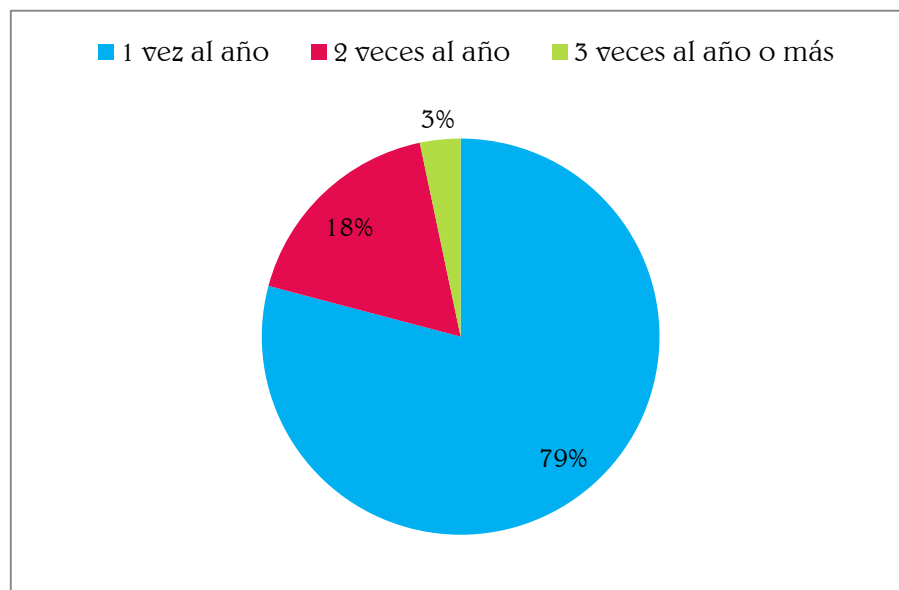
Teniendo una propuesta de servicio de decoración, a través de artículos decorativos, y de catering, a través de una variedad de bocaditos; sin tener intenciones de incluir un local donde montar todo esto, se creyó conveniente preguntar por la locación preferida para celebrar la fiesta de cumpleaños, donde la empresa se dirigiría a disponer todos los implementos decorativos y de alimentación. Teniendo como resultado que 57% de la muestra prefiere realizarlo en un local alquilado y el 43% restante en casa.

Tabla 19

*Frecuencia de contratación de servicio de eventos infantiles*

Frecuencia	n°	%
1 vez al año	128	79.1
2 veces al año	28	17.6
3 veces al año o más	5	3.3
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.



*Figura 16.* Frecuencia de contratación de servicio de eventos infantiles.  
Elaboración propia, 2015.

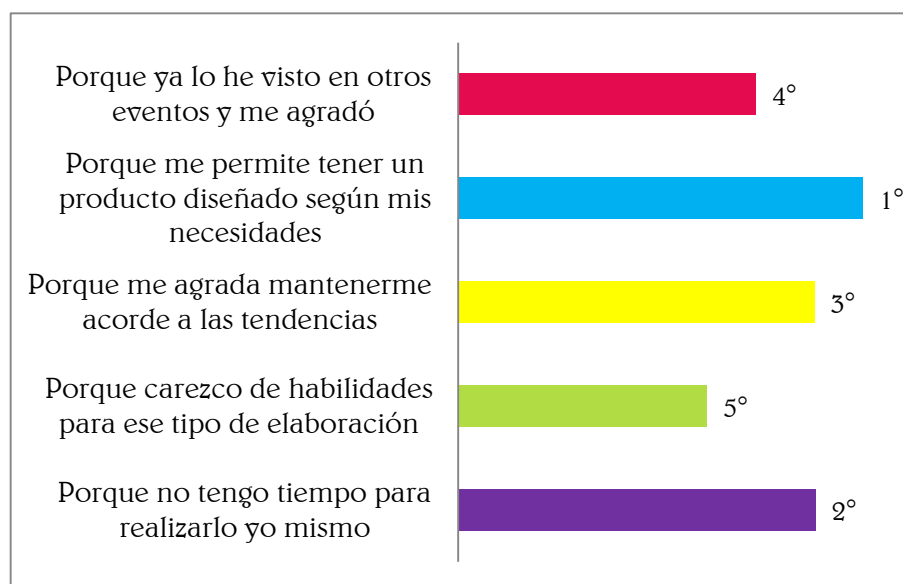
Respecto a la frecuencia de contratación de los servicios de eventos infantiles, se determinó que el 79% de la muestra, contrataría el servicio 1 vez al año, seguido de un 18% que contrataría el servicio 2 veces al año y un 3% que lo haría 3 veces al año o más. Se puede deducir aquí, que la frecuencia es proporcionalmente determinada según el promedio de niños de 0 a 10 años que tengan los padres de familia.

Tabla 20

*Motivaciones para solicitar un servicio de decoración infantil*

Motivo	n°	%
Porque no tengo tiempo para realizarlo yo mismo	2°	21.5
Porque carezco de habilidades para ese tipo de elaboración	5°	14.9
Porque me agrada mantenerme acorde a las tendencias	3°	21.4
Porque me permite tener un producto diseñado según mis necesidades	1°	24.3
Porque ya lo he visto en otros eventos y me agradó	4°	17.9
Total	-	100

Elaboración propia, 2015.



*Figura 17.* Motivaciones para solicitar un servicio de decoración infantil.  
Elaboración propia, 2015.

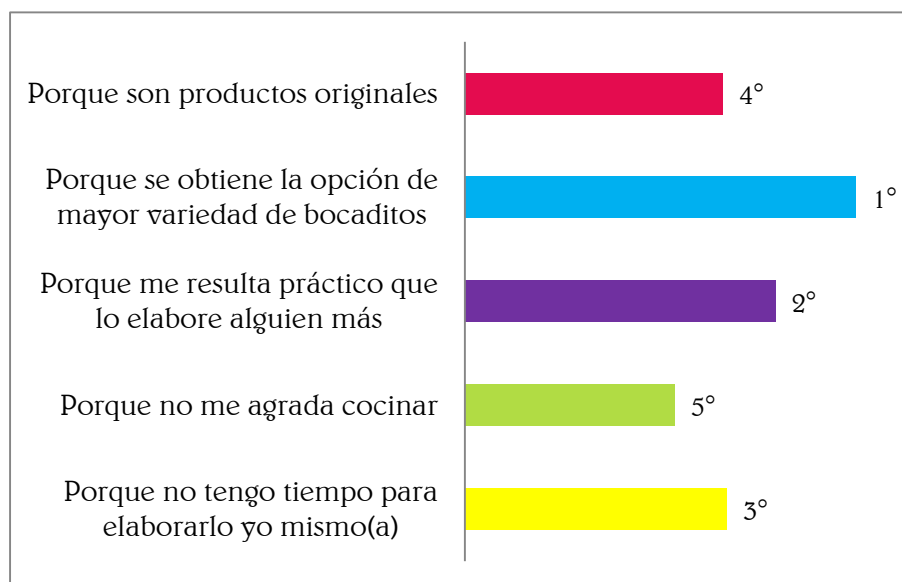


Se realizaron algunas preguntas con puntuación por escala del 1 al 5 (siendo 1 el de mayor valor), para determinar posiciones según los puntajes otorgados a cada alternativa, como es el caso de esta pregunta, donde se buscó determinar las razones por las que se contrataría un servicio de decoración con piezas decorativas personalizadas. Obteniendo como resultado que las dos principales razones serían: “porque me permite tener un producto diseñado según mis necesidades” y “porque no tengo tiempo para realizarlo yo mismo”; es decir que los potenciales consumidores del proyecto se enfocan solicitar el servicio porque buscan un diseño del producto a su medida y porque les resulta una forma de ahorrar de tiempo.

Tabla 21  
*Motivaciones para solicitar un servicio de catering infantil*

Motivo	n°	%
Porque no tengo tiempo para elaborarlo yo mismo(a)	3°	18.3
Porque no me agrada cocinar	5°	14.7
Porque me resulta práctico que lo elabore alguien más	2°	21.7
Porque se obtiene la opción de mayor variedad de bocaditos	1°	27.3
Porque son productos originales	4°	18.0
Total	-	100

Elaboración propia, 2015.



*Figura 18.* Motivaciones para solicitar un servicio de catering infantil. Elaboración propia, 2015.

Del mismo modo que la pregunta anterior, se buscó determinar las razones por las que se contrataría el servicio, esta vez, de catering para eventos infantiles. Para lo que se obtuvo que las dos principales razones para los padres de familia son: la variedad de opciones de bocaditos con las que contarían y la practicidad que lo elabore otra persona que no sea ellos mismos.

Tabla 22  
*Productos de decoración infantil*

Servicios de decoración	n°	%
Fondo decorativo de pared	1°	23.7
Artículos decorativos para mesa	3°	20.3
Artículos decorativos para salón	2°	21.8
Cajas de sorpresa	4°	12.3
Invitaciones	5°	12.1
Piñata	6°	9.8
<b>Total</b>	-	<b>100</b>

Elaboración propia, 2015.

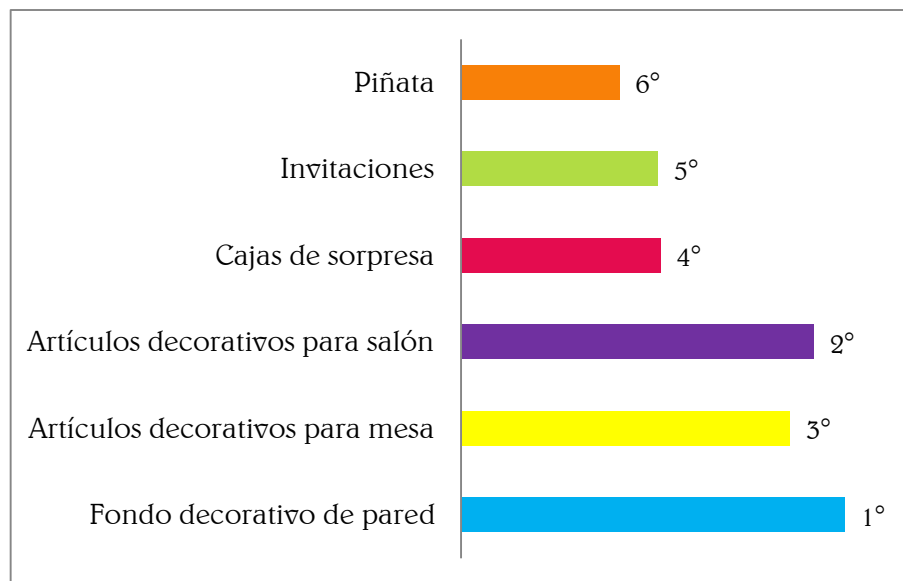


Figura 19. Productos de decoración infantil.  
Elaboración propia, 2015.

Para poder determinar la preferencia de los futuros consumidores, se dividieron los servicios tanto de decoración como de catering en líneas de productos diferentes. Es así que en

este ítem se buscó identificar el grado de preferencia respecto a las líneas de productos propuestas para el servicio de decoración del presente proyecto. Cabe resaltar que en esta pregunta nuevamente se evaluó en una escala del 1 al 5 (siendo 1 el de mayor valor).

Resultó que según el orden de prioridad para los encuestados, respecto a la decoración prefieren los siguientes servicios:

1. Fondo decorativo de pared.
2. Artículos decorativos para salón.
3. Artículos decorativos para mesa.
4. Cajas de sorpresa.
5. Invitaciones.
6. Piñata.

Tabla 23  
*Productos de catering infantil*

Productos	n°	%
Bocaditos salados	4°	20.1
Bocaditos dulces	3°	20.4
Golosinas artesanales	5°	13.9
Cupcakes	2°	21.1
Torta	1°	24.5
Total	-	100

Elaboración propia, 2015.

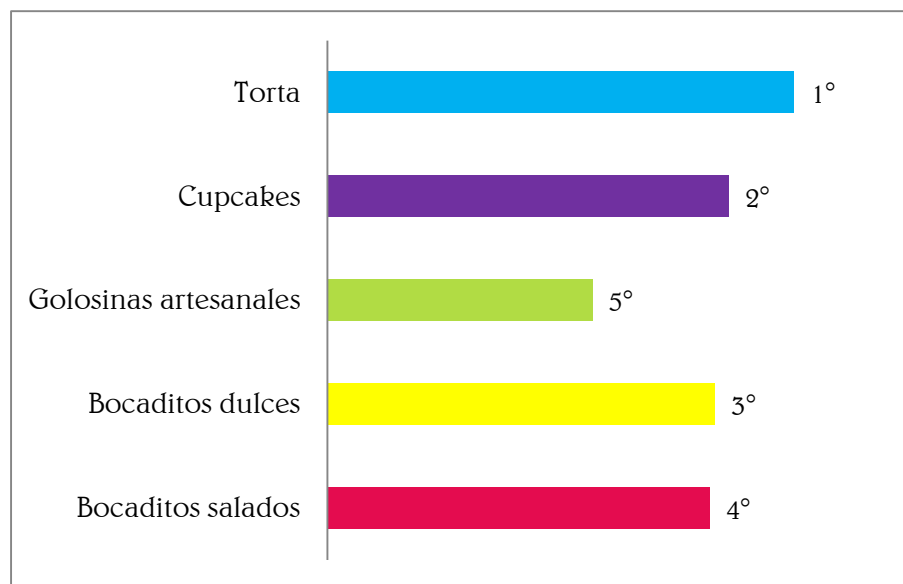


Figura 20. Productos de catering infantil.  
Elaboración propia, 2015.

Al igual que el servicio de decoración, el servicio de catering se dividió en líneas de productos diferentes. Para indicar la preferencia se utilizó la escala del 1 al 5, igual que la pregunta anterior. Obteniendo como resultado en orden de preferencia, lo siguiente: 1.Torta, 2.Cupcakes, 3.Bocaditos dulces, 4.Bocaditos salados, 5. Golosinas artesanales.

Tabla 24  
*Capacidad de pago por el servicio de decoración infantil*

Rango de precios	n°	%
S/.250-S/.299	30	18.7
S/.300-S/.349	23	14.3
S/.350-S/.399	39	24.2
S/.400-S/.449	37	23.1
S/.450-S/.499	32	19.8
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

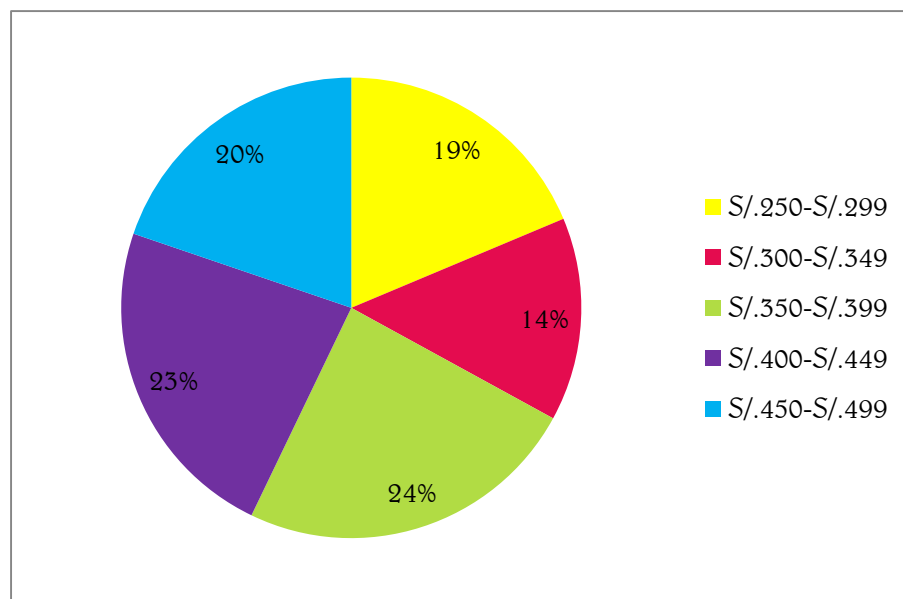


Figura 21. Capacidad de pago por el servicio de decoración infantil.  
 Elaboración propia, 2015.

Respecto a la capacidad de pago de los padres, se establecieron rangos de precios para un servicio completo de decoración, acotando en el cuestionario que los precios eran referenciales a un evento de 20 invitados. Se obtuvo que el 24% de la muestra estuviera dispuesta a pagar de s/.350 a s/.399, seguido de un 23% que estaría dispuesto a pagar de s/.400 a s/.449.

Tabla 25  
*Capacidad de pago por el servicio de catering infantil*

Rango de precios	n°	%
S/.300-S/.349	36	22.0
S/.350-S/.399	43	26.4
S/.400-S/.449	34	20.9
S/.450-S/.499	27	16.5
S/.500-S/.549	23	14.3
Total	162	100

Elaboración propia, 2015.

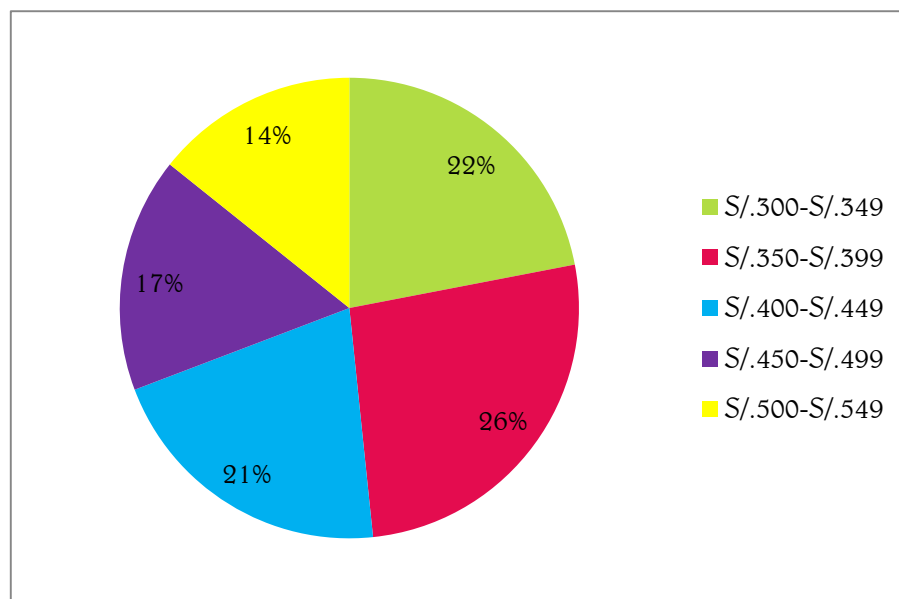


Figura 22. Capacidad de pago por el servicio de catering infantil.  
 Elaboración propia, 2015.

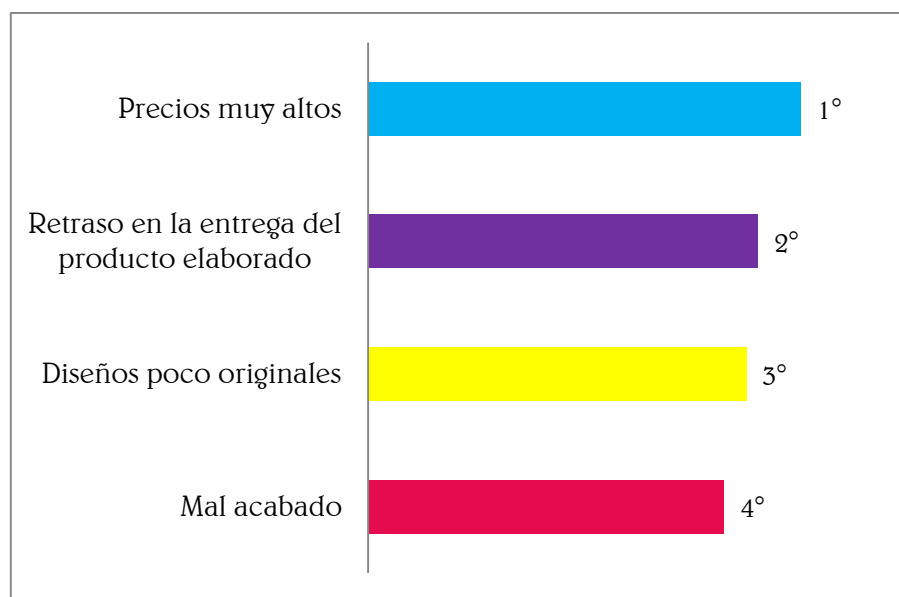
Respecto al servicio completo de catering, también se estipularon rangos de precios referenciales para un evento de 20 invitados. Se observó una tendencia similar a la pregunta anterior; aquí, el 26% estaría dispuesto a pagar de s/.350 a s/.399; seguido de un 22% que estaría dispuesto a pagar entre s/.300 y s/.349, y un 21% dispuesto a pagar de s/.400 a s/.449.

Tabla 26

*Deficiencias del servicio de decoración infantil*

Deficiencias	n°	%
Mal acabado	4°	22.9
Diseños poco originales	3°	24.3
Retraso en la entrega del producto elaborado	2°	25.1
Precios muy altos	1°	27.8
Total	-	100

Elaboración propia, 2015.



*Figura 23.* Deficiencias del servicio de decoración infantil.

Elaboración propia, 2015.

Se consideró importante, identificar las deficiencias que la muestra percibe respecto al servicio de decoración y las piezas decorativas, elaboradas con detalles personalizados, que es la propuesta del proyecto. Para lo que se percibió que la principal deficiencia de este tipo de producto es el precio muy alto del mismo; seguido del factor de retraso en la entrega del producto.



Tabla 27  
*Deficiencias del servicio de catering infantil*

Deficiencias	n°	%
Mala presentación	3°	25.2
Diseños poco originales	2°	26.7
Poca variedad de productos	1°	27.1
Mal atención	4°	21.0
Total	-	100

Elaboración propia, 2015.

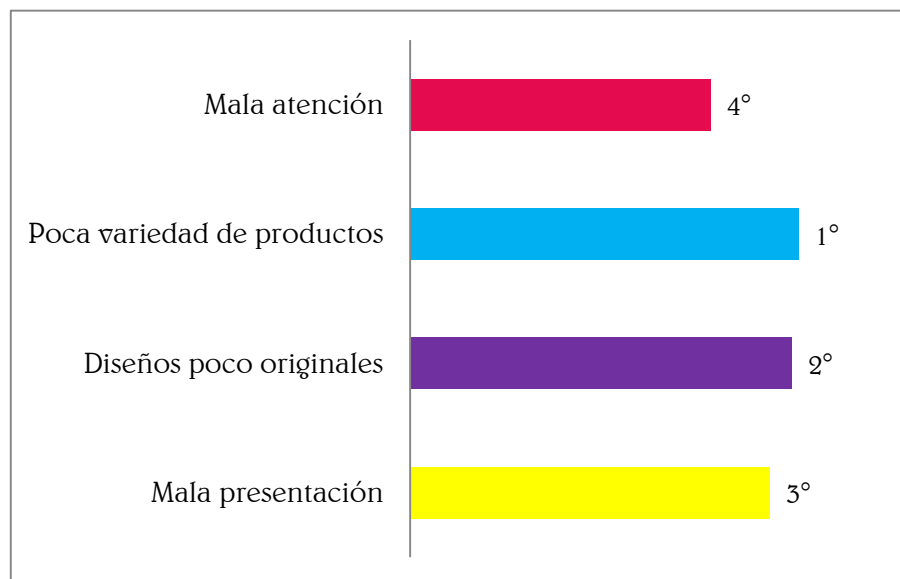


Figura 24. Deficiencias del servicio de catering infantil.  
Elaboración propia, 2015.

Se quiso además, identificar las deficiencias percibidas por la muestra, respecto al servicio de catering, para lo que se concluyó que la principal deficiencia es la poca variedad de productos; seguido de los diseños poco originales en los bocaditos.

Tabla 28  
*Factores de influencia en la contratación del servicio de decoración y/o catering*

Factores	n°	%
Responsabilidad	2°	24.8
Prestigio/referencias	5°	13.9
Calidad en el servicio	1°	25.7
Precio	4°	16.5
Limpieza	3°	19.0
Total	-	100

Elaboración propia, 2015.

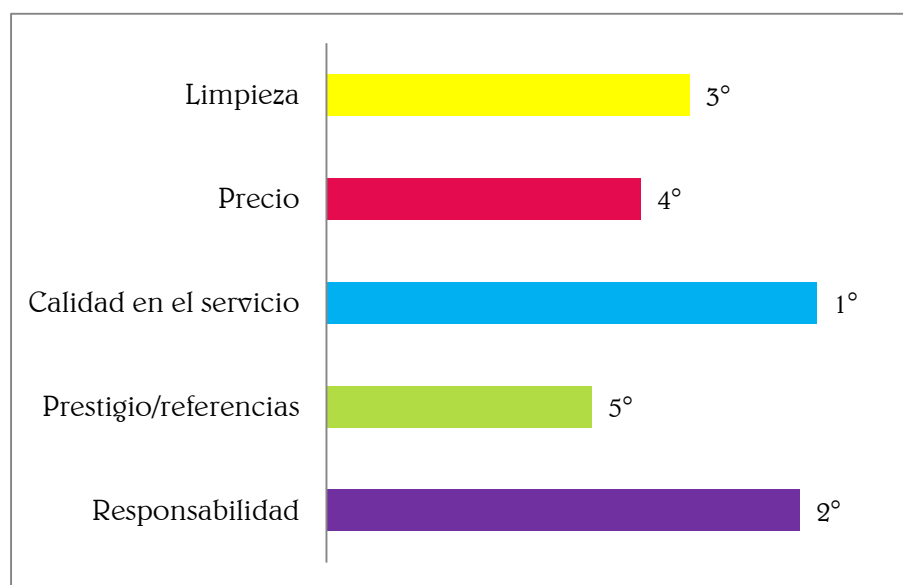


Figura 25. Factores de influencia en la contratación del servicio de decoración y/o catering.

Elaboración propia, 2015.

Se analizaron, ya casi al final, los principales factores que determinan la preferencia de la muestra al momento de contratar una empresa de decoración y/o catering, para lo que resultaron los siguientes, los tres primeros: la calidad en el servicio, la responsabilidad y la limpieza.

Tabla 29  
*Meses de cumpleaños*

Mes	n°	%
Enero	13	8.02
Febrero	12	7.41
Marzo	11	6.79
Abril	20	12.35
Mayo	15	9.26
Junio	14	8.64
Julio	10	6.17
Agosto	22	13.58
Setiembre	11	6.79
Octubre	12	7.41
Noviembre	11	6.79
Diciembre	11	6.79
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>100</b>

Elaboración propia, 2015.

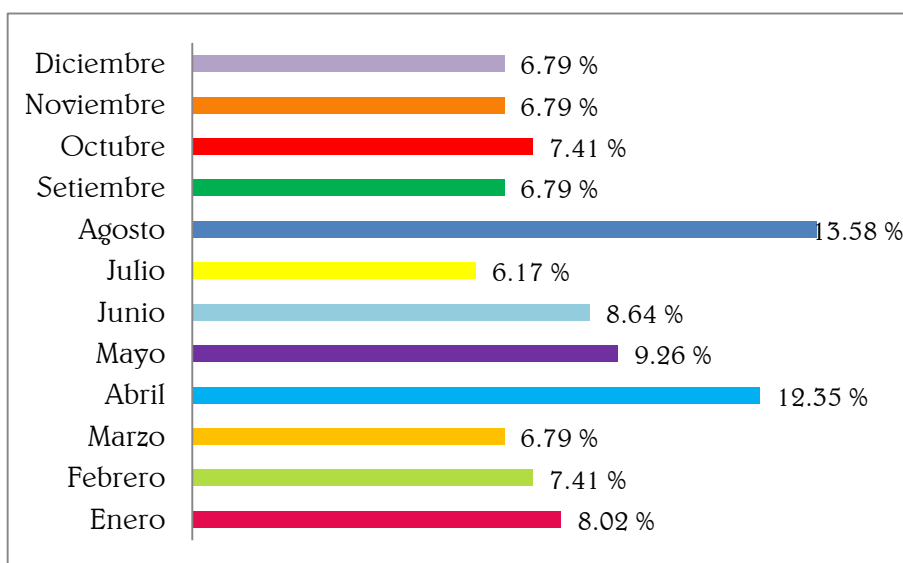


Figura 26. Meses de cumpleaños.  
Elaboración propia, 2015.

Finalmente, se preguntó por los meses en que cumplían años los hijos de los padres encuestados, para dirigir las proyecciones de ventas del proyecto de acuerdo a los cumpleaños de los menores, que serían los consumidores finales. Se determinó entonces que los meses de Agosto y Abril, serían los de mayor demanda.

#### 4.1.2. Definición del Servicio.

La empresa de artículos decorativos y catering temático, se presentará al mercado como una propuesta innovadora, donde deja de lado los clásicos ítems decorativos fabricados masivamente, y apuesta por artículos personalizados semi-artesanales, fabricados a la medida; para lo que presentará al público con el logo siguiente.



*Figura 27.* Logo de empresa.  
Elaboración propia, 2016.

El presente proyecto de inversión expone una propuesta de servicio de decoración y catering para eventos infantiles, donde cada rubro incluye líneas de productos que permitirán el montaje de la fiesta de cumpleaños de los niños, para lo que el cliente podrá elegir la temática de su preferencia para elaborar todos los productos entorno a ello. El paquete o servicio completo incluye:

1. Decoración/ Artículos decorativos personalizados:

a) Fondo decorativo de pared.

- 4 Pompones de seda.
- 8 Medallones de papel.
- 1 Banderín "Feliz Cumple".

b) Artículos decorativos para mesa.

- 4 Toppers para bocaditos.
- 3 Cartelitos para bocaditos.
- Cajas Pop Corn.
- Cajas para Torta.
- Bolsitas Snack Pack.
- 1 Letra de madera con inicial del nombre del cumpleañero.

c) Artículos decorativos para salón.

- 1 Nube de globos.
- 1 Banderín "Bienvenidos".
- 1 Banderín "Happy Birthday".

d) Cajas de sorpresa.

- Cajas de sorpresa temática.

e) Invitaciones.

- Invitaciones 3D "Happy Box".

f) Piñata.

- Piñata temática.

2. Catering temático:

a) Bocaditos salados.

- Mini triples de jamón y queso.
- Petits de pollo.
- Empanaditas de carne.

b) Bocaditos dulces.

- Mini brownies.
- Alfajorcitos de maizena.
- Galletas temáticas.

c) Golosinas artesanales y/o decoradas.

- Popcakes.
- Paletas de caramelo.
- Marshmallow pops.
- Tubitos de lentejitas.
- Monedas de chocolate c/temática.

d) Cupcakes

- Cupcakes c/topping temático.

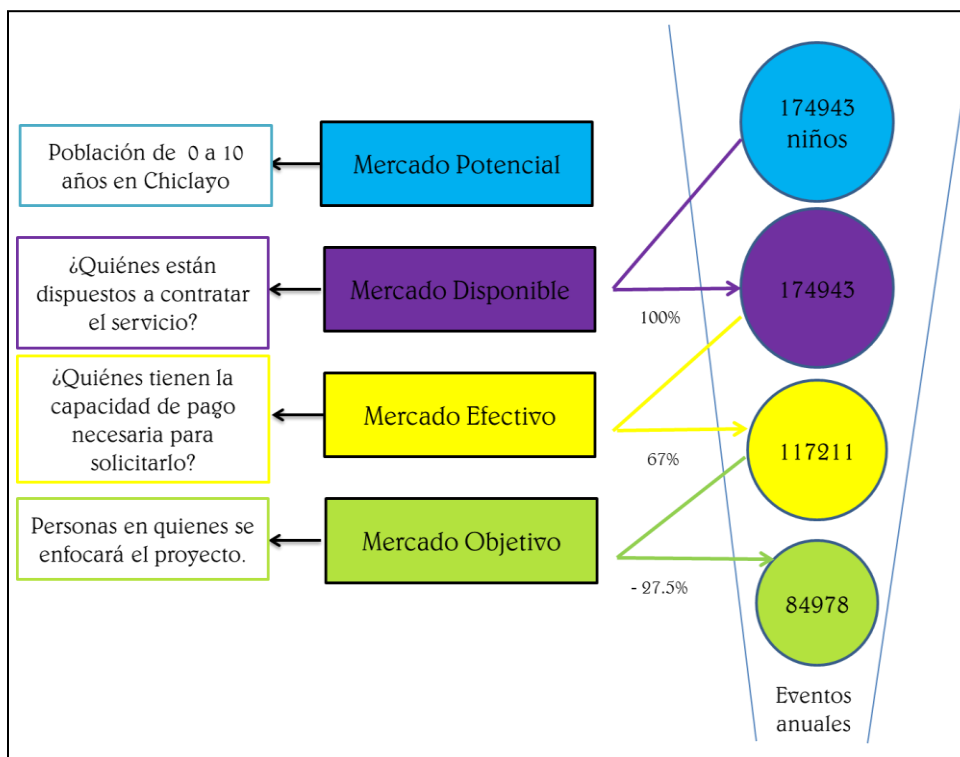
e) Torta

- 1 Torta temática c/vela mágica.

#### **4.1.3. Tipos de Mercado.**

Para poder determinar las proyecciones de venta del servicio a ofrecer, se deben identificar los tipos de mercado que existen, para determinar finalmente el número de demandantes del mercado objetivo, que es hacia donde se enfocará el proyecto.

Con fines de hallar el mercado objetivo del proyecto, es que se utilizan las estadísticas respecto al número de niños de 0 a 10 años que existen en la provincia de Chiclayo, de modo tal que el resultado de niños en el mercado objetivo -hallado al final- corresponda al número de fiestas de cumpleaños anuales, ya que cada niño supone una fiesta infantil por año.



*Figura 28.* Tipos de mercado.  
Elaboración propia, 2015.

#### 4.1.3.1. Mercado Potencial.

Corresponde al número de niños de 0 a 10 años de la provincia de Chiclayo, dato adquirido del INEI (2014), de las estadísticas de poblaciones estimadas según distrito y según edad. Esta cifra significa un total de 174 943 niños.

#### 4.1.3.2. Mercado Disponible.

Corresponde a un porcentaje del mercado potencial, que sean aquellos que estén dispuestas a solicitar el servicio de decoración y catering, que según la encuesta corresponde al 100% de padres de familia dispuestos, de modo tal que se mantiene la cifra de 174 943 niños por atender.



#### **4.1.3.3. Mercado Efectivo.**

Corresponde a un porcentaje del mercado dispuesto a solicitar el servicio propuesto, y además es un mercado con capacidad de pago para adquirirlo. Según la encuesta el 67% de los padres de familia tiene capacidad de pago para solicitar el servicio, lo que indica que existen 117 211.81 niños a atender en el mercado efectivo del proyecto.

Se debe mencionar que para determinar el porcentaje de 67% de encuestados con capacidad de pago, se tomaron como referencia las respuestas de la pregunta de capacidad de pago del servicio de decoración en el cuestionario, donde se hayan elegido los rangos de precio mínimo de S/.350.00 a S/.399.00, y los rangos superiores a este, Teniendo en cuenta que, estos precio son referenciales, como para un evento de 20 invitados.

#### **4.1.3.4. Mercado Objetivo.**

Corresponde a un porcentaje del mercado efectivo que aún no tiene una opción preferente clara de la competencia del servicio de decoración y catering, por lo que significa que es el mercado que solicitaría nuestra propuesta, además de ser personas dispuestas y capaces de pagar el servicio. Para determinar el número de eventos a atender, se despeja el 27,5% del mercado efectivo, ya que este porcentaje corresponde a padres de familia que ya cuentan con la opción preferente de “Verónica Eventos Infantiles” para los cumpleaños de sus niños, según lo determinado en la

encuesta. De este modo el mercado efectivo corresponde finalmente a un total de 84 978.562 niños a atender en un año, es decir que está abierta la posibilidad de cubrir la cantidad de 84 978.562 eventos anuales.

#### 4.1.4. Proyección de la Demanda.

##### 4.1.4.1. Proyección con Tasa de Crecimiento.

La proyección de la demanda ha sido hallada en base a la tasa de crecimiento de la población de niños de 0 a 10 años de la ciudad de Chiclayo, determinada como se presenta a continuación, empleando los datos oficiales del MINSA (2014).

Tabla 30  
*Población de 0-10 años en provincia de Chiclayo*

Año	Población de 0-10 años
2011	158493
2012	160061
2013	161567
2014	174943

Elaboración propia, 2015.

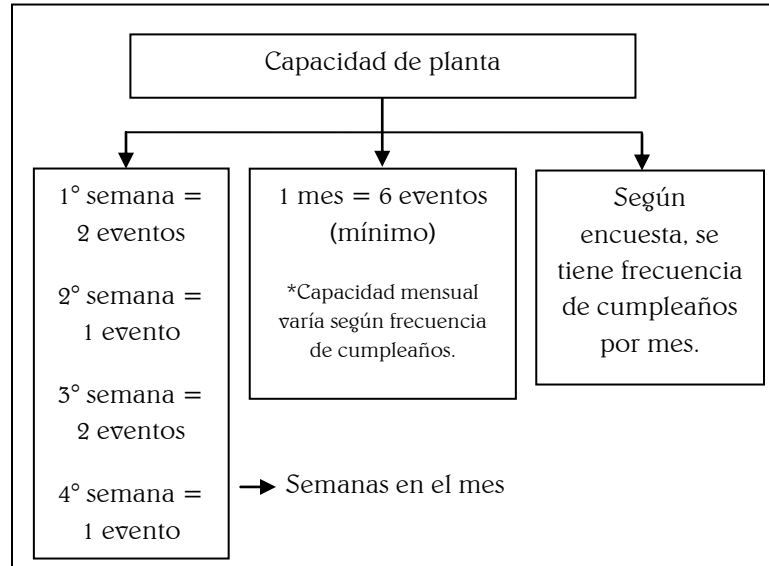
De este modo, empleando la fórmula de tasa de crecimiento poblacional, se halló la misma, igual a 0.033%.

$$\text{Tasa de crecimiento} = \left( \frac{\text{Presente}}{\text{Pasado}} \right)^{1/n} - 1$$

$$\text{Tasa de crecimiento} = \left( \frac{174943}{158493} \right)^{1/3} - 1$$

$$\text{Tasa de crecimiento} = 0.033\%$$

Una vez hallada la tasa de crecimiento, se prosigue a hallar la capacidad anual del establecimiento, de acuerdo al número mínimo de eventos que la empresa podría organizar en un año, como se presenta a continuación:



*Figura 29.* Capacidad de planta.  
Elaboración propia, 2015.

Se consideró entonces, un mínimo de 6 eventos por mes, pero teniendo en cuenta la alta demanda de

cumpleaños en los meses de Enero, Abril, Mayo, Junio y Agosto, se asignó 8 eventos en cada uno de ellos y en los meses de demanda intermedia, de Febrero, Marzo, Octubre y Diciembre, se asignó 7 eventos, como se explica en la tabla siguiente.

Tabla 31  
*Capacidad de planta mensual y anual*

Mes	%	Nº eventos
Enero	8.02	8
Febrero	7.41	7
Marzo	6.79	7
Abril	12.35	8
Mayo	9.26	8
Junio	8.64	8
Julio	6.17	6
Agosto	13.58	8
Setiembre	6.79	6
Octubre	7.41	7
Noviembre	6.79	6
Diciembre	6.79	7
Total	100	86

Elaboración propia, 2015.

De este modo, se determinó la capacidad de planta anual con un total de 86 eventos, a lo que se aplica la tasa de crecimiento de 0.033% para los siguientes 5 años, de tal modo que se obtenga la proyección por año del proyecto, en relación al número de eventos, como se explica en la siguiente tabla.

Tabla 32  
*Proyecciones con tasa de crecimiento*

Año	Fórmula	Proyección
2016	$86*(1+0.033)^0$	86
2017	$86*(1+0.033)^1$	89
2018	$86*(1+0.033)^2$	92
2019	$86*(1+0.033)^3$	95
2020	$86*(1+0.033)^4$	98
2021	$86*(1+0.033)^5$	101

Elaboración propia, 2015.

#### 4.1.5. Determinación de la Demanda.

Tabla 33  
*Demanda en años proyectados*

		Demanda en años proyectados según cantidad de invitados por evento				
		2017	2018	2019	2020	2021
		89	92	95	98	101
U	%					
Servicio Completo						
20 invitados	12.08	11	11	11	12	12
30 invitados	28.6	25	26	27	28	29
40 invitados	17.58	16	16	17	17	18
50 invitados	10.98	10	11	11	12	11
60 invitados	30.76	27	28	29	29	31

Elaboración propia, 2015.

Una vez hallada la demanda de eventos por año, se desglosó cada proyección anual en el número de eventos según el servicio solicitado, para 20, 30, 40, 50 y 60 invitados, para lo que se emplearon los porcentajes de preferencia obtenidos en la encuesta realizada, Por ejemplo en el primer año (2017) se

realizarán 11 eventos para 20 invitados, 25 eventos para 30 invitados, 16 eventos para 40 invitados y así sucesivamente como se observa en la tabla mostrada previamente.

Se debe mencionar que en base a estos datos de la demanda, se realizó la estructura de costos, que se verá más adelante, proyectada de igual manera, para los siguientes 5 años, del 2017 al 2021.

#### **4.2. Estudio Técnico.**

Dentro del estudio técnico se analizaron los elementos a emplear para la ingeniería del proyecto, incluyendo factores de tamaño de todos los espacios necesarios para la empresa de decoración y catering para eventos infantiles; así como, la localización de los espacios para la puesta en marcha del proyecto.

##### **4.2.1. Ingeniería del Proyecto.**

Se empezó por tener en cuenta la distribución y funcionalidad de los espacios o instalaciones a emplear para cumplir con las funciones de atención al cliente, almacenamiento y producción. Para ello la instalación elegida, se distribuyó en una oficina de atención, un almacén y un área de producción tanto para los artículos decorativos como para el catering.

Para la distribución de áreas, se dispone de un espacio total de 80m<sup>2</sup>, para lo que se propone a continuación, las medidas por áreas dentro de toda la instalación.

Tabla 34  
*Distribución de áreas*

n°	Áreas	m <sup>2</sup>
1	Oficina de atención	16
2	Almacén	24
3	Área de producción	40
Total		80

Elaboración propia, 2015.

La instalación prevista para el proyecto, permite contar con todas las áreas de la empresa en un solo espacio, sin tener que separar las áreas en puntos diferentes de la ciudad, como se suele hacer en varias empresas de catering, donde se separa la oficina de atención del almacén y áreas productivas.

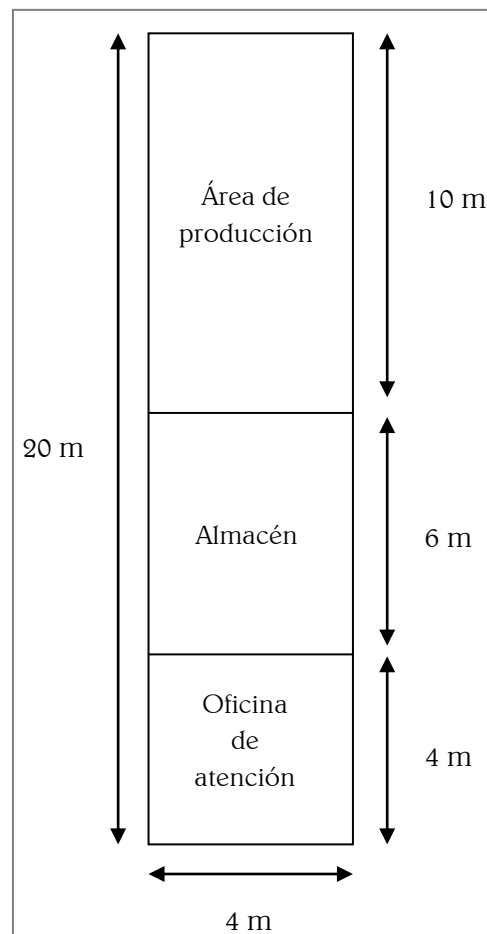
Por otro lado, la distribución se realizó pensando en las actividades y necesidades de cada área, de tal manera que se emplee eficientemente cada espacio, y se adecúen de manera óptima los elementos y recursos necesarios para los procesos de cada sector.

#### **4.2.2. Tamaño de la Planta.**

Para la instalación de esta empresa de decoración y catering para eventos infantiles, se dispone de un espacio de 80 m<sup>2</sup>, que se encuentra localizado en la calle Lora y Cordero N°957, en el Centro de Chiclayo.

El tamaño y capacidad de producción de esta planta responde a la demanda insatisfecha del rubro de eventos infantiles, hallada en el estudio de mercado. Cabe resaltar, que a diferencia de otros proyectos, la capacidad de éste, no se relaciona directamente con la dimensión de las instalaciones, ya que los eventos no se desarrollan dentro del local de la empresa, sino que se adecúan al espacio externo deseado por los clientes,

La distribución del local- que será alquilado- en sus tres áreas se dispondrá como se indica en la figura a continuación:



*Figura 30.* Instalación distribuida en áreas.  
Elaboración propia, 2015.



### 4.2.3. Localización.

Es importante determinar la localización de las instalaciones de la empresa, para lo que se utilizó el método de puntuación de factores para la localización según David de la Fuente (2006), con el propósito de definir la mejor localización, de acuerdo a criterios y ponderaciones, según el impacto positivo que tengan cada uno de ellos sobre la futura empresa.

Tabla 35  
*Localización de instalaciones*

n°	Factores de evaluación	Peso ponderado	Lora y Cordero		Juan Cuglievan	
			Evaluación	Puntaje	Evaluación	Puntaje
1	Disponibilidad de materia prima	15	15	225	15	225
2	Cercanía al mercado objetivo	20	16	320	14	280
3	Disponibilidad de terreno y edificaciones	14	14	196	12	168
4	Disponibilidad de personal	15	13	195	13	195
5	Acceso al local	16				
	a. Propio b. Alquiler	11 5	5	25	4	20
6	Disponibilidad de transporte y fácil acceso	10	9	90	7	70
7	Seguridad	10	9	90	9	90
Total		100		1141		1048

De la Fuente, 2006.

Según la puntuación otorgada a cada local, se observa que el espacio ubicado en Lora y Cordero fue el de mayor puntaje, contando por tanto con mayores ventajas en los factores de

evaluación, por lo que se decidió la elección de éste. Se debe mencionar además que el espacio rectangular del local de Lora y Cordero permite una mejor distribución de las áreas de la empresa.

### **4.3. Estudio Legal.**

En el estudio legal se describieron los procedimientos legales a realizar para la constitución de la empresa, además se indicaron los costos de cada uno de ellos. De este modo, se determinó que es necesario realizar los siguientes trámites legales:

#### **4.3.1. Verificación y Reserva del Nombre de la Empresa (SUNARP).**

El primer paso para la constitución de la empresa es verificar en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, la posible existencia de un nombre o razón social igual o similar al que se pretende para la empresa; búsqueda que tiene un costo de S/4.00. Una vez realizada la búsqueda del nombre y verificada la inexistencia de una razón social similar, se procede a la reserva del nombre de la empresa, beneficio que se mantiene vigente por 30 días.

Es importante mencionar que cada hoja de información provista en SUNARP con el nombre de empresas con razón social similar tiene un costo de S/6.00, que sirve para poder tener una referencia de ellas y definir entonces un nombre completamente distinto para la nueva empresa. Para el presente proyecto se decidió denominar a la empresa “Crea” Eventos Infantiles.

#### 4.3.2. Preparación de la Minuta de Constitución de la Empresa (Notaría).

La minuta es el documento privado, elaborado y firmado por un abogado, que contiene el acto o contrato (constitución de la empresa) que debe presentarse ante un notario para su posterior elevación a escritura pública. Para la constitución de una micro o pequeña empresa, la utilización de la minuta es opcional, ya que se puede acudir directamente ante un notario y hacerlo a través de una declaración de voluntad. La elaboración de la minuta en la "Notaria Macedo" tiene un costo de S/.200.00. La minuta deberá incluir los siguientes datos:

- a) Los datos generales del miembro o miembros: nombres y apellidos, edad y número de DNI.
- b) El giro de la empresa.
- c) El tipo de empresa: puede ser una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), una Sociedad Anónima (SA), o una Sociedad Anónima Cerrada (SAC). Para el presente proyecto se decidió optar por una E.I.R.L., dando el nombre final de la empresa: Crea – Eventos Infantiles E.I.R.L.
- d) El tiempo de duración de la empresa: Si va a funcionar por un plazo fijo o indeterminado.
- e) Inicio de sus actividades comerciales.
- f) Domicilio comercial.
- g) Denominación o razón social de la empresa.
- h) Domicilio comercial de las agencias o sucursales, si es que las hubieran.
- i) Representante de la empresa.

- j) Los aportes de cada miembro. Los cuales pueden ser: Bienes dinerarios (dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagarés, letras de cambios, etc.) y/o bienes no dinerarios (inmuebles o muebles tales como escritorios, sillas, etc.)
- k) Otros acuerdos que establezcan los miembros de la empresa.
- l) El capital social o patrimonio social de la empresa.

#### **4.3.3. Elaboración de la Escritura Pública (Notaría).**

Para este paso se debe solicitar en la misma notaría que se eleve la minuta ya elaborada a escritura pública. El precio de este proceso es S/. 220. Se debe tener en cuenta que los documentos que debemos llevar junto con la minuta son:

- a) Constancia o comprobante de depósito del capital social aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- b) Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- c) Certificado de búsqueda y reserva del nombre emitido por la SUNARP.
- d) Una vez elevada la minuta, esta debe ser firmada y sellada por el notario.

#### **4.3.4. Inscripción de la Escritura pública (SUNARP).**

Cuando ya se obtuvo la escritura pública se debe proceder a su registro en la SUNARP, para terminar de validar la constitución de la empresa, y de esta forma oficializar la existencia de la

misma como persona jurídica, que se logra a partir de este procedimiento.

#### **4.3.5. Solicitud de RUC y Elección de Régimen Tributario (SUNAT).**

Una vez realizada la inscripción de la escritura pública en la SUNARP, se continuo con la solicitud del RUC en la SUNAT, decidiendo por el régimen tributario que mejor se acomode a la empresa, en este caso el régimen general que permite emisión de facturas y boletas.

#### **4.3.6. Licencia de Funcionamiento (CGT).**

A continuación, se procedió a solicitar la licencia de funcionamiento del establecimiento en el Centro de Gestión Tributaria de Chiclayo, lo cual implica los siguientes requisitos:

- a) Presentar el formato de trámite interno (FTI) N° 4207, firmado por el solicitante o su representante legal, que tendrá carácter de declaración jurada.
- b) Copia fedateada de D.N.I., o Carné de Extranjería del solicitante, según corresponda.
- c) Ficha R.U.C.
- d) Vigencia de poder del representante legal expedido por SUNARP, con una antigüedad no mayor a 30 días calendarios, en el caso de personas jurídicas. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- e) Pago de tasa por el tipo de Licencia de Funcionamiento que se solicita.

El costo por la licencia de funcionamiento varía en sus tasas según el área con la que se cuenta, como se explica en la siguiente tabla.

Tabla 36  
*Tasas para licencia de funcionamiento*

Tipo	Categoría	% de la UIT vigente	Tasa en soles (S/.)
Definitiva	Básico (hasta 30 m <sup>2</sup> )	7.5909 %	292.25
	Medio (desde 30 m <sup>2</sup> hasta 200 m <sup>2</sup> )	12.7669 %	491.53
	Alto	De acuerdo a la zona y hasta los 200 m <sup>2</sup>	
	Zona I	35.00 %	1347.5
	Zona II	25.00 %	962.5
Cesionario	Zona III	20.00 %	770
		3.00 %	115.5

Centro de Gestión Tributaria de Chiclayo, 2015.

Para el caso de la empresa del presente proyecto, que cuenta con una instalación de 80 m<sup>2</sup>, se realiza un pago de la tasa media, que supone un importe de S/.491.53 por la licencia de funcionamiento correspondiente.

#### 4.3.7. Certificación de Seguridad (INDECI).

Una vez obtenida la licencia de funcionamiento, se procede a la obtención del certificado del INDECI, institución que realiza una inspección de las instalaciones de la empresa para asegurar que se cuenta con las condiciones de seguridad necesarias para el inicio de actividades de la misma.

A continuación se presenta la tabla de rangos de pago de la tasa para la inspección del INDECI:

Tabla 37  
*Rangos de pago para inspección de INDECI*

Rango (en m <sup>2</sup> )	% de la UIT vigente	Tasa en soles (S/.)
Hasta 30 m <sup>2</sup>	1.5 %	57.75
Desde 31 m <sup>2</sup> hasta 50 m <sup>2</sup>	2.5 %	96.25
Desde 51 m <sup>2</sup> hasta 100 m <sup>2</sup>	5.0 %	192.5
Desde 101 m <sup>2</sup> hasta 150 m <sup>2</sup>	7.0 %	269.5
Desde 151 m <sup>2</sup> hasta 200 m <sup>2</sup>	8.5 %	327.25
Desde 201 m <sup>2</sup> hasta 500 m <sup>2</sup>	10.5%	404.25

Instituto Nacional de Defensa Civil, 2015.

Para el presente proyecto entonces, se realiza el pago de S/.192.5, ya que se cuenta con un espacio de 80 m<sup>2</sup>.

#### **4.3.8. Autorización de Publicidad en Vía Pública (CGT).**

Luego de la inspección de la INDECI, se procede al pago para la autorización de publicidad externa, ya que al encontrarse en la vía pública, supone un pago a través del Centro de Gestión Tributaria de Chiclayo.

Los requisitos para esta autorización de publicidad externa son los siguientes:

- a) Derecho de trámite S/. 4.50 nuevos soles.
- b) Pago para el otorgamiento del certificado correspondiente a S/. 64.60 nuevos soles.
- c) Pago por derecho de acuerdo al tipo, ubicación y dimensión establecido según O.M. N° 03-98-MPCH.

- d) Uso conforme o Aprobación por parte de la Sub Gerencia de Control Urbano y Fiscalización.
- e) Copia simple del DNI.
- f) Copia de la Vigencia de poder del Representante Legal (En caso de ser persona jurídica).
- g) Foto y Diseño del anuncio a instalar (Fotomontaje, Medidas del anuncio instalado [Largo x Ancho= Área]).
- h) Plano de la estructura, instalaciones eléctricas, memoria de cálculo elaborado y firmado por Ingeniero colegiado (solo para anuncios en la vía Pública – Paneles Monumentales).
- i) Plano o croquis de ubicación donde se instalará el anuncio.

El pago por el derecho de publicidad externa como se indica en el requisito c, varía de acuerdo al tipo, ubicación y dimensión de la publicidad. Para el caso de esta empresa, el derecho de publicidad en la vía pública supone un costo de S/.163.80, que es el indicado para un anuncio publicitario luminoso, en la categoría B1, ubicado en el cercado y con una dimensión de 1.01 m<sup>2</sup> a 3 m<sup>2</sup>.

#### **4.3.9. Registro de Marca (INDECOPI).**

El registro de una marca, es la única forma de cuidar sus derechos sobre ella. La búsqueda de antecedentes en el sistema de INDECOPI tiene un costo de S/. 30.00; este sistema mostrará al usuario hasta 200 marcas como máximo por consulta, siendo las visualizadas aquellas que guarden mayor similitud fonética con la que es objeto de búsqueda. Si se comprueba que no existe algún nombre similar al que se desea patentar, se realiza un pago por un



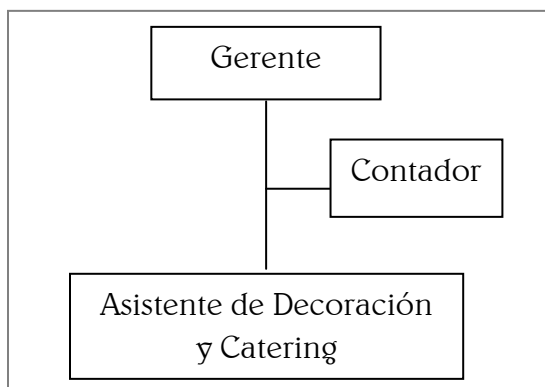
importe de S/. 550.00 para hacer los trámites y sea posible publicarlo en el Diario El Peruano, oficializando así el uso exclusivo de la marca para el representante legal de la misma.

#### 4.4. Estudio Organizacional.

Dentro del estudio organizacional se detalló la organización de la empresa; se definió un organigrama y se describieron las funciones de los puestos de trabajo, así como los procesos de cada área de trabajo.

##### 4.4.1. Organigrama.

Para organizar la empresa se realizó un organigrama simple, ya que al ser un negocio pequeño, se contaría sólo con un gerente, un contador externo y un asistente de decoración y catering. Se debe para ello mencionar que, las funciones del gerente al ser un emprendimiento de pequeña inversión, no serán sólo administrativas o de supervisión sino que involucrarán tareas en las 3 áreas de trabajo de la empresa.



*Figura 31.* Organigrama.  
Elaboración propia, 2015.

#### 4.4.2. Descripción de Funciones.

##### a) Gerente.

- Supervisar el cumplimiento de los procesos de cada área de la empresa.
- Brindar información a los clientes en la oficina de atención.
- Elaborar los contratos de eventos.
- Gestionar los proveedores de materias primas.
- Realizar tareas de elaboración de artículos decorativos y catering de la mano con el asistente.
- Asegurar el montaje exitoso de los eventos solicitados.
- Elaborar reportes financieros mensuales.

##### b) Contador.

- Establecer el sistema de contabilidad.
- Definir los montos para el pago de tributos.
- Analizar los estados financieros a lo largo del año.
- Garantizar el cumplimiento de las responsabilidades tributarias
- Certificar las planillas para pago de impuestos.

##### c) Asistente de Decoración y Catering.

- Porcionar los insumos para la preparación de productos.
- Elaborar bocaditos y demás productos del catering.
- Elaborar los artículos decorativos de acuerdo a la temática de cada evento.

- Cumplir con las normas de higiene y sanidad en los procesos de elaboración de alimentos para asegurar la inocuidad de los productos.
- Garantizar la buena calidad y acabado de los productos.

#### **4.4.3. Procesos por Área de Trabajo.**

Para organizar el trabajo de la empresa, se realizó una división en áreas: Atención al cliente y ventas, Almacén y Producción, donde cada una cuenta con un sistema de trabajo, para realizar procesos óptimos y estandarizados que garanticen la calidad del servicio, así como la calidad de la producción de los artículos decorativos y del catering a ofrecer.

## a) Área de Atención al Cliente y Ventas.

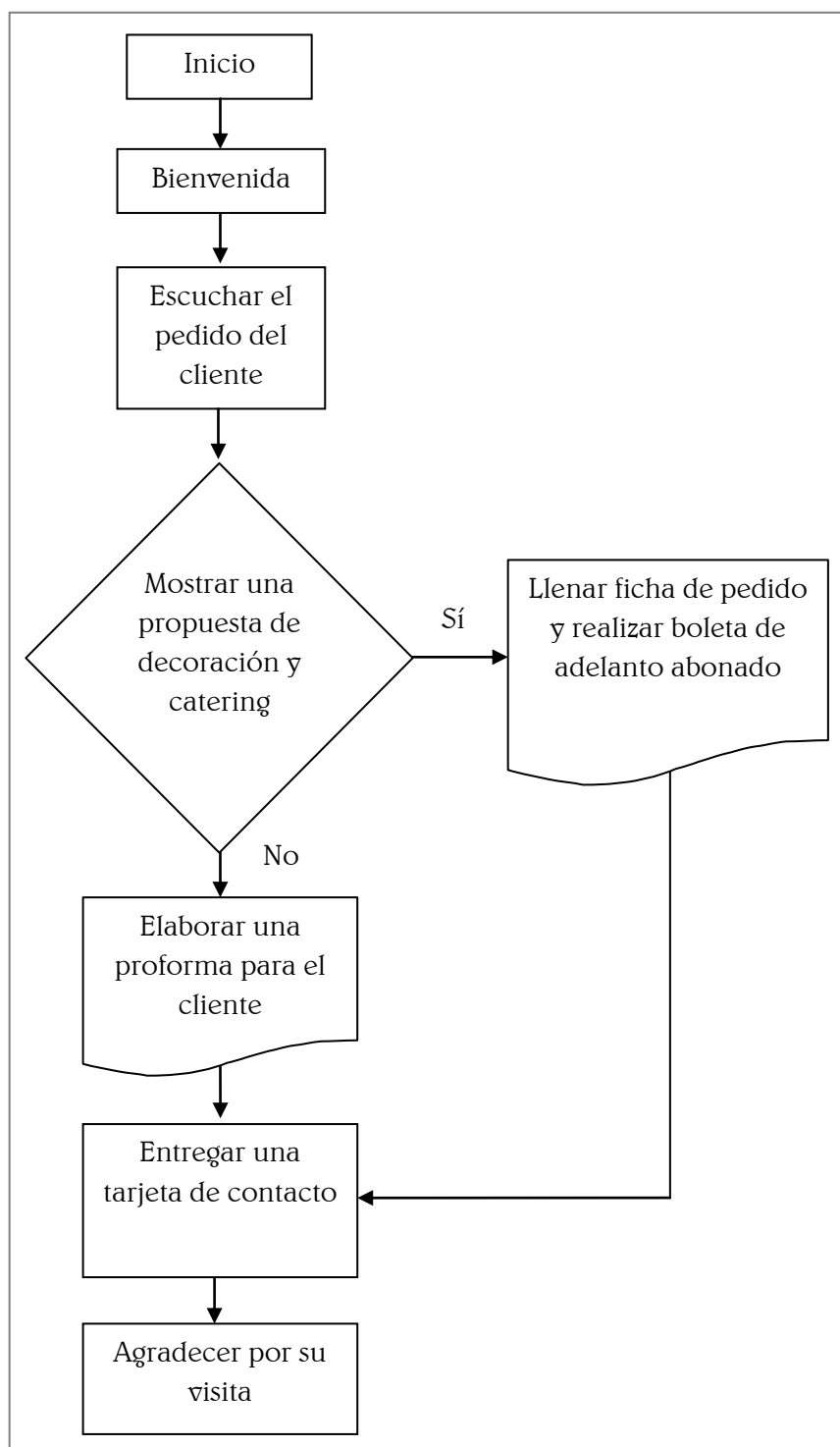


Figura 32. Flujograma de área de atención al cliente y ventas.  
Elaboración propia, 2015.

## b) Área de Almacén.

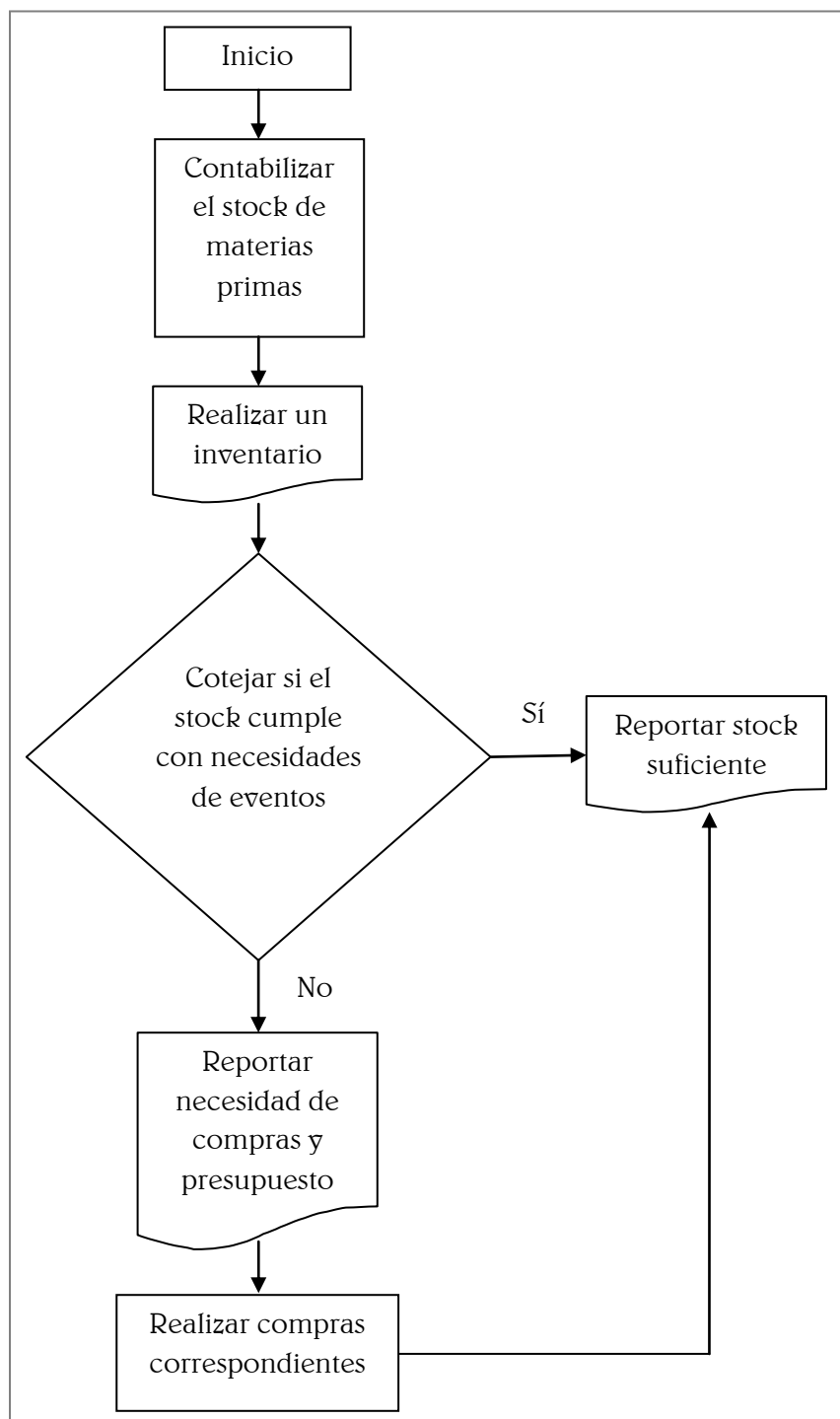


Figura 33. Flujograma de área de almacén.  
Elaboración propia, 2015.

## c) Área de Producción.

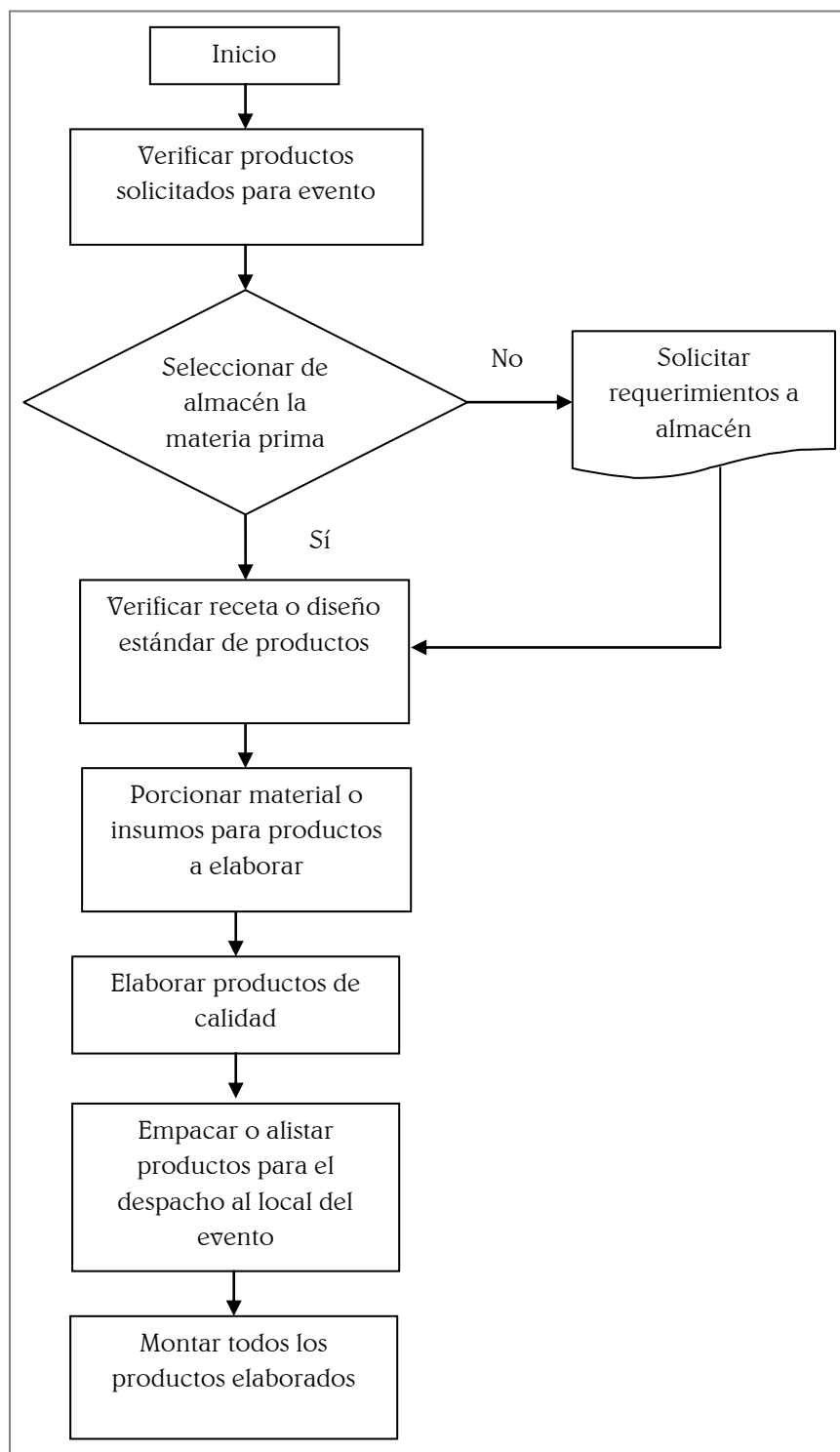


Figura 34. Flujograma de área de producción.  
Elaboración propia, 2015.

#### **4.5. Estudio Económico Financiero.**

El estudio económico financiero es el más amplio de todos dentro del proyecto de inversión ya que concentra en él, la esencia de la investigación, empezando con la inversión inicial de la propuesta de negocio; continuando con los costos fijos y variables que suponen el proyecto y sus productos; siguiendo con las proyecciones de venta, la estructura de costos y demás fases que permitieron terminar definiendo el flujo de caja económico y financiero del proyecto en base a los próximos 5 años, donde se determinó la rentabilidad del negocio propuesto.

##### **4.5.1. Inversión Inicial.**

Se inició por determinar la inversión inicial del proyecto que incluye la inversión tangible e intangible del proyecto, donde la tangible constituye todos los bienes muebles, enseres y bienes inmuebles, mientras que la intangible constituye todos los trámites de constitución de la empresa.

##### **4.5.1.1. Inversión Tangible.**

###### **a) Inversión de Muebles, Enseres y Otros.**

Siendo éste un proyecto para una empresa de decoración y catering para eventos infantiles, la inversión mueble incluye artefactos de cocina, herramientas de repostería, herramientas de

manualidades, artículos decorativos para mesa como bomboneras, bandejas, portacupcakes. Además se incluye aquí los muebles de la oficina de atención y otros para el área de almacén y producción como mesas, sillas, estantes y organizadores varios.

En la tabla que se presenta a continuación se detallan todas las adquisiciones que supondrían la inversión tangible mueble, dividida en conceptos diferentes, indicando la marca, el costo unitario, el costo total y el proveedor del producto.



Tabla 38  
*Inversión Tangible de Muebles, Enseres y Otros*

Muebles, Enseres y Otros					
Concepto	Marca	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Proveedor
<b>Equipos de cocina</b>					
Cocina c/campana extractora	Mabe	1	S/. 1,799.00	S/. 1,799.00	Ripley
Batidora de pedestal	Kitchen Aid-Classic	1	S/. 899.00	S/. 899.00	Ripley
Refrigeradora	Mabe	1	S/. 799.00	S/. 799.00	Ripley
Pop cake maker	Blanik	1	S/. 94.00	S/. 94.00	Ripley
Balanza digital gramera	Generic	1	S/. 65.00	S/. 65.00	Makro
<b>Batería de cocina</b>					
Olla Design teflón 24 cm	Ilko	2	S/. 99.00	S/. 198.00	Ripley
Tetera Design 3 Lt.	Ilko	1	S/. 69.90	S/. 69.90	Ripley
Sartén antiadherente 26 cm	Tramontina	1	S/. 23.50	S/. 23.50	Importaciones Delgado
Encendedor de cocina	Leifheit	1	S/. 20.00	S/. 20.00	Metro
<b>Moldes y bowls</b>					
Molde redondo desmoldable acero 26 cm	Ilko	1	S/. 22.90	S/. 22.90	Ripley
Molde redondo desmoldable acero 40 cm	Ilko	1	S/. 28.00	S/. 28.00	Metro
Molde plástico para empanadas	Meat maker	2	S/. 3.50	S/. 7.00	Importaciones Delgado
Molde/bandeja teflón para cupcakes x 12	Krea	2	S/. 16.90	S/. 33.80	Metro
Bowl vidrio 1 Lt.	Aircuisine	2	S/. 15.00	S/. 30.00	Importaciones Delgado
Bowl acero 1Lt.	Inca	3	S/. 12.00	S/. 36.00	Importaciones Delgado
<b>Utensilios de cocina</b>					
Cuchillo Superfilo Acero	Facusa	2	S/. 28.00	S/. 56.00	Importaciones Delgado
Cuchillo para Pan	Facusa	2	S/. 3.50	S/. 7.00	Importaciones Delgado
Tabla para picar	Basa	2	S/. 13.00	S/. 26.00	Importaciones Delgado
Colador acero	Facusa	1	S/. 10.00	S/. 10.00	Importaciones Delgado
Cernidor tipo taza	Home Collection	1	S/. 29.90	S/. 29.90	Sodimac
Cuchara llana acero	Facusa	1	S/. 7.00	S/. 7.00	Importaciones Delgado
Cuchara sopera madera	Casa & Ideas	1	S/. 8.00	S/. 8.00	Casa & Ideas
Cuchara mediana madera	Casa & Ideas	1	S/. 13.00	S/. 13.00	Casa & Ideas
Set tazas medidoras	Facusa	1	S/. 29.00	S/. 29.00	Importaciones Delgado

Utensilios de cocina					
Set cucharas medidoras	Facusa	1	S/. 20.50	S/. 20.50	Importaciones Delgado
Blister espatulón	Facusa	1	S/. 36.90	S/. 36.90	Sodimac
Espátula recoge-masa acero	Facusa	1	S/. 11.00	S/. 11.00	Importaciones Delgado
Espátula decoradora acero	Facusa	2	S/. 12.00	S/. 24.00	Importaciones Delgado
Espátula de goma	Facusa	2	S/. 19.00	S/. 38.00	Importaciones Delgado
Manga decoradora c/boquillas	Ilko	2	S/. 19.90	S/. 39.80	Ripley
Rodillo silicona	Facusa	1	S/. 79.90	S/. 79.90	Sodimac
Set cortadores de galletas	Trudeau	1	S/. 24.90	S/. 24.90	Ripley
Batidora de mano mediana	Facusa	1	S/. 6.50	S/. 6.50	Importaciones Delgado
Abrelatas	Facusa	1	S/. 6.50	S/. 6.50	Importaciones Delgado
Set brochas reposteras	Welna	1	S/. 4.00	S/. 4.00	Importaciones Delgado
Contenedores y tapers					
Termo 2 Lt	Thermos	1	S/. 46.00	S/. 46.00	Importaciones Delgado
Dispensadores de salsas	Basa	3	S/. 3.00	S/. 9.00	Importaciones Delgado
Jarra medidora flexible	Trudeau	1	S/. 39.90	S/. 39.90	Ripley
Taper hermético rectangular	Mabplas	5	S/. 5.50	S/. 27.50	Importaciones Delgado
Caja organizadora	Basa	1	S/. 55.00	S/. 55.00	Importaciones Delgado
Máquinas dispensadoras de mesa					
Pop corn maker	Oster	1	S/. 299.00	S/. 299.00	Ripley
Sweet cotton maker	Blanik	1	S/. 169.00	S/. 169.00	Ripley
Fuente eléctrica de chocolate	Wilton	1	S/. 350.00	S/. 350.00	Jemboree
Elementos decorativos de mesa					
Bombonera Clove	Basement Home	2	S/. 39.00	S/. 78.00	Jemboree
Bombonera Classic XL	Basement Home	1	S/. 106.00	S/. 106.00	Jemboree
Bombonera Safir M	Basement Home	2	S/. 92.00	S/. 184.00	Jemboree
Bombonera con tapa metal mediana	Tuppers Ecológicos	2	S/. 30.00	S/. 60.00	Tuppers Ecológicos
Copa Jumbo	Basement Home	2	S/. 63.00	S/. 126.00	Jemboree
Dispensador líquido vidrio Audrey 6.5 Lt	Basement Home	1	S/. 199.00	S/. 199.00	Jemboree
Bandejas rectangulares de losa medianas	Bon Appetit	6	S/. 16.00	S/. 96.00	Importaciones Delgado
Bandejas rectangulares de losa grandes	Bon Appetit	6	S/. 23.00	S/. 138.00	Importaciones Delgado

Elementos decorativos de mesa					
Portacupcakes carrusel x 12	Wilton	2	S/. 75.00	S/. 150.00	Hadas y Sueños
Portacupcakes rueda de la fortuna x 8	Wilton	2	S/. 60.00	S/. 120.00	Hadas y Sueños
Portacupcakes clásico x 28	Wilton	1	S/. 42.00	S/. 42.00	Jemboree
Portapopcakes x 18	Wilton	2	S/. 20.00	S/. 40.00	Jemboree
Caramelera/Kekera de vidrio mediana	Casa & Ideas	2	S/. 70.00	S/. 140.00	Casa & Ideas
Bandeja portabocaditos rectangular Ivory	Basement Home	4	S/. 39.00	S/. 156.00	Jemboree
Superficie tipo mesa melanime	-	1	S/. 80.00	S/. 80.00	Carpintería Moisés
Manteles de colores variados	Casa & Ideas	5	S/. 35.00	S/. 175.00	Casa & Ideas
Herramientas de decoración					
Tijera de metal 8"	Kp	2	S/. 13.00	S/. 26.00	Librerías Unión
Tijera con bordes	Kp	2	S/. 8.00	S/. 16.00	Librerías Unión
Perforadores de papel formas variadas	Kp	5	S/. 7.00	S/. 35.00	Librerías Unión
Pistola de silicona	Meylin	2	S/. 18.00	S/. 36.00	Librerías Unión
Regla 50 cm	Artesco	1	S/. 6.00	S/. 6.00	Librerías Unión
Punzón	Kp	1	S/. 3.00	S/. 3.00	Librerías Unión
Cutter	Stanley	1	S/. 5.00	S/. 5.00	Librerías Unión
Perforador básico	Artesco	1	S/. 6.00	S/. 6.00	Librerías Unión
Portaminas	Faber Castell	1	S/. 4.00	S/. 4.00	Librerías Unión
Pincel grueso	Faber Castell	1	S/. 2.50	S/. 2.50	Librerías Unión
Borrador	Artesco	1	S/. 2.00	S/. 2.00	Librerías Unión
Engrapador	Artesco	1	S/. 8.00	S/. 8.00	Librerías Unión
Fine pen	Faber Castell	3	S/. 3.00	S/. 9.00	Librerías Unión
Compás	Articreativo	1	S/. 3.50	S/. 3.50	Librerías Unión
Artículos de limpieza					
Papelera vaivén	Rey	2	S/. 28.00	S/. 56.00	Importaciones Delgado
Escoba	Hude	1	S/. 12.00	S/. 12.00	Importaciones Delgado
Recogedor	Hude	1	S/. 9.00	S/. 9.00	Importaciones Delgado
Mopa	Hude	1	S/. 13.00	S/. 13.00	Importaciones Delgado

Artículos de limpieza					
Secadores de cocina	Krea	3	S/. 5.00	S/. 15.00	Metro
Mesas, sillas, estantes y otros					
Silla cromo	NTO	2	S/. 250.00	S/. 500.00	Ripley
Silla giratoria	Mica	1	S/. 350.00	S/. 350.00	Sagafalabella
Mesa de oficina vidrio	Mica	1	S/. 422.00	S/. 422.00	Ripley
Estante mostrador de oficina	NTO	1	S/. 499.00	S/. 499.00	Ripley
Lámpara de techo 3 copas	La Rochelli	1	S/. 136.90	S/. 136.90	Sodimac
Mesa de trabajo Blossom	Mica	2	S/. 499.50	S/. 999.00	Sagafalabella
Silla Blossom	Mica	2	S/. 155.40	S/. 310.80	Sagafalabella
Estante organizador de trabajo	NTO	1	S/. 399.00	S/. 399.00	Ripley
Respostero melanime y vidrio templado	Hunter Douglas	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	Hunter Douglas
Publicidad					
Letrero luminoso	-	1	S/. 450.00	S/. 450.00	Buster
Letrero madera fondo de oficina	-	1	S/. 250.00	S/. 250.00	Buster
Banner	-	1	S/. 70.00	S/. 70.00	Imprenta Regina Caeli
Equipos de oficina					
Laptop	Lenovo	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	Ripley
Impresora láser color	Hp	1	S/. 890.00	S/. 890.00	Ripley
Televisor LED HD 24"	Haier	1	S/. 439.00	S/. 439.00	Ripley
Rack	Megarack	1	S/. 69.90	S/. 69.90	Sodimac
Router internet	Nucom	1	S/. 125.00	S/. 125.00	Movistar
Smartphone	Huawei	1	S/. 275.00	S/. 275.00	Entel
Total				S/. 16,941.00	

Elaboración propia, 2015.

## b) Inversión Inmueble.

Esta inversión incluye la remodelación del local de la empresa, así como el alquiler de la misma, ya que no se cuenta con espacio propio ni se procederá a la compra de un terreno sino sólo al alquiler del espacio necesario.

Tabla 39  
*Inversión Tangible Inmueble*

Inmuebles			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Remodelación x m <sup>2</sup>	16	S/. 200.00	S/. 3,200.00
Alquiler	3	S/. 700.00	S/. 2,100.00
Total			S/. 5,300.00

Elaboración propia, 2015.

### 4.5.1.2. Inversión Intangible.

La inversión intangible forma parte de la inversión inicial del proyecto, porque incluye el costeo de los trámites legales de constitución de la empresa para poder con ellos iniciar el negocio. Se detalla en la siguiente tabla el costo de cada uno.

Tabla 40  
*Inversión Intangible*

Trámites Legales de Constitución			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Verificación y reserva de nombre en SUNARP	1	S/. 10.00	S/. 10.00
Minuta	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Escritura Pública	1	S/. 220.00	S/. 220.00
Licencia de funcionamiento	1	S/. 491.53	S/. 491.53
Inspección INDECI	1	S/. 192.50	S/. 192.50
Derecho por publicidad en vía pública	1	S/. 232.90	S/. 232.90
Registro en INDECOPI	1	S/. 580.00	S/. 580.00
Total			S/. 1,926.93

Elaboración propia, 2015.

#### 4.5.2. Costos.

Una vez determinada la inversión inicial, se procedió a hallar los costos del proyecto, fijos y variables; para que con ellos más adelante, se defina la estructura de costos a lo largo de los próximos 5 años.

##### 4.5.2.1. Costos Fijos.

Los costos fijos del proyecto incluyen los servicios generales necesarios para que se mantenga el establecimiento de la empresa, incluyen también las remuneraciones y los artículos de oficina y limpieza, como se detalla en las tablas siguientes.

Tabla 41  
*Servicios*

Servicios			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Agua	12	S/. 30.00	S/. 360.00
Energía Eléctrica	12	S/. 60.00	S/. 720.00
Gas	12	S/. 35.00	S/. 420.00
Telefonía móvil	12	S/. 75.00	S/. 900.00
Internet	12	S/. 60.00	S/. 720.00
Alquiler	9	S/. 700.00	S/. 6,300.00
Total			S/. 9,420.00

Elaboración propia, 2015.

Se debe indicar que el concepto de alquiler del primer año es sólo por 9 meses, ya que en la inversión inicial tangible inmueble se incluye el pago de los 3 primeros meses de alquiler (como un seguro de pago inicial), pero en los siguientes 4 años el costo de alquiler supone un total de 12 meses, como se podrá comprobar más adelante en la estructura de costos.

Tabla 42  
*Remuneraciones*

Remuneraciones			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Gerente	14	S/. 1,000.00	S/. 14,000.00
Contador	12	S/. 400.00	S/. 4,800.00
Asistente de Decoración y Catering	14	S/. 850.00	S/. 11,900.00
Total			S/. 30,700.00

Elaboración propia, 2015.

Tabla 43  
*Artículos de Oficina*

Artículos de Oficina			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tarjetas de presentación (millar)	1	S/. 52.00	S/. 52.00
Volantes (millar)	1	S/. 95.00	S/. 95.00
Papel bond A4 (millar)	1	S/. 22.00	S/. 22.00
Lapiceros	20	S/. 0.80	S/. 16.00
Paños limpiadores	8	S/. 15.50	S/. 124.00
Tóner negro	2	S/. 220.00	S/. 440.00
Tóner cyan	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Tóner amarillo	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Tóner magenta	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Total			S/. 1,349.00

Elaboración propia, 2015.

Tabla 44  
*Artículos Generales de Limpieza*

Artículos Generales de Limpieza			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Lavavajillas líquido (frasco 900 ml)	12	S/. 13.30	S/. 159.60
Sacagrasas multiusos (frasco 500ml)	12	S/. 10.50	S/. 126.00
Paños Scotch Brite de cocina (pack x 3)	4	S/. 11.30	S/. 45.20
Esponjitas para lavar	12	S/. 6.80	S/. 81.60
Total			S/. 412.40

Elaboración propia, 2015.



#### 4.5.2.2. Maestro de Almacén.

Antes de hallar los costos variables, donde se determina el costo por cada producto que incluye el proyecto, se decidió preparar un maestro de almacén por rubro, uno de decoración y uno de catering, donde se incluyeron todas las materias primas, ya sea materiales o insumos para elaborar los productos.

En las tablas del maestro de almacén, se especifican los precios de cada uno de los materiales o insumos que se emplean para la producción, así como la marca y presentación de cada material o insumo, y los proveedores de los que se adquieren.

En base a los precios de estas tablas es que se hallaron los costos variables de los productos a elaborar, que se presentan más adelante. A continuación se muestran los maestros de almacén de decoración y catering.

Tabla 45  
*Maestro de Almacén para Decoración*

Maestro de Almacén para Decoración						
Concepto	Marca	Presentación	Cantidad	Unidad	Costo	Proveedor
Papel seda	-	Pliego	1	Ciento	S/. 12.00	Librerías Unión
Hilo nylon grueso	La Espiga	Rollo x 100 m	1	Rollo	S/. 3.00	Barrantes
Papel de colores	-	Hoja A4	1	Ciento	S/. 10.00	Dito
Barra de silicona delgada	-	Barra	1	Docena	S/. 4.00	Barrantes
Cinta maskin tape gruesa	Pegafan	Rollo x 36 m	1	Rollo	S/. 6.00	Tai Loy
Cartulina de colores	Canson	Pliego	1	Pliego	S/. 2.10	Tai Loy
Silicona líquida	Faber Castell	Botella x 250 ml	1	Botella	S/. 5.80	Tai Loy
Fomix	-	Pliego de 1x1 m	1	Pliego	S/. 6.50	Librerías Viteri
Cinta borlón decorativa 5 mm	-	Rollo x 10 m	1	Rollo	S/. 3.50	Barrantes
Tecnopor plano de 2.5 cm	Indupol	Plancha x 1.2 m x 2.4 m x 1"	1	Plancha	S/. 10.90	Sodimac
Cartón prensado delgado	-	Plancha x 1.2 m x 2.4 m	1	Plancha	S/. 5.00	Barrantes
Palito de brocheta 15cm	Merperú	Paquete x 100 unidades	1	Paquete	S/. 3.07	Makro
Pegamento cinta pegafácil 8mm	Faber Castell	Roller x 8m	1	Roller	S/. 5.60	Tai Loy
Cartulina metalizada	-	Pliego	1	Pliego	S/. 4.50	Librerías Unión
Cartulina hilo	-	Hoja A4	1	Ciento	S/. 14.00	Dito
Bolsas de papel craft	Aro	Paquete x 100 unidades	1	Ciento	S/. 3.70	Makro
Ganchito de madera de colores	-	Unidades sueltas	1	Ciento	S/. 40.00	Dito
Letra de trupán	-	Unidad	1	Unidad	S/. 3.00	La Colmena
Pintura acrílica	Apu	Botella x 50 ml	1	Botella	S/. 2.00	Barrantes
Globos #9	Payaso	Bolsa x 100 unidades	1	Bolsa	S/. 9.00	Chocomanía
Cinta de agua 3gruesa	-	Rollo x 15 m	1	Rollo	S/. 3.50	Barrantes
Transparencia	-	Paquete x 25 unidades	1	Paquete	S/. 7.00	Librerías Unión

Maestro de Almacén para Decoración						
Concepto	Marca	Presentación	Cantidad	Unidad	Costo	Proveedor
Cinta satinada 12 mm	-	Rollo x 10 m	1	Rollo	S/. 3.00	Barrantes
Cinta satinada decorativa 25 mm	-	Rollo x 10 m	1	Rollo	S/. 5.00	Barrantes
Papel fotográfico 180 gr	CBIT	Paquete x 25 unidades	1	Paquete	S/. 8.30	Librerías Unión
Cartón corrugado de colores	-	Pliego	1	Pliego	S/. 2.20	Tai Loy
Grapas 26/6	Rapid	Caja x 5000 unidades	1	Caja	S/. 3.30	Tai Loy

Elaboración propia, 2015.

Tabla 46  
*Maestro de Almacén para Catering*

Maestro de Almacén para Catering						
Concepto	Marca	Presentación	Cantidad	Unidad	Costo	Proveedor
Pan de molde blanco s/corteza	Tottus	Bolsa x 20 tajadas	1	bolsa	S/. 9.80	Tottus
Jamón americano	Suiza	Paquete x 28 tajadas	0.5	kg	S/. 8.68	Makro
Queso edam en tajadas	Bonlé	Paquete x 57 tajadas	1	kg	S/. 29.98	Makro
Mayonesa	Alacena	Balde x 4 lt	4	lt	S/. 44.99	Makro
Pan Petit	Torti Pan	Paquete x 25 unidades	1	paquete	S/. 4.00	Torti Pan
Pechuga de pollo s/hueso	San Fernando	Pechuga deshuesada	1	unidad	S/. 9.30	Mercado Central
Leche evaporada	Ideal	Caja x 24 latas x 400ml	1	caja	S/. 50.00	Makro
Papas al hilo	Tottus	Bolsa x 150 gr	1	bolsa	S/. 4.40	Tottus
Harina sin preparar	Grano de Oro	Paquete x 6 bolsas x 1kg	1	paquete	S/. 19.61	Makro
Margarina	Sello de Oro	Paquete x 2kg	1	paquete	S/. 17.00	Negocios Calderón
Mantequilla	Laive	Paquete x 200gr	1	paquete	S/. 5.30	Makro
Huevos	-	Granel	1	docena	S/. 4.00	Negocios Calderón
Harina preparada	Blanca Flor	Paquete x 6 bolsas x 1kg	1	paquete	S/. 31.25	Makro
Carne molida	-	Granel	1	kg	S/. 11.29	Makro
Ketchup	-	Balde x 4 lt	1	balde	S/. 20.48	Makro
Sillao	Ajinomoto	Botella x 500ml	1	botella	S/. 3.40	Tottus
Cebolla	-	Granel	1	kg	S/. 2.20	Makro
Sal	Emsal	Paquete x 1kg	1	kg	S/. 1.30	Tottus

Maestro de Almacén para Catering						
Concepto	Marca	Presentación	Cantidad	Unidad	Costo	Proveedor
Pimienta	Sibarita	Frasco x 40 g	1	frasco	S/. 8.30	Tottus
Cubito concentrado de carne	Maggie	Dispensador x 26 uni x 19.2 gr	1	dispensador	S/. 11.01	Makro
Chocolate cobertura de leche	Negusa	Caja x 6 tabletas x 100 gr	1	caja	S/. 9.00	Negocios Calderón
Chocolate cobertura blanco	Negusa	Caja x 6 tabletas x 100 gr	1	caja	S/. 9.20	Negocios Calderón
Azúcar blanca	Aro	Bolsa x 5 kg	1	bolsa	S/. 15.75	Makro
Azúcar impalpable	Fleischman	Bolsa x 1kg	1	bolsa	S/. 6.57	Makro
Pecanas	-	Granel	1	kg	S/. 70.00	Negocios Calderón
Maizena	Duryea	Paquete x 1 kg	1	paquete	S/. 6.55	Makro
Limón	-	Granel	1	ciento	S/. 8.00	Makro
Coco rallado	Santis	Paquete x 250 gr	1	paquete	S/. 4.24	Makro
Manjarblanco	Nestlé	Caja x 12 bolsas x 1 kg	1	caja	S/. 148.93	Makro
Pirotines #7	Aro	Paquete x 500 unidades	0.5	millar	S/. 14.90	Makro
Colorante vegetal	Fratello	Pack x 4 unidades x 30 ml	1	pack	S/. 11.50	Tottus
Esencia de vainilla	Fleischman	Botella x 500ml	1	botella	S/. 12.11	Makro
Cocoa repostera	Winter's	Bolsa x 1 kg	1	bolsa	S/. 29.90	Makro
Grageas de colores	Aro	Bolsa x 500 gr	1	bolsa	S/. 7.35	Makro
Vermicelli de colores	Aro	Bolsa x 500 gr	1	bolsa	S/. 12.75	Makro
Palitos para popcakes	-	Bolsa x 100 unidades	1	bolsa	S/. 2.50	Negocios Calderón
Glucosa	Fratello	Pote x 250 gr	1	pote	S/. 4.70	Tottus
Marshmallows	Crismelos	Bolsa x 52 unidades	1	bolsa	S/. 4.50	Chocomanía
Papel adhesivo brillante	Office Paper	Paquete x 25 hojas A4	1	paquete	S/. 20.70	Tai Loy
Lentejitas mini	Winter's	Bolsa x 32 unidades	1	bolsa	S/. 12.60	Chocomanía
Tubitos plásticos c/tapita	-	Paquete x 100 unidades	1	ciento	S/. 45.00	Jemboree
Monedas de chocolate	Caribú	Bolsa x 48 unidades	1	bolsa	S/. 6.50	Chocomanía
Levadura en polvo	Royal	Caja x 20 uni x 20 gr	1	caja	S/. 17.99	Makro
Papel manteca	-	Pliego	1	ciento	S/. 18.00	Negocios Calderón
Film plástico	U-Thil	Rollo x 30 m c/sierra	1	rollo	S/. 7.40	Tottus
Masa elástica	Fratello	Bolsa x 1 kg	1	kg	S/. 11.00	Negocios Calderón
Vela mágica	-	Paquete x 4 unidades	1	paquete	S/. 10.00	Chocomanía

Elaboración propia, 2015.

#### 4.5.2.3. Costos Variables.

Cada uno de los productos de decoración y catering, se costearon de forma unitaria y según el número de productos que incluye en cada servicio completo. Se dividieron además los productos por categorías para organizar el paquete completo del evento, como se muestra a continuación.

##### a) Decoración/ Artículos decorativos.

##### -Fondo decorativo de pared.

Tabla 47

*Costo de Pompón de seda*

Pompón de seda	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Papel seda	8	pliego	S/. 0.12	S/. 0.96
Hilo nylon grueso	1	m	S/. 0.03	S/. 0.03
Total				S/. 0.99

4 Pompones de seda	S/. 3.96
--------------------	----------

Elaboración propia, 2015.



Figura 35. Pompón de seda.  
Pinterest, 2016.

Tabla 48

*Costo de Medallón de papel*

Medallón de papel	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Papel de color	7	hoja	S/. 0.10	S/. 0.70
Cartulina hilo	0.125	hoja	S/. 0.14	S/. 0.02
Barra de silicona delgada	0.25	unidad	S/. 0.33	S/. 0.08
Cinta maskin tape gruesa	1	m	S/. 0.17	S/. 0.17
Total				S/. 0.97

8 Medallones de papel	S/. 7.76
-----------------------	----------

Elaboración propia, 2015.



*Figura 36.* Medallón de papel.  
Pinterest, 2016.

Tabla 49  
*Costo de Banderín Feliz Cumple*

Banderín Feliz Cumple	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartulina de colores	2.5	pliego	S/. 2.10	S/. 5.25
Silicona líquida	8	ml	S/. 0.02	S/. 0.16
Fomix	0.06	pliego	S/. 6.50	S/. 0.41
Cinta satinada decorativa 25 mm	4	m	S/. 0.50	S/. 2.00
Total				S/. 7.82

1 Banderín Feliz Cumple	S/. 7.82
-------------------------	----------

Elaboración propia, 2015.



Figura 37. Banderín Feliz Cumple.  
 Pinterest, 2016.

**-Artículos decorativos para mesa.**

Tabla 50

*Costo de Topper para bocaditos*

Topper para bocaditos	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartulina de colores	0.01	pliego	S/. 2.10	S/. 0.03
Cartulina hilo	0.06	hoja	S/. 0.14	S/. 0.01
Barra de silicona delgada	0.03	unidad	S/. 0.33	S/. 0.01
Palito de brocheta 15 cm	1	unidad	S/. 0.03	S/. 0.03
Total				S/. 0.08

4 Toppers para bocaditos	S/. 0.30
--------------------------	----------

Elaboración propia, 2015.



*Figura 38.* Topper para bocaditos.  
Pinterest, 2016.



Tabla 51  
*Costo de Cartelito para bocaditos*

Cartelito para bocaditos	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartulina de colores	0.02	pliego	S/. 2.10	S/. 0.03
Silicona líquida	2	ml	S/. 0.02	S/. 0.04
Total				S/. 0.07

3 Cartelitos para bocaditos	S/. 0.22
-----------------------------	----------

Elaboración propia, 2015.



Figura 39. Cartelito para bocaditos.  
 Pinterest, 2016.

Tabla 52  
*Costo de Caja Pop Corn*

Caja Pop Corn	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartulina de colores	0.17	pliego	S/. 2.10	S/. 0.35
Pegamento cinta pegafácil 8mm	0.5	m	S/. 0.70	S/. 0.35
Cartulina hilo	0.04	hoja	S/. 0.14	S/. 0.01
Total				S/. 0.71

Pack x 20	S/. 14.11
Pack x 30	S/. 21.17
Pack x 40	S/. 28.22
Pack x 50	S/. 35.28
Pack x 60	S/. 42.34

Elaboración propia, 2015.



Figura 40. Caja Pop Corn.  
 Pinterest, 2016.

Tabla 53  
*Costo de Caja para Torta*

Caja para Torta	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartulina de colores	0.25	pliego	S/. 2.10	S/. 0.53
Papel manteca	0.125	pliego	S/. 0.18	S/. 0.02
Cartulina hilo	0.06	hoja	S/. 0.14	S/. 0.01
Total				S/. 0.56

Pack x 20	S/. 11.13
Pack x 30	S/. 16.69
Pack x 40	S/. 22.25
Pack x 50	S/. 27.81
Pack x 60	S/. 33.38

Elaboración propia, 2015.



Figura 41. Caja para Torta.  
 Pinterest, 2016.

Tabla 54  
*Costo de Bolsita Snack Pack*

Bolsita Snack Pack	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Bolsa kraft	1	unidad	S/. 0.04	S/. 0.04
Cartulina de colores	0.01	pliego	S/. 2.10	S/. 0.02
Ganchito de madera de colores	1	unidad	S/. 0.40	S/. 0.40
Cinta borlón decorativa 5 mm	0.2	m	S/. 0.35	S/. 0.07
Total				S/. 0.53

Pack x 20	S/. 10.62
Pack x 30	S/. 15.93
Pack x 40	S/. 21.24
Pack x 50	S/. 26.55
Pack x 60	S/. 31.86

Elaboración propia, 2015.



Figura 42. Bolsita Snack Pack.  
 Pinterest, 2016.

Tabla 55  
*Letra de madera*

Letra de madera	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Letra de trupán	1	unidad	S/. 3.00	S/. 3.00
Pintura acrílica	15	ml	S/. 0.04	S/. 0.60
Total				S/. 3.60

1 Letra de madera	S/. 3.60
-------------------	----------

Elaboración propia, 2015.



*Figura 43.* Letra de madera.  
Pinterest, 2016.

**-Artículos decorativos para salón.**

Tabla 56  
*Costo de Nube de globos*

Nube de globos	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Globos # 9	48	unidad	S/. 0.09	S/. 4.32
Hilo nylon grueso	5	m	S/. 0.03	S/. 0.15
Cinta de agua gruesa	2	m	S/. 0.23	S/. 0.46
<b>Total</b>				<b>S/. 4.93</b>

1 Nube de globos	S/. 4.93
------------------	----------

Elaboración propia, 2015.



*Figura 44.* Nube de globos.  
Pinterest, 2016.

Tabla 57  
*Costo de Banderín Bienvenidos*

Banderín Bienvenidos	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartulina de colores	2.5	pliego	S/. 2.10	S/. 5.25
Silicona líquida	10	ml	S/. 0.02	S/. 0.20
Fomix	0.06	pliego	S/. 6.50	S/. 0.41
Cinta satinada decorativa 25 mm	4	m	S/. 0.50	S/. 2.00
Total				S/. 7.86

1 Banderín Bienvenidos	S/. 7.86
------------------------	----------

Elaboración propia, 2015.



Figura 45. Banderín Bienvenidos.  
 Pinterest, 2016.

Tabla 58  
*Costo de Banderín Happy Birthday*

Banderín Happy Birthday	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartulina de colores	2.75	pliego	S/. 2.10	S/. 5.78
Silicona líquida	10	ml	S/. 0.02	S/. 0.20
Fomix	0.06	pliego	S/. 6.50	S/. 0.41
Cinta satinada decorativa 25 mm	4	m	S/. 0.50	S/. 2.00
Total				S/. 8.38

1 Banderín Happy Birthday	S/. 8.38
---------------------------	----------

Elaboración propia, 2015.



Figura 46. Banderín Happy Birthday.  
 Pinterest, 2016.



### -Cajas de sorpresa.

Tabla 59

#### *Costo de Caja de sorpresa temática*

Caja de sorpresa temática	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartulina metalizada	0.33	pliego	S/. 4.50	S/. 1.50
Transparencia	0.25	hoja	S/. 0.28	S/. 0.07
Pegamento cinta pegafácil 8mm	1	m	S/. 0.70	S/. 0.70
Cinta borlón decorativa 5 mm	0.13	m	S/. 0.35	S/. 0.04
Fomix	0.01	pliego	S/. 6.50	S/. 0.03
Papel fotográfico 180 gr	0.125	hoja	S/. 0.33	S/. 0.04
Total				S/. 2.39

Pack x 20	S/. 47.75
Pack x 30	S/. 71.63
Pack x 40	S/. 95.50
Pack x 50	S/. 119.38
Pack x 60	S/. 143.25

Elaboración propia, 2015.



Figura 47. Caja de sorpresa Temática. Pinterest, 2016.

### -Invitaciones.

Tabla 60  
*Costo de Invitación 3D Happy Box*

Invitación 3D Happy Box	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartulina de colores	0.20	pliego	S/. 2.10	S/. 0.42
Cartón corrugado de colores	0.02	pliego	S/. 2.20	S/. 0.04
Papel de colores	1	hoja	S/. 0.10	S/. 0.10
Cartulina hilo	0.25	hoja	S/. 0.14	S/. 0.04
Cinta borlón decorativa 5 mm	1.00	m	S/. 0.35	S/. 0.35
Pegamento cinta pegafácil 8mm	1	m	S/. 0.70	S/. 0.70
Total				S/. 1.65

Pack x 20	S/. 32.98
Pack x 30	S/. 49.47
Pack x 40	S/. 65.96
Pack x 50	S/. 82.45
Pack x 60	S/. 98.94

Elaboración propia, 2015.



Figura 48. Invitación 3D Happy Box.  
Pinterest, 2016.

**-Piñata.**

Tabla 61  
*Costo de Piñata temática*

Piñata temática	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cartón prensado delgado	1	plancha	S/. 5.00	S/. 5.00
Barra de silicona delgada	2	unidad	S/. 0.33	S/. 0.66
Silicona líquida	15	ml	S/. 0.02	S/. 0.30
Cartón corrugado de colores	1.5	pliego	S/. 2.20	S/. 3.30
Grapas	5	docena	S/. 0.01	S/. 0.05
Papel seda	0.5	pliego	S/. 0.12	S/. 0.06
Cartulina hilo	1	hoja	S/. 0.14	S/. 0.14
Cinta de agua	3	m	S/. 0.23	S/. 0.69
<b>Total</b>				<b>S/. 10.20</b>

1 Piñata temática	S/. 10.20
-------------------	-----------

Elaboración propia, 2015.



*Figura 49.* Piñata.  
 Pinterest, 2016.

## b) Catering temático.

**-Bocaditos salados.**

Tabla 62

*Costo de Mini triple de jamón y queso*

Mini triple de jamón y queso	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Pan de molde blanco s/corteza	1	paquete	S/. 9.80	S/. 9.80
Jamón americano	0.13	kg	S/. 17.36	S/. 2.17
Queso edam en tajadas	0.12	kg	S/. 29.98	S/. 3.68
Mayonesa	0.75	lt	S/. 11.25	S/. 8.44
Total				S/. 24.09

N° Porciones	28
Costo Porción	S/. 0.86
Pack x 20	S/. 17.21
Pack x 30	S/. 25.81
Pack x 40	S/. 34.41
Pack x 50	S/. 43.02
Pack x 60	S/. 51.62

Elaboración propia, 2015.



Figura 50. Mini triple de jamón y queso.  
Pinterest, 2016.

Tabla 63  
*Costo de Petit de pollo*

Petit de pollo	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Pan petit	1	paquete	S/. 4.00	S/. 4.00
Pechuga de pollo s/hueso	1	unidad	S/. 9.30	S/. 9.30
Leche evaporada	0.13	lata	S/. 2.08	S/. 0.26
Papas al hilo	1	bolsa	S/. 4.40	S/. 4.40
Total				S/. 17.96

N° Porciones	25
Costo Porción	S/. 0.72
Pack x 20	S/. 14.37
Pack x 30	S/. 21.55
Pack x 40	S/. 28.74
Pack x 50	S/. 35.92
Pack x 60	S/. 43.10

Elaboración propia, 2015.



*Figura 51.* Petit de pollo.  
 Pinterest, 2016.

Tabla 64  
*Costo de Empanadita de carne*

Empanadita de carne	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina preparada	0.33	kg	S/. 5.21	S/. 1.72
Margarina	0.17	kg	S/. 8.50	S/. 1.45
Huevos	2	unidad	S/. 0.33	S/. 0.66
Sal	1	cdta	S/. 0.01	S/. 0.01
Carne molida	0.6	kg	S/. 11.29	S/. 6.77
Ketchup	2	cdta	S/. 0.04	S/. 0.08
Cebolla	1	unidad	S/. 0.28	S/. 0.28
Sillao	2	cdta	S/. 0.03	S/. 0.06
Pimienta	0.5	gr	S/. 0.21	S/. 0.11
Cubito concentrado de carne	0.5	unidad	S/. 0.42	S/. 0.21
Orégano entero	1.5	gr	S/. 0.29	S/. 0.44
Total				S/. 11.78

N° Porciones	28
Costo Porción	S/. 0.42
Pack x 20	S/. 8.41
Pack x 30	S/. 12.62
Pack x 40	S/. 16.83
Pack x 50	S/. 21.03
Pack x 60	S/. 25.24

Elaboración propia, 2015.



Figura 52. Empanadita de carne.  
Pinterest, 2016.

**-Bocaditos dulces.**

Tabla 65  
*Costo de Mini brownie*

Mini brownie	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Chocolate cobertura de leche	0.2	Kg	S/. 15.00	S/. 3.00
Huevos	3	Unidad	S/. 0.33	S/. 0.99
Margarina	0.15	Kg	S/. 8.50	S/. 1.28
Harina sin preparar	0.1	Kg	S/. 3.27	S/. 0.33
Azúcar blanca	0.12	Kg	S/. 3.15	S/. 0.38
Azúcar impalpable	0.04	Kg	S/. 6.57	S/. 0.26
Pecanas	0.08	Kg	S/. 70.00	S/. 5.60
Total				S/. 11.83

N° Porciones	28
Costo Porción	S/. 0.42
Pack x 20	S/. 8.45
Pack x 30	S/. 12.68
Pack x 40	S/. 16.90
Pack x 50	S/. 21.13
Pack x 60	S/. 25.36

Elaboración propia, 2015.



*Figura 53.* Mini brownie.  
 Pinterest, 2016.

Tabla 66  
*Costo de Alfajorcito de maizena*

Alfajorcito de maizena	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Maizena	2	tz	S/. 0.72	S/. 1.44
Harina preparada	1	tz	S/. 0.57	S/. 0.57
Margarina	0.2	kg	S/. 8.50	S/. 1.70
Huevos	2	unidad	S/. 0.33	S/. 0.66
Azúcar impalpable	1	cda	S/. 0.05	S/. 0.05
Limón	2	unidad	S/. 0.08	S/. 0.16
Coco rallado	0.1	kg	16.96	S/. 1.70
Manjarblanco	0.5	kg	12.41	S/. 6.21
Total				S/. 12.48

N° Porciones	28
Costo Porción	S/. 0.45
Pack x 20	S/. 8.92
Pack x 30	S/. 13.37
Pack x 40	S/. 17.83
Pack x 50	S/. 22.29
Pack x 60	S/. 26.75

Elaboración propia, 2015.



Figura 54. Alfajorcito de maizena.  
 Pinterest, 2016.



Tabla 67  
*Costo de Galleta temática*

Galleta temática	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina sin preparar	0.2	kg	S/. 3.27	S/. 0.65
Maizena	0.1	kg	S/. 0.66	S/. 0.07
Margarina	0.15	kg	S/. 8.50	S/. 1.28
Azúcar impalpable	0.32	kg	S/. 6.57	S/. 2.10
Huevos	2	unidad	S/. 0.33	S/. 0.66
Colorante vegetal	3	ml	S/. 0.10	S/. 0.30
Total				S/. 5.06

N° Porciones	20
Costo Porción	S/. 0.25
Pack x 20	S/. 5.06
Pack x 30	S/. 7.59
Pack x 40	S/. 10.11
Pack x 50	S/. 12.64
Pack x 60	S/. 15.17

Elaboración propia, 2015.



Figura 55. Galleta temática.  
 Pinterest, 2016.

**-Golosinas artesanales y/o decoradas.**

Tabla 68  
*Costo de Popcake*

Popcake	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina preparada	0.25	kg	S/. 5.21	S/. 1.30
Azúcar blanca	0.25	kg	S/. 3.15	S/. 0.79
Huevos	4	unidad	S/. 0.33	S/. 1.32
Margarina	0.25	kg	S/. 8.50	S/. 2.13
Esencia de vainilla	5	ml	S/. 0.02	S/. 0.10
Cocoa repostera	0.05	kg	S/. 29.90	S/. 1.50
Chocolate cobertura de leche	0.3	kg	S/. 15.00	S/. 4.50
Chocolate cobertura blanco	0.08	kg	S/. 15.33	S/. 1.15
Grageas de colores	0.03	kg	S/. 14.70	S/. 0.37
Vermicelli de colores	0.03	kg	S/. 25.46	S/. 0.64
Palitos para popcakes	15	unidad	S/. 0.03	S/. 0.45
Total				S/. 14.23

N ° Porciones	18
Costo Porción	S/. 0.79
Pack x 20	S/. 15.82
Pack x 30	S/. 23.72
Pack x 40	S/. 31.63
Pack x 50	S/. 39.54
Pack x 60	S/. 47.45

Elaboración propia, 2015.



Figura 56. Popcake.  
Pinterest, 2016.

Tabla 69  
*Costo de Paleta de caramelo*

Paleta de caramelo	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Azúcar blanca	0.2	kg	S/. 3.15	S/. 0.63
Glucosa	0.16	lt	S/. 18.80	S/. 3.01
Esencia de vainilla	3	ml	S/. 0.02	S/. 0.06
Colorante vegetal	5	ml	S/. 0.10	S/. 0.50
Palito de brocheta 15 cm	22	unidad	S/. 0.03	S/. 0.66
Film plástico	6	m	S/. 0.25	S/. 1.50
Total				S/. 6.36

N° Porciones	22
Costo Porción	S/. 0.29
Pack x 20	S/. 5.78
Pack x 30	S/. 8.67
Pack x 40	S/. 11.56
Pack x 50	S/. 14.45
Pack x 60	S/. 17.34

Elaboración propia, 2015.



Figura 57. Paleta de caramelo.  
Pinterest, 2016.

Tabla 70  
*Costo de Marshmallow pop*

Marshmallow pop	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Marshmallow	52	unidad	S/. 0.09	S/. 4.68
Chocolate cobertura de leche	0.45	kg	S/. 15.00	S/. 6.75
Vermicelli de colores	0.1	kg	S/. 25.46	S/. 2.55
Palitos de brocheta 15 cm	52	unidad	S/. 0.03	S/. 1.56
Cinta de agua gruesa	1	m	S/. 0.23	S/. 0.23
Total				S/. 15.77

N° Porciones	52
Costo Porción	S/. 0.30
Pack x 20	S/. 6.06
Pack x 30	S/. 9.10
Pack x 40	S/. 12.13
Pack x 50	S/. 15.16
Pack x 60	S/. 18.19

Elaboración propia, 2015.



*Figura 58.* Marshmallow pop.  
 Pinterest, 2016.

Tabla 71  
*Costo de Tubito de lentejitas*

Tubito de lentejitas	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Lentejitas	24	unidad	S/. 0.39	S/. 9.36
Tubitos plásticos c/tapita	24	unidad	S/. 0.45	S/. 10.80
Cinta borlón decorativa 5 mm	3.5	m	S/. 0.35	S/. 1.23
Cartulina hilo	1	hoja	S/. 0.14	S/. 0.14
Barra de silicona delgada	0.5	unidad	S/. 0.33	S/. 0.17
Total				S/. 21.69

N° Porciones	24
Costo Porción	S/. 0.90
Pack x 20	S/. 18.08
Pack x 30	S/. 27.11
Pack x 40	S/. 36.15
Pack x 50	S/. 45.19
Pack x 60	S/. 54.23

Elaboración propia, 2015.



Figura 59. Tubito de lentejitas.  
 Pinterest, 2016.

Tabla 72

*Costo de Moneda de chocolate c/temática*

Moneda de chocolate c/temática	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Monedas de chocolate	48	unidad	S/. 0.14	S/. 6.50
Papel adhesivo brillante	2	hoja	S/. 0.83	S/. 1.66
Total				S/. 8.16

N° Porciones	48
Costo Porción	S/. 0.17
Pack x 20	S/. 3.40
Pack x 30	S/. 5.10
Pack x 40	S/. 6.80
Pack x 50	S/. 8.50
Pack x 60	S/. 10.20

Elaboración propia, 2015.



*Figura 60.* Moneda de chocolate c/temática.  
Pinterest, 2016.

**-Cupcakes.**

Tabla 73

*Costo de Cupcake c/topping temático*

Cupcake c/topping temático	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina sin preparar	0.3	kg	S/. 3.27	S/. 0.98
Margarina	0.25	kg	S/. 8.50	S/. 2.13
Azúcar impalpable	0.45	kg	S/. 6.57	S/. 2.96
Huevos	3	unidad	S/. 0.33	S/. 0.99
Esencia de vainilla	3	ml	S/. 0.02	S/. 0.06
Maizena	0.05	kg	S/. 6.55	S/. 0.33
Levadura en polvo	1	sobre	S/. 0.90	S/. 0.90
Mantequilla	0.03	kg	S/. 26.50	S/. 0.80
Colorante vegetal	3	ml	S/. 0.10	S/. 0.30
Pirotines # 7	12	unidad	S/. 0.01	S/. 0.12
Cartulina hilo	0.5	hoja	S/. 0.14	S/. 0.07
Papel de colores	0.5	hoja	S/. 0.10	S/. 0.05
Mondadientes	12	unidad	S/. 0.01	S/. 0.12
Grageas de colores	0.05	kg	S/. 14.70	S/. 0.74
Vermicelli de colores	0.05	kg	S/. 25.46	S/. 1.27
Total				S/. 11.80

N° Porciones	12
Costo Porción	S/. 0.98
Pack x 20	S/. 19.67
Pack x 30	S/. 29.51
Pack x 40	S/. 39.34
Pack x 50	S/. 49.18
Pack x 60	S/. 59.02

Elaboración propia, 2015.



*Figura 61.* Cupcake c/topping temático.  
Pinterest, 2016.



*Figura 62.* Cupcake c/topping temático.  
Pinterest, 2016.



**-Torta.**

Tabla 74  
*Costo de Torta temática c/vela mágica*

Torta temática c/vela mágica	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina preparada	1.25	kg	S/. 5.21	S/. 6.51
Azúcar blanca	1.55	kg	S/. 3.15	S/. 4.88
Huevos	30	unidad	S/. 0.33	S/. 9.90
Papel manteca	1	pliego	S/. 0.18	S/. 0.18
Film plástico	2	m	S/. 0.25	S/. 0.50
Manjarblanco	3	kg	S/. 12.41	S/. 37.23
Leche evaporada	0.5	lata	S/. 2.08	S/. 1.04
Chocolate cobertura de leche	0.6	kg	S/. 15.00	S/. 9.00
Masa elástica	2.5	kg	S/. 11.00	S/. 27.50
Colorante vegetal	8	ml	S/. 0.10	S/. 0.80
Vela mágica	1	unidad	S/. 2.50	S/. 2.50
Total				S/. 100.05

1 Torta temática	S/. 100.05
---------------------	------------

Elaboración propia, 2015.

\*Torta de 2 pisos, molde 26cm y molde de 40 cm.



*Figura 63.* Torta temática c/ vela mágica.  
Pinterest, 2016.

#### 4.5.3. Costeo de Servicio Completo.

Una vez hallados los costos variables de cada producto, se realizó un resumen del paquete completo que se ofrecerá, determinando los costos totales según el número de invitados del evento. A continuación se presenta los costos finales por cada servicio o paquete completo, y seguidamente algunas imágenes referenciales de la disposición en el espacio, de los artículos decorativos personalizados y catering temático, para brindar una idea del resultado del servicio completo de la empresa.

Tabla 75  
*Costeo de Servicio Completo de Decoración y Catering*

Costeo de Servicio Completo de Decoración y Catering						
Decoración		20	30	40	50	60
		invitados	invitados	invitados	invitados	invitados
Fondo decorativo de papel	4 Pompones de seda	S/.3.96	S/.3.96	S/.3.96	S/.3.96	S/.3.96
	8 Medallones de papel	S/.7.76	S/.7.76	S/.7.76	S/.7.76	S/.7.76
	1 Banderín Feliz Cumple	S/.7.82	S/.7.82	S/.7.82	S/.7.82	S/.7.82
Artículos decorativos para mesa	4 Toppings para bocaditos	S/.0.30	S/.0.30	S/.0.30	S/.0.30	S/.0.30
	3 Cartelitos para bocaditos	S/.0.22	S/.0.22	S/.0.22	S/.0.22	S/.0.22
	Caja Pop Corn	S/.14.11	S/.21.17	S/.28.22	S/.35.28	S/.42.34
	Caja para Torta	S/.11.13	S/.16.69	S/.22.25	S/.27.81	S/.33.38
	Bolsita Snack Pack	S/.10.62	S/.15.93	S/.21.24	S/.26.55	S/.31.86
	1 Letra de madera	S/.3.60	S/.3.60	S/.3.60	S/.3.60	S/.3.60
Artículos decorativos para salón	1 Nube de globos	S/.4.93	S/.4.93	S/.4.93	S/.4.93	S/.4.93
	1 Banderín Bienvenidos	S/.7.86	S/.7.86	S/.7.86	S/.7.86	S/.7.86
	1 Banderín Happy Birthday	S/.8.38	S/.8.38	S/.8.38	S/.8.38	S/.8.38
Cajas de sorpresa	-	S/.47.75	S/.71.63	S/.95.50	S/.119.38	S/.143.25
Invitaciones	-	S/.32.98	S/.49.47	S/.65.96	S/.82.45	S/.98.94
Piñata	-	S/.10.20	S/.10.20	S/.10.20	S/.10.20	S/.10.20
Catering						
Bocaditos salados	Mini triple de jamón y queso	S/.17.21	S/.25.81	S/.34.41	S/.43.02	S/.51.62
	Petit de pollo	S/.14.37	S/.21.55	S/.28.74	S/.35.92	S/.43.10
	Empanadita de carne	S/.8.41	S/.12.62	S/.16.83	S/.21.03	S/.25.24
Bocaditos dulces	Mini brownie	S/.8.45	S/.12.68	S/.16.90	S/.21.13	S/.25.36
	Alfajorcito de maizena	S/.8.92	S/.13.37	S/.17.83	S/.22.29	S/.26.75
	Galleta temática	S/.5.06	S/.7.59	S/.10.11	S/.12.64	S/.15.17
Golosinas artesanales y/o decoradas	Popcake	S/.15.82	S/.23.72	S/.31.63	S/.39.54	S/.47.45
	Paleta de caramelo	S/.5.78	S/.8.67	S/.11.56	S/.14.45	S/.17.34
	Marshmallow pop	S/.6.06	S/.9.10	S/.12.13	S/.15.16	S/.18.19
	Tubito de lentejitas	S/.18.08	S/.27.11	S/.36.15	S/.45.19	S/.54.23
	Moneda de chocolate c/temática	S/.3.40	S/.5.10	S/.6.80	S/.8.50	S/.10.20
Cupcakes	-	S/.19.67	S/.29.51	S/.39.34	S/.49.18	S/.59.02
Torta	-	S/.100.05	S/.100.05	S/.100.05	S/.100.05	S/.100.05
Total		S/.402.87	S/.526.78	S/.650.68	S/.774.58	S/.898.48

Elaboración propia, 2016.



Figura 64. Fiesta Sweet Bird .  
Pinterest, 2016.

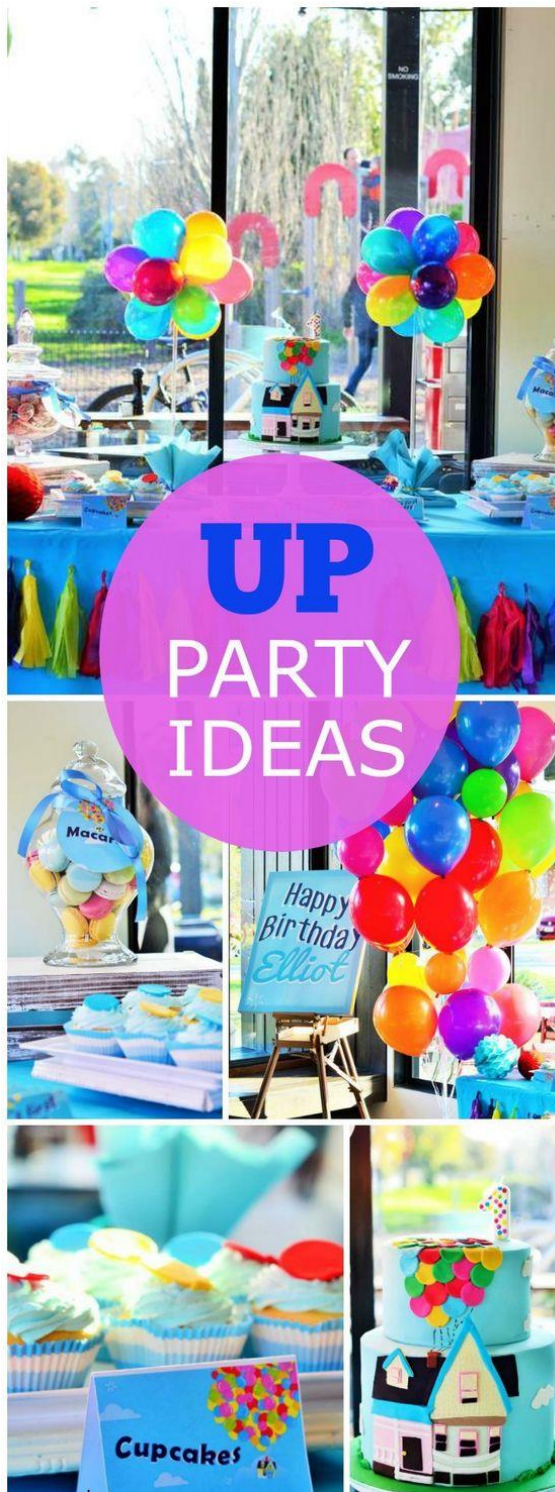


Figura 65. Fiesta Flamingo .  
Pinterest, 2016.





Figura 66. Fiesta Náutica.  
Pinterest, 2016.



*Figura 67.* Fiesta Up.  
Pinterest, 2016.



Figura 68. Fiesta Arte.  
Pinterest, 2016.

#### 4.5.4. Estructura de Costos.

En esta fase del proyecto, se determinan todos los costos a asumir anualmente del 2017 al 2021, es decir durante los primeros 5 años de funcionamiento del negocio. En esta estructura se observa que el costo variable unitario según tipo de evento se adecúa al número de eventos proyectados por año, los que fueron definidos anteriormente en la *Determinación de la demanda*, dentro del *Estudio de Mercado*, donde las proyecciones fueron halladas con la tasa de crecimiento. A continuación se detalla toda la estructura de costos.



Tabla 76  
Estructura de costos con tasa de crecimiento

Estructura de costos con tasa de crecimiento						
		2017	2018	2019	2020	2021
		89	92	95	98	101
Servicio Completo	Costo unitario					
20 invitados	S/. 402.87	S/. 4,431.61	S/. 4,431.61	S/. 4,431.61	S/. 4,834.48	S/. 4,834.48
30 invitados	S/. 526.78	S/. 13,169.39	S/. 13,696.17	S/. 14,222.95	S/. 14,749.72	S/. 15,276.50
40 invitados	S/. 650.68	S/. 10,410.85	S/. 10,410.85	S/. 11,061.53	S/. 11,061.53	S/. 11,712.21
50 invitados	S/. 774.58	S/. 7,745.81	S/. 8,520.39	S/. 8,520.39	S/. 9,294.97	S/. 8,520.39
60 invitados	S/. 898.48	S/. 24,259.04	S/. 25,157.53	S/. 26,056.01	S/. 26,056.01	S/. 27,852.97
<b>Costos Directos</b>		S/. 60,016.70	S/. 62,216.54	S/. 64,292.48	S/. 65,996.71	S/. 68,196.55
Asistente de Decoración y Catering		S/.11,900.00	S/.11,900.00	S/.11,900.00	S/.11,900.00	S/.11,900.00
<b>Costos Indirectos</b>		S/.11,900.00	S/.11,900.00	S/.11,900.00	S/.11,900.00	S/.11,900.00
<b>Costos de Producción</b>		S/.71,916.70	S/.74,116.54	S/.76,192.48	S/.77,896.71	S/.80,096.55
Gerente		S/.14,000.00	S/.14,000.00	S/.14,000.00	S/.14,000.00	S/.14,000.00
Contador		S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00
Servicios		S/.9,420.00	S/.11,520.00	S/.11,520.00	S/.11,520.00	S/.11,520.00
Artículos de oficina		S/.1,349.00	S/.1,349.00	S/.1,349.00	S/.1,349.00	S/.1,349.00
Artículos generales de limpieza		S/.412.40	S/.412.40	S/.412.40	S/.412.40	S/.412.40
<b>Gastos Administrativos</b>		S/.29,981.40	S/.32,081.40	S/.32,081.40	S/.32,081.40	S/.32,081.40
Muebles y enseres		S/.1,138.60	S/.1,138.60	S/.1,138.60	S/.1,138.60	S/.1,138.60
Equipos de cómputo		S/.628.75	S/.628.75	S/.628.75	S/.628.75	S/.628.75
<b>Depreciación</b>		S/.1,767.35	S/.1,767.35	S/.1,767.35	S/.1,767.35	S/.1,767.35
Gastos Financieros		S/.1,629.01	S/.1,342.22	S/.1,018.73	S/.653.83	S/.242.22
<b>COSTO TOTAL</b>		S/.105,294.46	S/.109,307.51	S/.111,059.96	S/.112,399.28	S/.114,187.51

Elaboración propia, 2016.

Para diseñar esta estructura de costos, se empezó por determinar los costos de producción del negocio, empezando por los costos directos, que fueron hallados con el costo variable de cada servicio multiplicado por el número de eventos anuales proyectados; y luego de ello, se continuó hallando los costos indirectos, incluyendo aquí las remuneraciones del asistente de decoración y catering.

Seguidamente, se hallaron los gastos administrativos de la empresa, que incluyen remuneraciones y también costos fijos del negocio. Se continuó hallando la depreciación de muebles y enseres así como de equipos de cómputo, adquiridos en la inversión inicial, para lo que se asignó una depreciación del 10% para el primero y del 25% para el segundo.

Cabe resaltar que siendo 10 años el tiempo de vida de los muebles y enseres, se halló un monto de “vida útil” a favor por los siguientes 5 años (2022-2026) que resultó un total de S/. 5,693.00, dato que será utilizado más adelante en los flujos de caja, como concepto de “valor residual”.

Finalmente, para cerrar con la estructura de costos, se colocaron los gastos financieros del préstamo solicitado al banco, que suponen sólo los intereses anuales del mismo. Para determinar el monto del crédito a solicitar al banco, se tuvo que hallar el monto de la inversión total del proyecto, para así definir el porcentaje que sería sostenido por el crédito. El detalle de estos

datos, se muestra en la página siguiente, con el concepto de *Inversión total*.

Se debe explicar que se preparó la estructura de costos antes de hallar la inversión total que permitiría saber el monto del préstamo, ya que a través de esta estructura se logró determinar el total del capital de trabajo (costos de producción), necesario para iniciar el proyecto, monto que se requirió para determinar la inversión total.

#### 4.5.5. Capital de Trabajo.

Para hallar la inversión total, se necesitó hallar el capital de trabajo necesario para cubrir al menos los 2 primeros meses de funcionamiento del negocio, y para ello, se extrajo de la estructura de costos, el monto del costo de producción del primer año, como se muestra a continuación.

Tabla 77  
*Capital de trabajo 2017*

Capital de trabajo 2017	
1° Año	S/.71,916.70
Mensual	S/.5,993.06
2 Primeros meses	S/.11,986.12

Elaboración propia, 2016.

Con este dato, se pudo hallar luego la inversión total del proyecto, considerando S/.11,986.12 para el concepto de capital de trabajo.

#### 4.5.6. Inversión Total.

La inversión total se halló sumando la inversión inicial, tangible e intangible, junto con el capital de trabajo de los 2 primeros meses, obteniendo así un monto final de S/.36,154.05. De este monto, se asumió el 60% como inversión propia y el 40% como inversión financiada a través de un crédito bancario, tal como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 78  
*Inversión Total*

Inversión Total		
Inversión Tangible		S/.22,241.00
Inversión Intangible		S/.1,926.93
Capital de Trabajo		S/.11,986.12
<b>Total</b>		<b>S/.36,154.05</b>
Propia	60%	S/.21,692.43
Banco	40%	S/.14,461.62

Elaboración propia, 2016.

Una vez hallado el monto del crédito, se eligió trabajar con el BBVA Banco Continental, para solicitar el préstamo, para lo que se le asignó a la empresa una T.E.A. de 12.8%, siendo considerada dentro del rango de “pequeña empresa”. En base a esta tasa de interés se halló la tasa de interés mensual igual a 1.008%, para lo que se calculó una cuota mensual de S/.322.46. A continuación se muestra el programa de pagos del préstamo, mes a mes, durante los 5 años del proyecto.

Tabla 79  
*Programa de Pagos del Préstamo*

Periodos	Principal	Amortización	Interés	Cuota	Escudo fiscal
0	S/.14,461.62	0	0	0	0
1	S/.14,461.62	S/.176.58	S/.145.88	S/.322.46	S/.40.85
2	S/.14,285.04	S/.178.36	S/.144.10	S/.322.46	S/.40.35
3	S/.14,106.69	S/.180.16	S/.142.30	S/.322.46	S/.39.85
4	S/.13,926.53	S/.181.97	S/.140.49	S/.322.46	S/.39.34
5	S/.13,744.56	S/.183.81	S/.138.65	S/.322.46	S/.38.82
6	S/.13,560.75	S/.185.66	S/.136.80	S/.322.46	S/.38.30
7	S/.13,375.08	S/.187.54	S/.134.92	S/.322.46	S/.37.78
8	S/.13,187.55	S/.189.43	S/.133.03	S/.322.46	S/.37.25
9	S/.12,998.12	S/.191.34	S/.131.12	S/.322.46	S/.36.71
10	S/.12,806.78	S/.193.27	S/.129.19	S/.322.46	S/.36.17
11	S/.12,613.51	S/.195.22	S/.127.24	S/.322.46	S/.35.63
12	S/.12,418.29	S/.197.19	S/.125.27	S/.322.46	S/.35.08
13	S/.12,221.10	S/.199.18	S/.123.28	S/.322.46	S/.34.52
14	S/.12,021.93	S/.201.19	S/.121.27	S/.322.46	S/.33.96
15	S/.11,820.74	S/.203.22	S/.119.24	S/.322.46	S/.33.39
16	S/.11,617.52	S/.205.27	S/.117.19	S/.322.46	S/.32.81
17	S/.11,412.26	S/.207.34	S/.115.12	S/.322.46	S/.32.23
18	S/.11,204.92	S/.209.43	S/.113.03	S/.322.46	S/.31.65
19	S/.10,995.49	S/.211.54	S/.110.92	S/.322.46	S/.31.06
20	S/.10,783.95	S/.213.68	S/.108.79	S/.322.46	S/.30.46
21	S/.10,570.28	S/.215.83	S/.106.63	S/.322.46	S/.29.86
22	S/.10,354.44	S/.218.01	S/.104.45	S/.322.46	S/.29.25
23	S/.10,136.44	S/.220.21	S/.102.25	S/.322.46	S/.28.63
24	S/.9,916.23	S/.222.43	S/.100.03	S/.322.46	S/.28.01
25	S/.9,693.80	S/.224.67	S/.97.79	S/.322.46	S/.27.38
26	S/.9,469.13	S/.226.94	S/.95.52	S/.322.46	S/.26.75
27	S/.9,242.19	S/.229.23	S/.93.23	S/.322.46	S/.26.11
28	S/.9,012.96	S/.231.54	S/.90.92	S/.322.46	S/.25.46
29	S/.8,781.42	S/.233.88	S/.88.58	S/.322.46	S/.24.80
30	S/.8,547.55	S/.236.24	S/.86.23	S/.322.46	S/.24.14
31	S/.8,311.31	S/.238.62	S/.83.84	S/.322.46	S/.23.48
32	S/.8,072.69	S/.241.03	S/.81.44	S/.322.46	S/.22.80
33	S/.7,831.67	S/.243.46	S/.79.00	S/.322.46	S/.22.12

Periodo	Principal	Amortización	Interés	Cuota	Escudo fiscal
34	S/.7,588.21	S/.245.91	S/.76.55	S/.322.46	S/.21.43
35	S/.7,342.30	S/.248.39	S/.74.07	S/.322.46	S/.20.74
36	S/.7,093.90	S/.250.90	S/.71.56	S/.322.46	S/.20.04
37	S/.6,843.01	S/.253.43	S/.69.03	S/.322.46	S/.19.33
38	S/.6,589.58	S/.255.99	S/.66.47	S/.322.46	S/.18.61
39	S/.6,333.59	S/.258.57	S/.63.89	S/.322.46	S/.17.89
40	S/.6,075.02	S/.261.18	S/.61.28	S/.322.46	S/.17.16
41	S/.5,813.84	S/.263.81	S/.58.65	S/.322.46	S/.16.42
42	S/.5,550.03	S/.266.47	S/.55.99	S/.322.46	S/.15.68
43	S/.5,283.56	S/.269.16	S/.53.30	S/.322.46	S/.14.92
44	S/.5,014.40	S/.271.88	S/.50.58	S/.322.46	S/.14.16
45	S/.4,742.52	S/.274.62	S/.47.84	S/.322.46	S/.13.40
46	S/.4,467.90	S/.277.39	S/.45.07	S/.322.46	S/.12.62
47	S/.4,190.51	S/.280.19	S/.42.27	S/.322.46	S/.11.84
48	S/.3,910.32	S/.283.01	S/.39.45	S/.322.46	S/.11.04
49	S/.3,627.31	S/.285.87	S/.36.59	S/.322.46	S/.10.25
50	S/.3,341.44	S/.288.75	S/.33.71	S/.322.46	S/.9.44
51	S/.3,052.69	S/.291.67	S/.30.79	S/.322.46	S/.8.62
52	S/.2,761.02	S/.294.61	S/.27.85	S/.322.46	S/.7.80
53	S/.2,466.41	S/.297.58	S/.24.88	S/.322.46	S/.6.97
54	S/.2,168.83	S/.300.58	S/.21.88	S/.322.46	S/.6.13
55	S/.1,868.25	S/.303.61	S/.18.85	S/.322.46	S/.5.28
56	S/.1,564.63	S/.306.68	S/.15.78	S/.322.46	S/.4.42
57	S/.1,257.96	S/.309.77	S/.12.69	S/.322.46	S/.3.55
58	S/.948.19	S/.312.90	S/.9.57	S/.322.46	S/.2.68
59	S/.635.29	S/.316.05	S/.6.41	S/.322.46	S/.1.79
60	S/.319.24	S/.319.24	S/.3.22	S/.322.46	S/.0.90

Elaboración propia, 2016.

Luego de ser hallados los intereses mensuales del préstamo, se elabora una tabla de resumen de pagos donde se determinan los montos a pagar anualmente por concepto de intereses, cuota y escudo fiscal, como se muestra en la siguiente tabla. Los datos de intereses de la tabla a continuación, sirvieron para completar

el concepto anual de gastos financieros en la estructura de costos, que se halló previamente en la Tabla 76. A continuación se observa el resumen completo anual del programa de pagos del préstamo.

Tabla 80  
*Resumen Anual del Programa de Pagos del Préstamo*

Año	Interés	Cuota	Escudo fiscal
1	S/.1,629.01	S/.3,869.53	S/.456.12
2	S/.1,342.22	S/.3,869.53	S/.375.82
3	S/.1,018.73	S/.3,869.53	S/.285.24
4	S/.653.83	S/.3,869.53	S/.183.07
5	S/.242.22	S/.3,869.53	S/.67.82
<b>Total</b>	<b>S/.4,886.01</b>	<b>S/.19,347.63</b>	<b>S/.1,368.08</b>

Elaboración propia, 2016.

#### 4.5.7. Costo de Oportunidad del Proyecto.

Continuando con el estudio del proyecto, se debe analizar el costo de oportunidad del negocio en conjunto, así como el costo de oportunidad del capital invertido por los socios en el mismo, antes de llegar a los estados resultados y los flujos de caja.

En esta fase se asigna un costo de oportunidad, al capital aportado por los socios (o la inversión propia), que en este caso corresponde al 60% de la inversión total del proyecto. Ahora bien, del mismo modo en que el banco como inversionista del 40% necesita un rendimiento de su dinero en un 13% anual (T.E.A. es igual a 12.8% exactamente), que es cobrado a través de sus

intereses; así también los socios o el ejecutor del proyecto que aporta el 60%, necesita un rendimiento de su dinero como “premio al riesgo”, para lo que se asignó un COK (costo de oportunidad del capital) de un punto más que el banco, igual a 14% anual, siendo la inversión, mayor a la del banco.

Como se observa en la tabla siguiente, cada inversor tiene un porcentaje de aportación y un COK asignado, para con ello poder hallar el WACC (Weighted Average Cost of Capital) del proyecto, que es el costo medio ponderado del capital, donde básicamente lo que se halla es un promedio de los costos de oportunidad del capital de las fuentes inversoras del proyecto, con una suma de ponderaciones, halladas en base al porcentaje de aportación y al COK, de cada uno de los inversores. A continuación se muestra la tabla donde se halló el WACC del proyecto.

Tabla 81  
Determinación del WACC

Inversores	Aportación	COK	I.R.	Ponderación
Socios	60%	14%	1	8%
Banco	40%	13%	0.72	4%
<b>WACC</b>				<b>12%</b>

Elaboración propia, 2016.

De este modo, se determinó el WACC, que viene a ser el costo de oportunidad del proyecto en conjunto, basado en el COK de sus dos fuentes inversoras, dando como resultado un 12%. Para ello se multiplicó por concepto separado de cada inversor, el porcentaje de aportación por el COK por I.R (Impuesto a la



Renta), para obtener con ello una ponderación y con la sumatoria de estas ponderaciones hallar el WACC. Se debe mencionar que por concepto de I.R., en el caso del banco se le multiplica un 0.72 o 72% para poder restar el 28% del impuesto a la renta a pagar por la entidad financiera, ya que a la tasa del banco se le retira esta tasa de impuestos, y en el caso de los socios sólo se coloca un “1” para mantener la ponderación sin alteraciones, ya que a la inversión de los socios no se le aplica impuestos.

Es importante decir que la tabla que se mostró previamente, para determinar el WACC, se adecuó para ser de fácil comprensión, pero se elaboró en base a la fórmula siguiente:

$$WACC = (\% A_S * COK_S) + (\% A_E * COK_E) * (1 - I.R.)$$

%A<sub>S</sub>: Porcentaje de aportación de los socios

%A<sub>E</sub>: Porcentaje de aportación de la entidad financiera

COK<sub>S</sub>: Costo de oportunidad de los socios

COK<sub>E</sub>: Costo de oportunidad de la entidad financiera

I.R.: Impuesto a la Renta (28% en el Perú)

#### 4.5.8. Precio de Venta.

Continuando con el proyecto, se determinó el precio de venta por cada servicio a ofrecer, asignando un monto según el número de invitados del evento, ya que se ofrecerán paquetes para 20, 30, 40, 50 y 60 invitados.

Se debe mencionar que los precios establecidos, se adecuaron de acuerdo a los precios de la competencia directa,

siendo los de este proyecto, menores a ellos. Se mantuvo un margen de contribución proporcional al número de invitados por evento, ya que como se determinó anteriormente, a más invitados más productos incluidos en el paquete.

El servicio completo de decoración y catering incluye la elaboración de artículos decorativos y bocaditos según temática elegida, y además, el montaje completo de todo ello para el evento, ya sea en casa o local elegido por el cliente. Adicionalmente, dentro de cada paquete según número de invitados, se incluye el alquiler de determinados elementos decorativos para mesa, que deberán ser retornados al culminar el evento. A continuación, se presentan los precios de venta de cada uno de los paquetes y los elementos decorativos (alquiler) que están incluidos en el precio total de cada uno.

Tabla 82  
*Precio de venta según servicio*

n°	Costo	Precio de Venta	Margen de contribución
20 invitados	S/.402.87	S/.800.00	S/.397.13
30 invitados	S/.526.78	S/.1,050.00	S/.523.22
40 invitados	S/.650.68	S/.1,300.00	S/.649.32
50 invitados	S/.774.58	S/.1,550.00	S/.775.42
60 invitados	S/.898.48	S/.1,795.00	S/.896.52

Elaboración propia, 2016.

Tabla 83  
*Elementos decorativos de alquiler incluidos según paquete*

Paquete	Elementos decorativos de alquiler incluidos
20 invitados	Bomboneras, fuentes y portacupcakes.
30 invitados	Bomboneras, fuentes y portacupcakes.
40 invitados	Bomboneras, fuentes y portacupcakes.
50 invitados	Bomboneras, fuentes, portacupcakes y dispensador de bebida.
60 invitados	Máquina de canchita, máquina de algodón de azúcar, fuente eléctrica de chocolate, bomboneras, fuentes, portacupcakes y dispensador de bebida.

Elaboración propia, 2016.

#### 4.5.9. Estado de Resultados.

Habiendo determinado los precios de venta y las proyecciones de venta de cada uno de los paquetes durante los próximos 5 años del proyecto, se procedió a armar el estado de resultados, donde se colocaron los ingresos proyectados, a los que se les restó los costos de ventas (costos de producción), los gastos administrativos, las depreciaciones de artículos de la inversión inicial, y finalmente los gastos financieros. A todo ello, se le redujo el impuesto a la renta, obteniendo así la utilidad neta de cada año.

Se debe mencionar, que se elaboraron dos estados de resultados, uno que sirvió para plantear más adelante el flujo de caja financiero; y otro, que sirvió para el flujo de caja económico, donde en este último, no se restaron los gastos financieros, sino

que se redujo ese concepto a cero, proyectando un escenario en el que no se realizaría ningún préstamo para el financiamiento.

Los resultados de las utilidades netas fueron positivos en todos los años proyectados, tanto en estado de resultados para el flujo de caja financiero como para el flujo de caja económico, lo que significa que los ingresos brutos, son suficientes para cubrir con los costos de producción, los gastos administrativos, la depreciación anual y los gastos financieros de la empresa, incluyendo además el pago del impuesto a la renta.

A continuación se presentan los estados de resultados de la empresa, financiero y económico, proyectados a los próximos 5 años de funcionamiento de la misma, pudiendo observar en ellos los resultados de utilidades netas positivas en ambos y en cada año.

Tabla 84  
*Estado de Resultados para el Flujo de Caja Financiero*

Estado de Resultados					
Servicio Decoración y Catering	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
20 invitados	S/.8,800.00	S/.8,800.00	S/.8,800.00	S/.9,600.00	S/.9,600.00
30 invitados	S/.26,250.00	S/.27,300.00	S/.28,350.00	S/.29,400.00	S/.30,450.00
40 invitados	S/.20,800.00	S/.20,800.00	S/.22,100.00	S/.22,100.00	S/.23,400.00
50 invitados	S/.15,500.00	S/.17,050.00	S/.17,050.00	S/.18,600.00	S/.17,050.00
60 invitados	S/.48,465.00	S/.50,260.00	S/.52,055.00	S/.52,055.00	S/.55,645.00
<b>Total Ingresos Brutos</b>	<b>S/.119,815.00</b>	<b>S/.124,210.00</b>	<b>S/.128,355.00</b>	<b>S/.131,755.00</b>	<b>S/.136,145.00</b>
Costo de Ventas	S/.71,916.70	S/.74,116.54	S/.76,192.48	S/.77,896.71	S/.80,096.55
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>S/.47,898.30</b>	<b>S/.50,093.46</b>	<b>S/.52,162.52</b>	<b>S/.53,858.29</b>	<b>S/.56,048.45</b>
Gastos Administrativos	S/.29,981.40	S/.32,081.40	S/.32,081.40	S/.32,081.40	S/.32,081.40
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>S/.17,916.90</b>	<b>S/.18,012.06</b>	<b>S/.20,081.12</b>	<b>S/.21,776.89</b>	<b>S/.23,967.05</b>
Depreciación	S/.1,767.35	S/.1,767.35	S/.1,767.35	S/.1,767.35	S/.1,767.35
Gastos Financieros	S/.1,629.01	S/.1,342.22	S/.1,018.73	S/.653.83	S/.242.22
<b>Utilidad antes del I.R.</b>	<b>S/.14,520.54</b>	<b>S/.14,902.49</b>	<b>S/.17,295.04</b>	<b>S/.19,355.72</b>	<b>S/.21,957.49</b>
Impuesto a la Renta (28%)	S/.4,065.75	S/.4,172.70	S/.4,842.61	S/.5,419.60	S/.6,148.10
<b>Utilidad Neta</b>	<b>S/.10,454.79</b>	<b>S/.10,729.79</b>	<b>S/.12,452.43</b>	<b>S/.13,936.12</b>	<b>S/.15,809.39</b>

Elaboración propia, 2016.

Tabla 85  
*Estado de Resultados para el Flujo de Caja Económico*

Estado de Resultados					
Servicio Decoración y Catering	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
20 invitados	S/.8,800.00	S/.8,800.00	S/.8,800.00	S/.9,600.00	S/.9,600.00
30 invitados	S/.26,250.00	S/.27,300.00	S/.28,350.00	S/.29,400.00	S/.30,450.00
40 invitados	S/.20,800.00	S/.20,800.00	S/.22,100.00	S/.22,100.00	S/.23,400.00
50 invitados	S/.15,500.00	S/.17,050.00	S/.17,050.00	S/.18,600.00	S/.17,050.00
60 invitados	S/.48,465.00	S/.50,260.00	S/.52,055.00	S/.52,055.00	S/.55,645.00
<b>Total Ingresos Brutos</b>	<b>S/.119,815.00</b>	<b>S/.124,210.00</b>	<b>S/.128,355.00</b>	<b>S/.131,755.00</b>	<b>S/.136,145.00</b>
Costo de Ventas	S/.71,916.70	S/.74,116.54	S/.76,192.48	S/.77,896.71	S/.80,096.55
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>S/.47,898.30</b>	<b>S/.50,093.46</b>	<b>S/.52,162.52</b>	<b>S/.53,858.29</b>	<b>S/.56,048.45</b>
Gastos Administrativos	S/.29,981.40	S/.32,081.40	S/.32,081.40	S/.32,081.40	S/.32,081.40
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>S/.17,916.90</b>	<b>S/.18,012.06</b>	<b>S/.20,081.12</b>	<b>S/.21,776.89</b>	<b>S/.23,967.05</b>
Depreciación	S/.1,767.35	S/.1,767.35	S/.1,767.35	S/.1,767.35	S/.1,767.35
Gastos Financieros	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
<b>Utilidad antes del I.R.</b>	<b>S/.16,149.55</b>	<b>S/.16,244.71</b>	<b>S/.18,313.77</b>	<b>S/.20,009.54</b>	<b>S/.22,199.70</b>
Impuesto a la Renta (28%)	S/.4,521.87	S/.4,548.52	S/.5,127.86	S/.5,602.67	S/.6,215.92
<b>Utilidad Neta</b>	<b>S/.11,627.68</b>	<b>S/.11,696.19</b>	<b>S/.13,185.92</b>	<b>S/.14,406.87</b>	<b>S/.15,983.79</b>

Elaboración propia, 2016.

#### 4.5.10. Módulos de I.G.V.

Para poder hallar los flujos de caja, que son el siguiente paso, se tuvieron que elaborar primero los módulos de costo y de ingreso de I.G.V. (Impuesto General a las Ventas) para poder determinar el monto correspondiente al concepto de I.G.V. a colocar en los flujos de caja.

A continuación se presentan los módulos que permitieron hallar el I.G.V. en las compras (módulo de costo) y ventas (módulo de ingreso) de la empresa, para finalmente hallar en el tercer módulo el I.G.V. a pagar anualmente.

Tabla 86  
Módulo de Costo

Módulo de Costo						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sin I.G.V.						
Inversión Tangible	S/.22,241.00					
Materia Prima		S/.60,016.70	S/.62,216.54	S/.64,292.48	S/.65,996.71	S/.68,196.55
Con I.G.V.						
Inversión Tangible	S/.26,244.38					
Materia Prima		S/.70,819.71	S/.73,415.52	S/.75,865.12	S/.77,876.11	S/.80,471.92

Elaboración propia, 2016.

Tabla 87  
Módulo del Ingreso

Módulo del Ingreso						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sin I.G.V.	S/.119,815.00	S/.124,210.00	S/.128,355.00	S/.131,755.00	S/.136,145.00	
Con I.G.V.	S/.141,381.70	S/.146,567.80	S/.151,458.90	S/.155,470.90	S/.160,651.10	

Elaboración propia, 2016.

Tabla 88  
Módulo de I.G.V.

Módulo de I.G.V.						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		S/.21,566.70	S/.22,357.80	S/.23,103.90	S/.23,715.90	S/.24,506.10
Inversión	S/.4,003.38					
Materia Prima		S/.10,803.01	S/.11,198.98	S/.11,572.65	S/.11,879.41	S/.12,275.38
Diferencia		S/.10,763.69	S/.11,158.82	S/.11,531.25	S/.11,836.49	S/.12,230.72
I.G.V. a pagar		S/.6,760.31	S/.11,158.82	S/.11,531.25	S/.11,836.49	S/.12,230.72

Elaboración propia, 2016.



#### 4.5.11. Flujos de Caja.

Una vez determinado el I.G.V. a pagar anualmente, se procede a armar los flujos de caja, tanto el económico como el financiero. Para ello, se empezó por indicar los ingresos brutos anuales con I.G.V., hallados previamente en el módulo de ingreso. Seguidamente se colocó el valor residual a favor o “vida útil”, que quedó en las depreciaciones de algunos artículos, dato que se halló en el acápite de estructura de costos.

A continuación se restaron los gastos de producción, correspondientes a la materia prima adquirida para elaborar los productos, incluyendo el I.G.V. de esas compras, como se halló en el módulo de costos. Luego, se restaron los gastos operativos, correspondientes a los costos indirectos anuales (salarios de colaboradores) y a los gastos administrativos, reflejados anteriormente también en la estructura de costos.

Finalmente, se restaron los impuestos correspondientes al impuesto a la renta y el I.G.V. , para con ello poder hallar los montos anuales correspondientes, en este caso, a los resultados del flujo de caja económico. Se debe mencionar, que en este flujo no se restan los gastos financieros, ya que se plantea un contexto en el que no se realizaría un préstamo a alguna entidad bancaria, asumiendo la inversión total como propia al 100%, sin financiamiento alguno de terceros. En el caso del flujo de caja financiero, se realizó el mismo procedimiento pero se restaron al final los gastos financieros, correspondientes al total de cuotas anuales. A continuación se presentan ambos flujos de caja.

Tabla 89  
Flujo de Caja Económico

Flujo de Caja Económico						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		S/.141,381.70	S/.146,567.80	S/.151,458.90	S/.155,470.90	S/.160,651.10
Valor Residual						S/.5,693.00
Inversión (-)	S/.36,154.05					
Gastos de Producción (-)		S/.70,819.71	S/.73,415.52	S/.75,865.12	S/.77,876.11	S/.80,471.92
Gastos Operativos (-)		S/.41,881.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40
Impuestos (-)		S/.4,521.87	S/.4,548.52	S/.5,127.86	S/.5,602.67	S/.6,215.92
I.G.V.		S/.6,760.31	S/.11,158.82	S/.11,531.25	S/.11,836.49	S/.12,230.72
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-S/.36,154.05</b>	<b>S/.17,398.41</b>	<b>S/.13,463.54</b>	<b>S/.14,953.27</b>	<b>S/.16,174.22</b>	<b>S/.17,751.14</b>

Elaboración propia, 2016.

Tabla 90  
Flujo de Caja Financiero

Flujo de Caja Financiero						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		S/.141,381.70	S/.146,567.80	S/.151,458.90	S/.155,470.90	S/.160,651.10
Valor Residual						S/.5,693.00
Inversión (-)	-S/.36,154.05					
Gastos de Producción (-)		S/.70,819.71	S/.73,415.52	S/.75,865.12	S/.77,876.11	S/.80,471.92
Gastos Operativos (-)		S/.41,881.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40
Impuestos (-)		S/.4,065.75	S/.4,172.70	S/.4,842.61	S/.5,419.60	S/.6,148.10
I.G.V.		S/.6,760.31	S/.11,158.82	S/.11,531.25	S/.11,836.49	S/.12,230.72
Préstamo (+)	S/.14,461.62					
Cuota (-)		S/.3,869.53	S/.3,869.53	S/.3,869.53	S/.3,869.53	S/.3,869.53
<b>Flujo de Caja Financiero</b>	<b>-S/.21,692.43</b>	<b>S/.13,985.00</b>	<b>S/.9,969.84</b>	<b>S/.11,368.99</b>	<b>S/.12,487.77</b>	<b>S/.13,949.43</b>

Elaboración propia, 2016.

#### 4.5.12. Factibilidad del Proyecto.

Hallados los flujos de caja económico y financiero, se observó que se obtuvieron resultados positivos en todos los años, en ambos flujos. Ahora bien, para determinar la factibilidad o rentabilidad del proyecto, se utilizó el método de “Valoración por Flujos de Caja Descontados” o método DCF por sus siglas en inglés (“Discounted Cash Flow”), que es ampliamente utilizado para valorizar proyectos, empresas o activos, habiendo demostrado ser uno de los más valiosos y confiables en temas de valorización.

Para emplear este método, se tomaron los resultados proyectados en los flujos de caja, para luego “actualizarlos” o traerlos al valor presente, hallando el V.A.N. (Valor Actual Neto) a través de una tasa de descuento o coste de capital, donde se debe tener en cuenta que la tasa de descuento a utilizar corresponde al coste promedio de financiamiento del capital (WACC), y en el caso de no existir un financiamiento externo, el costo de capital debe corresponder a la tasa de costo de oportunidad de los dueños del proyecto. (Kaplan & Ruback, 1995).

Para explicar lo previamente mencionado, el método de Valoración por Flujos de Caja Descontados, básicamente busca actualizar los resultados del flujo de caja, utilizando en la actualización como tasa de descuento al WACC o al COK, es decir el costo de oportunidad del capital de acuerdo al panorama en el que se realice el análisis; de modo tal que, se

emplee el WACC, en el caso del flujo de caja financiero, ya que es la tasa que promedia el costo de oportunidad de capital tanto de la inversión propia como del financiamiento externo; y se emplee el COK, en el caso del flujo de caja económico, ya que es la tasa de descuento o coste de capital correspondiente a los dueños del proyecto.

Se debe recordar, que en el flujo de caja financiero, se restaron los gastos financieros generados por el financiamiento de terceros que se solicitó, y en el flujo de caja económico, los gastos financieros se redujeron a cero, ya que en ese contexto toda la inversión fue considerada propia, o de los dueños de la empresa; es por ello que, para el caso del flujo de caja financiero se utilizó el WACC, y para el caso del flujo de caja económico se utilizó el COK, al momento de actualizar los resultados.

#### a) Valoración del Proyecto con el Flujo de Caja Económico.

Tabla 91  
Valoración con Flujo de Caja Económico

COK	14%
ACTUALIZACIÓN	S/.54,510.37
VAN	S/.18,356.32
TIR	33%
RBC	1.50772528

Elaboración propia, 2016.

Entonces bien, se trajeron al presente los resultados del flujo de caja económico, utilizando en este cálculo, la tasa del COK igual al 14%, obteniendo así una actualización de

S/.54,510.37, de los cuales se restó la inversión total que figura en el año 0 del flujo de caja, obteniendo como Valor Actual Neto un total de S/.18,356.32, indicador positivo que refleja que se logró la recuperación de la inversión del proyecto, además de la generación de utilidades, demostrando la factibilidad del mismo.

Por otro lado, se halló la Tasa Interna de Retorno, que es otro indicador para la valoración de proyectos, y que refleja la tasa interna de rendimiento del proyecto, hallada con los resultados del flujo de caja. La TIR, es simplemente la tasa de descuento que hace que el valor actual neto de una serie de flujos de dinero sea cero. Y en este caso, corresponde al 33% lo que significa que si se hubiese hallado la actualización con esta tasa, el VAN se habría reducido a cero, logrando sólo recuperar la inversión inicial pero sin generar utilidad alguna; pero eso no sucedió ya que existe una distancia de 19% entre el COK - empleado como tasa de descuento en la actualización - y la TIR, lo que es un indicador positivo y demuestra nuevamente la factibilidad del proyecto.

Finalmente, otro indicador de factibilidad es la Relación Beneficio Costo (RBC), que se halló dividiendo el VAN con el resultado del flujo de caja del año 0, obteniendo así una RCB igual a 1.5, lo que quiere decir que por cada S/.1 invertido en el proyecto retorna S/.1.50.

**b) Valoración del Proyecto con el Flujo de Caja Financiero.**

Tabla 92  
Valoración con Flujo de Caja Financiero

WACC	12%
ACTUALIZACIÓN	S/.44,282.73
VAN	S/.22,590.31
TIR	49%
RBC	2.04139133

Elaboración propia, 2016.

Ahora bien, en este caso, se trajeron al presente los resultados del flujo de caja financiero, utilizando en este cálculo, la tasa del WACC igual al 12%, obteniendo así una actualización de S/.44,282.73, de los cuales se restó el resultado que figura en el año 0 del flujo de caja, obteniendo como Valor Actual Neto un total de S/.22,590.31, indicador positivo que refleja al igual que el flujo anterior, que se logró la recuperación de la inversión del proyecto, y además se generaron utilidades, demostrando la factibilidad del negocio.

Seguidamente, se halló la Tasa Interna de Retorno, como otro indicador para la valoración del proyecto, y en este caso resultó un 49%, lo que significa que si se hubiese hallado la actualización con esta tasa, el VAN se habría reducido a cero; pero eso no sucedió, y por el contrario existe una distancia de 37% entre el WACC - empleado como tasa de descuento en la

actualización - y la TIR, lo que es un óptimo indicador y demuestra nuevamente la factibilidad del proyecto.

Finalmente, se analizó el indicador de Relación Beneficio Costo (RBC), que se halló dividiendo el VAN con el resultado del flujo de caja del año 0, obteniendo así una RCB igual a 2.04, lo que significa que por cada S/.1 invertido en el proyecto retorna S/.2.04.

Habiendo analizado ambos flujos de caja, se observó que en todos los indicadores de rentabilidad, el proyecto es positivo y factible para ponerse en marcha, tanto en un escenario con inversión propia del total del proyecto como en un escenario con financiamiento de terceros.

### **c) Punto de Equilibrio.**

Sólo para presentar un dato extra a la factibilidad del proyecto, se presenta el punto de equilibrio como referente del número mínimo de eventos que se tendrían que organizar anualmente para poder cubrir al menos con los costos fijos anuales que supone el funcionamiento de la empresa. Para ello, se determinó como se presenta en la tabla siguiente, el punto equilibrio del número de eventos según cada servicio que se tendría que producir,

Tabla 93  
Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio									
Servicio Completo	Costo Variable	Costo Fijo	Precio de Venta	Prod. Anual	% de Particip.	M.C.	M.C. Pond.	P.E.	P.E. Final
		S/.29,981.40							
20 invitados	S/.402.87		S/.800.00	11	0.12	S/.397.13	49.08	5.5	6
30 invitados	S/.526.78		S/.1,050.00	25	0.28	S/.523.22	146.97	12.5	13
40 invitados	S/.650.68		S/.1,300.00	16	0.18	S/.649.32	116.73	8.0	8
50 invitados	S/.774.58		S/.1,550.00	10	0.11	S/.775.42	87.13	5.0	4
60 invitados	S/.898.48		S/.1,795.00	27	0.30	S/.896.52	271.98	13.5	14
				89	1.00	MC Pond.	671.89		

Elaboración propia, 2016.

Tabla 94  
Comprobación del Punto de Equilibrio

Ingresos	Costos Variables	M.C.	Diferencia
S/.4,800.00	S/.2,417.24	S/.2,382.76	S/.30,032.16
S/.13,650.00	S/.6,848.08	S/.6,801.92	S/.29,981.40
S/.10,400.00	S/.5,205.43	S/.5,194.57	S/.50.76
S/.6,200.00	S/.3,098.32	S/.3,101.68	
S/.25,130.00	S/.12,578.76	S/.12,551.24	

Elaboración propia, 2016.



#### **d) Análisis de Sensibilidad.**

Por último, habiendo demostrado la factibilidad del proyecto, se procedió a un breve análisis de sensibilidad de los resultados, a través de los precios de venta, para que antes de dar por finalizado el proyecto, se pueda visualizar un supuesto panorama, no próspero, donde se necesite reducir los precios, aunque se debe recordar que los precios de venta presentados en el proyecto son razonables y menores a los de la competencia, pensados para una empresa que quiere entrar en el mercado.

Entonces bien, para realizar el análisis de sensibilidad con los precios de venta del proyecto, se van reduciendo proporcionalmente los precios de venta de los paquetes de eventos, para determinar en qué porcentaje los precios pueden reducir, manteniendo un VAN y TIR positivo que permite mantener al proyecto en pie, no con utilidades muy altas pero que cubra sus gastos y que retorne la inversión total del proyecto, observando todo en el peor de los panoramas, pero para saber de antemano hasta cuánto podrían reducir los precios.

De este modo, se fueron reduciendo los precios de venta, poco a poco, hasta lograr determinar el precio de venta mínimo por paquete, observando finalmente que pueden bajar hasta un 5% manteniendo al mismo tiempo un VAN y un TIR positivo.

A continuación se muestran los precios de venta reducidos en un 5%, que fueron usados para elaborar los flujos de caja, hallados para el análisis de sensibilidad.

Tabla 95  
Precios de Venta para Análisis de Sensibilidad

Evento	Precio de Venta
20 invitados	S/.760.00
30 invitados	S/.997.50
40 invitados	S/.1,235.00
50 invitados	S/.1,472.50
60 invitados	S/.1,705.25

Elaboración propia, 2016.

A continuación, se muestran los flujos de caja tanto económico como financiero, aplicando el análisis de sensibilidad, ya considerando los precios de venta reducidos; presentando además, los indicadores de valoración de ambos flujos para poder identificar las diferencias con los flujos de caja originales.

Tabla 96  
Flujo de Caja Económico con Análisis de Sensibilidad

Flujo de Caja Económico						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		S/.134,312.62	S/.139,239.41	S/.143,885.96	S/.147,697.36	S/.152,618.55
Valor Residual						S/.5,693.00
Inversión (-)	S/.36,154.05					
Gastos de Producción (-)		S/.70,819.71	S/.73,415.52	S/.75,865.12	S/.77,876.11	S/.80,471.92
Gastos Operativos (-)		S/.41,881.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40
Impuestos (-)		S/.2,844.46	S/.2,809.58	S/.3,330.89	S/.3,758.10	S/.4,309.89
I.G.V.		S/.5,681.98	S/.10,040.93	S/.10,376.06	S/.10,650.70	S/.11,005.42
Flujo de Caja Económico	-S/.36,154.05	S/.13,085.07	S/.8,991.98	S/.10,332.49	S/.11,431.04	S/.12,849.92

Elaboración propia, 2016.

Tabla 97  
Valoración con Flujo de Caja Económico bajo Análisis de Sensibilidad

COK	14%
ACTUALIZAMOS	S/.38,813.24
VAN	S/.2,659.19
TIR	17%
RBC	1.073551748

Elaboración propia, 2016.

Tabla 98  
Flujo de Caja Financiero con Análisis de Sensibilidad

Flujo de Caja Financiero						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		S/.134,312.62	S/.139,239.41	S/.143,885.96	S/.147,697.36	S/.152,618.55
Valor Residual						S/.5,693.00
Inversión (-)	-S/.36,154.05					
Gastos de Producción (-)		S/.70,819.71	S/.73,415.52	S/.75,865.12	S/.77,876.11	S/.80,471.92
Gastos Operativos (-)		S/.41,881.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40	S/.43,981.40
Impuestos (-)		S/.2,388.34	S/.2,433.76	S/.3,045.64	S/.3,575.03	S/.4,242.07
I.G.V.		S/.5,681.98	S/.10,040.93	S/.10,376.06	S/.10,650.70	S/.11,005.42
Préstamo (+)	S/.14,461.62					
Cuota (-)		S/.3,869.53	S/.3,869.53	S/.3,869.53	S/.3,869.53	S/.3,869.53
<b>Flujo de Caja Financiero</b>	<b>-S/.21,692.43</b>	<b>S/.9,671.66</b>	<b>S/.5,498.28</b>	<b>S/.6,748.21</b>	<b>S/.7,744.59</b>	<b>S/.9,048.21</b>

Elaboración propia, 2016.

Tabla 99  
Valoración con Flujo de Caja Financiero bajo Análisis de Sensibilidad

WACC	12%
ACTUALIZAMOS	S/.27,818.45
VAN	S/.6,126.02
TIR	23%
RBC	1.282403481

Elaboración propia, 2016.

Finalmente, habiendo mostrado los flujos de caja tanto económico como financiero con sus respectivos datos de valoración, se demostró con precios reducidos al 5%, que aún el proyecto se mantiene en pie, aunque con un panorama menos próspero. Este último análisis, se realizó con el objetivo de poder de todos modos observar los resultados dentro de un panorama complicado, y aún seguir manteniendo rentable el proyecto, siendo éste el último filtro para demostrar la factibilidad del negocio.

## V. CONCLUSIONES.

1. Existe en la ciudad de Chiclayo, una latente demanda de padres de familia dispuestos a contratar el servicio de decoración y catering para las fiestas de cumpleaños de sus niños, que representa un mercado objetivo de 84 978 posibles consumidores al 2016, para lo que el proyecto brinda una oferta innovadora de artículos decorativos y bocaditos, que además está respaldada por una capacidad de producción que responde a estas necesidades.
2. La planta de la empresa propuesta se organizó estratégicamente en tres áreas de trabajo: oficina de atención, almacén y área de producción; y se localiza en el centro de la ciudad, siendo una zona comercial de fácil acceso al público.
3. La propuesta del presente proyecto de artículos decorativos y catering, tendrá como razón social el nombre de: "Crea" - Eventos Infantiles, y será constituida legalmente como una empresa individual de responsabilidad limitada.
4. La organización interna de la empresa cuenta con un gerente, un contador externo y un asistente de decoración y catering; donde cada uno cumple unas funciones específicas y se desenvuelve en base a los procesos de trabajo formulados para cada área de la empresa, para garantizar tanto la calidad del servicio y de los productos elaborados.
5. El presente proyecto supone una inversión total de S/.36,154.05, distribuidos en 60% de inversión propia y 40% de financiamiento externo, donde para cada parte de la inversión se asignó un costo de oportunidad o tasa de

descuento: un COK de 14% para la inversión propia, y un WACC de 12% para la inversión del proyecto con financiamiento externo; que fueron las tasas aplicadas para hallar el VAN de los flujos de caja económico y financiero respectivamente, dando como resultado luego de la actualización de los flujos anuales, un Valor Actual Neto igual a S/.18,356.32 para el flujo económico y S/.22,590.31 para el flujo financiero, garantizando la factibilidad del proyecto; que además, se respaldó por una Tasa Interna de Retorno igual a 33% y 49% para cada flujo respectivo.

6. El presente proyecto soporta un análisis de sensibilidad, alterando el precio de venta de los productos, con una reducción del 5% en ellos, manteniendo una TIR igual al 23%, observado en el flujo de caja financiero.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Acevedo, S. (2010). *Proyecto de inversión para el establecimiento de una empresa organizadora de eventos sociales infantiles en la ciudad de Pachuca, Hidalgo*. Tesis de Maestría en Administración. Universidad Veracruzana.

Álvarez, M. (2010). *Creación de una empresa de catering y organización de eventos sociales*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería Empresarial. Universidad de Cuenca.

Anderson, D.; Sweeney, D.; Williams, T.; Camm, J. & Martin, K. (2011). *Métodos cuantitativos para los negocios*. México: Cengage Learning.

Arteaga, A. (2011). *Proyecto para la creación de una microempresa para servicios de catering en la ciudad de Manta*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería Comercial. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Baca, H. (2013). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Loja*. Tesis de Licenciatura en Administración de Empresas. Universidad Nacional de Loja.

Bizymoms (2009). *Event Planning*. EE.UU.: Bizymoms.

Brito, V. y Parapi, M. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la organización de eventos infantiles en la ciudad de Cuenca para el periodo 2011-2014*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería Comercial. Universidad de Cuenca.

Brodie, J. (2012). *How to Run a Kids Party*. Inglaterra: Jaime Brodie.

Business Plans (2011). *Catering for Kids*. EE.UU: Business Plans Edition.



- Cambronero, Montoya y Zúñiga. (2009). *Gestión de proyectos de conservación y manejo de recursos naturales*. Costa Rica: Euned Ediciones.
- Córdova, V. (2009). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que organiza fiestas infantiles en el sector de Calderón para el año 2009 -2013*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería en Marketing. Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Correa, A. y Medina, U. (2009). *Cómo evaluar un proyecto empresarial*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- De La Fuente, D., Fernández, I., & García, N. (2006). *Administración de Empresas en Ingeniería*. España: Editorial de la Universidad de Oviedo.
- De los Santos, D. (2010). *Proyecto de inversión –Salón de Fiestas*. Tesis de Licenciatura en Administración de Empresas. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Dumas, M. (2009). *Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de fiestas infantiles en la ciudad de Cuenca*. Tesis de Maestría en Administración de Empresas. Universidad del Azuay.
- Eastern Michigan University (2011). *Policies and Procedures*. EE.UU: Eastern Michigan University.
- Fernández, S. (2009). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de CR.
- Galmés, M. (2010). *La Organización de Eventos como Herramienta de Comunicación de Marketing*. Tesis de Doctorado en Publicidad y Comunicación Audiovisual. Universidad de Málaga.
- García, A. (2010). *Proyectos de inversión: evaluación integral*. México: Universidad Cristóbal Colón.
- García, M. (2009). *Estudio para la creación y el funcionamiento de una empresa de fiestas infantiles al norte de Quito, sector Mitad del Mundo*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería Comercial. Escuela Politécnica del Ejército.
- García, G. (2012). *Diseño de un plan de negocios para la organización de una microempresa orientada a brindar servicios de té y fiestas infantiles, así como para la comercialización de alimentos ligeros elaborados*

- artesanalmente*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería Empresarial. Escuela Politécnica Nacional.
- González, A. (2010). *Estrategias para el desarrollo exitoso de una empresa de fiestas infantiles*. Tesis de Maestría en Ciencias de la Administración. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- González, F. y Morales, S. (2009). *Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Hamilton, M. y Pezo, A. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Harris, J. (2015). *Your Food Catering Business: How to create a successful home based food business*. EE.UU: Rowman & Littlefield.
- Henderson, J. (2009). *The Small Business Self-Starter Handbook*. EE.UU: iUniverse.
- Hernández, Fernández y Baptista (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hoffman, L. (2015). *The Almost Perfect Birthday Party*. EE.UU: Entrepreneur Press.
- Jacoby, J. (2011). *Developing a formal and functional language for Catering Equipment*. Tesis de Maestría en Diseño de Productos. Akershus University College.
- Jean, A. (2009). *How to Start a Home-Based Children's Birthday Party Business*. EE.UU.: Rowman & Littlefield.
- Jean, A. (2010). *Event Planning Service*. EE.UU:Entrepreneur Press.
- Jha, V. (2014). *Catering and decorating service*. New Delhi: MSME Development Institute.
- Jiménez, N. (2010). *Creación de una empresa de servicio de catering empresarial y de eventos sociales con servicio personalizado*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería Comercial. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Kaplan, S. & Ruback, R. (1995). The Valuation of Cash Flow Forecasts. *Journal of Finance*, 50 (4), 1059-1093.
- Kilkenny, S. (2011). *The Complete Guide to Successful Event Planning*. Florida: Atlantic Publishing Company.
- Libby, J. (2014). *The Secrets to Planning your Fun, Memorable and Stress-Free Birthday Party*. EE.UU: Sagebrush Enterprises.

- Madson, D. (2014). *Kids Party Themes*. EE.UU: Party Planning Series.
- Martin, C. (2010). *Estudio para la creación de una empresa de servicio de banquetes y eventos sociales en el distrito Metropolitano de Quito*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería Comercial. Escuela Politécnica del Ejército.
- Mastarreno, M. (2010). *Proyecto de evaluación sobre diseño de piezas decorativas para fiesta infantil en la ciudad de Guayaquil*. Tesis de Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Melo, C. (2011). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa prestadora de servicios de catering social temático*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería en Marketing. Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Palmer, S. (2014). *How to start a successful catering business*. EE.UU: Shaharm Publications.
- Pacheco, P; Armijos, L. y Borja, A. (2010). *Proyecto creación de una empresa de organización de fiestas infantiles en la ciudad de Machala de la provincia de El Oro – 2010*. Tesis de Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Quiñones, J. (2009). *Creación de una empresa de comida para eventos y entretenimiento*. Tesis de Maestría en Administración de Empresas. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Sesmero, J. (2010). *Servicio de Catering*. Málaga: Editorial Vértice.
- Siv, S. (2014). *Kids Birthday Parties*. EE.UU: Shaharm Publications.
- The Big Party (2015). *The Mykidstime - Best Ever Party Guide*. Irlanda: The Big Party.
- USMP (2009). *Sepa cómo emprender una empresa de catering*. Lima: USMP.
- Villa, A. (2012). *Diseño de un plan estratégico de marketing para la empresa Diego Panesso Catering*. Tesis de Licenciatura en Ingeniería Industrial. Universidad Tecnológica de Pereira.

## VII. ANEXOS.

### 7.1. Cuestionario Aplicado en Encuesta.

#### Encuesta: Decoración y Catering para Eventos Infantiles

---



#### Instrucciones:

Lea detenidamente el cuestionario y marque con una (X) dentro del paréntesis la respuesta que usted considere adecuada.

#### Objetivo.

Identificar las preferencias, necesidades, expectativas y referencias de la competencia que tienen los padres de familia respecto a las fiestas de cumpleaños de sus menores hijos.

#### Mercado Objetivo.

Esta encuesta está dirigida a los padres de familia que tengan hijos de 0 a 10 años de edad, residentes en la ciudad de Chiclayo.

#### Datos Generales:

1. Sexo del encuestado: ( ) Mujer. ( ) Varón.
2. Edad: 18-24 años \_\_\_ 25-31 años \_\_\_ 32-38 años \_\_\_ 39 o más \_\_\_
3. Ocupación:  
Trabajo dependiente \_\_\_ Trabajo independiente \_\_\_ Ama de casa \_\_\_
4. Ingresos percibidos mensualmente:  
( )s/.1500-s/.1999 ( )s/.2000-s/.2499 ( )s/.2500-s/.2999 ( )s/.3000-s/.3499  
( )s/.3500-más
5. Sexo del menor: ( ) Mujer. ( ) Varón.
6. ¿Qué edad tiene su menor hijo(a)?  
0-2 años \_\_\_ 3- 5años \_\_\_ 6-8 años \_\_\_ 9-10 años \_\_\_

7. ¿Cuántos niños de la edad de 0-10 años tiene en total?

1  2  3  4 a más

8. ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio de decoración y catering para la fiesta de cumpleaños de su niño(a)?

Sí  No

9. ¿Ha contratado usted alguna vez una empresa de decoración para fiestas de cumpleaños de su menor hijo?

Nunca \_\_\_ 1-3 veces \_\_\_ 4- 6 veces \_\_\_ 6 veces a más \_\_\_

10. ¿Ha contratado usted alguna vez una empresa de catering (bocaditos, alimentos y bebidas) para fiestas de cumpleaños de su menor hijo?

Nunca \_\_\_ 1-3 veces \_\_\_ 4- 6 veces \_\_\_ 6 veces a más \_\_\_

11. ¿A qué empresa de eventos infantiles contrató? (Sólo si eligió una respuesta distinta a "Nunca" en la pregunta 8 o 9)

Verónica Eventos Infantiles

Christi Eventos Especiales

Otros

12. ¿Quedó satisfecho con el servicio recibido? (Sólo si eligió una respuesta distinta a "Nunca" en la pregunta 8 o 9)

Totalmente satisfecho  Satisfecho  Insatisfecho

13. En oportunidades anteriores, al celebrar la fiesta de cumpleaños de su hijo(a), decidió contar con un total de:

10-19 invitados

20-29 invitados

30-39 invitados

40-49 invitados

50 o más invitados

14. ¿Quién toma la decisión de la temática o personaje infantil para el diseño de la fiesta de cumpleaños de su menor hijo(a)?

Usted \_\_\_ Su hijo(a) \_\_\_ Su esposo/esposa \_\_\_

15. De contratar un servicio de decoración y catering para la fiesta infantil de su hijo(a), preferiría realizarla en:

Casa \_\_ Local alquilado \_\_

16. ¿Con qué frecuencia considera que contrataría el servicio de eventos infantiles?

( ) 1 vez al año ( ) 2 veces al año ( ) 3 veces al año o más

17. ¿Por cuál(es) de las siguientes razones contrataría un servicio personalizado para la realización de piezas decorativas para la fiesta infantil de su(s) hijo(s)?

(Enumere del 1 al 5 en orden de prioridad, siendo 1 el de mayor valor)

- ( ) Porque no tengo tiempo para realizarlo yo mismo(a).
- ( ) Porque carezco de habilidades para ese tipo de elaboración.
- ( ) Porque me agrada mantenerme acorde a las tendencias.
- ( ) Porque me permite tener un producto diseñado según mis necesidades.
- ( ) Porque ya lo he visto en otros eventos y me agradó.

18. ¿Por cuál(es) de las siguientes razones contrataría un servicio de catering temático (bocaditos, alimentos y bebidas diseñados bajo una temática) para la fiesta infantil de su(s) hijo(s)?

(Enumere del 1 al 5 en orden de prioridad, siendo 1 el de mayor valor)

- ( ) Porque no tengo tiempo para elaborarlo yo mismo(a).
- ( ) Porque no me agrada cocinar.
- ( ) Porque me resulta práctico que lo elabore alguien más.
- ( ) Porque se obtiene la opción de mayor variedad de bocaditos.
- ( ) Porque son productos originales.

19. Del 1 al 6 (de mayor a menor prioridad), indique qué servicios de decoración le agradecería más, para contratar en la fiesta de cumpleaños de su menor hijo:

- ( ) Fondo decorativo de pared
- ( ) Artículos decorativos para mesa
- ( ) Artículos decorativos para salón
- ( ) Cajas de sorpresa
- ( ) Invitaciones
- ( ) Piñata

20. Del 1 al 5 (de mayor a menor prioridad), indique qué servicios de catering le agradecería más, para contratar en la fiesta de cumpleaños de su menor hijo:

- ( ) Bocaditos salados (mini triples, sándwiches, etc.)
- ( ) Bocaditos dulces (brownies, trufas, galletas)
- ( ) Golosinas artesanales (paletas dulces, popcakes, etc.)
- ( ) Cupcakes
- ( ) Torta

21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio completo de decoración para la fiesta infantil de su menor hijo? (Considere una fiesta de 20 invitados)

- ( ) s/.250-s/.299
- ( ) s/.300-s/.349
- ( ) s/.350-s/.399
- ( ) s/.400-s/.449
- ( ) s/.450-s/.499

22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio completo de catering para la fiesta infantil de su menor hijo? (Considere una fiesta de 20 invitados)

- ( ) s/.300-s/.349
- ( ) s/.350-s/.399
- ( ) s/.400-s/.449
- ( ) s/.450-s/.499
- ( ) s/.500-s/.549

23. ¿Qué deficiencias encuentra en el servicio de decoración o en las piezas decorativas elaboradas artesanalmente por alguna empresa dedicada a eventos infantiles? (Enumere del 1 al 4 en orden de prioridad, siendo 1 el de mayor valor)

- Mal acabado
- Diseños poco originales
- Retraso en la entrega del producto elaborado
- Precios muy altos

24. ¿Qué deficiencias encuentra en el servicio de catering o elaboración de bocaditos para eventos? (Enumere del 1 al 4 en orden de prioridad, siendo 1 el de mayor valor)

- Mala presentación
- Diseños poco originales
- Poca variedad de productos
- Mala atención

25. ¿Qué factores considera usted importantes al momento de contratar una empresa que preste los servicios de decoración y/o catering? Enumere del 1 al 5 (De mayor a menor prioridad)

- Responsabilidad
- Prestigio/ referencias
- Calidad en el servicio
- Precio
- Limpieza

26. ¿En qué mes cumple años su menor hijo?

- Enero  Febrero  Marzo  Abril  Mayo  Junio  Julio
- Agosto  Setiembre  Octubre  Noviembre  Diciembre

Gracias por su tiempo.





## 7.2. Cartas de Autorización de Encuesta en Colegios.



**"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"**

**Chiclayo, 25 de junio del 2015**

**Señora:**  
**Jenny Rubio**  
**Directora**  
**Colegio Ceibos**  
**Presente.-**

**Asunto: Permiso para realizar encuestas**

Es grato saludarla a nombre de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, el motivo de la presente tiene por objetivo solicitarle el permiso para que nuestra estudiante pueda realizar encuestas a padres de familia de estudiantes de colegio, con el objetivo de recabar información para su tesis titulada "Proyecto de Inversión a nivel de prefactibilidad para una empresa de decoración y catering para eventos infantiles – Chiclayo 2015"

La estudiante autora de tesis es:

- **FABIOLA HEREDIA SALAZAR**                      **DNI: 72490076**

Agradeciendo en forma muy especial su disposición y ánimo a contribuir en la formación de los futuros profesionales de esta Universidad, me despido.

Atentamente,





**Mgtr. Amelia del Rocío Villegas Timana**  
**Directora de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**  
**Facultad de Ciencias Empresariales**

Av. San Josemaría Escrivá de Balaguer N°855. Chiclayo-Perú • Central Telefónica: (074) 606200 - 606217 • Oficina de Información: (074) 606203  
 PreUSAT: (074) 606217 • Profesionalización: (074) 606204 • Postgrado: (074) 606205 • www.usat.edu.pe • www.facebook.com/usat.peru

*Figura 69.* Carta de solicitud de encuesta – Colegio Ceibos.  
 USAT, 2015.



“Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación”

Chiclayo, 25 de junio del 2015

Señor:  
Hugo Calienes Bedoya  
Director  
Colegio Algarrobos  
Presente.-

**Asunto: Permiso para realizar encuestas**

Es grato saludarlo a nombre de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, el motivo de la presente tiene por objetivo solicitarle el permiso para que nuestra estudiante pueda realizar encuestas a padres de familia de estudiantes de colegio, con el objetivo de recabar información para su tesis titulada "Proyecto de Inversión a nivel de prefactibilidad para una empresa de decoración y catering para eventos infantiles – Chiclayo 2015"

La estudiante autora de tesis es:

- FABIOLA HEREDIA SALAZAR      **DNI: 72490076**

Agradeciendo en forma muy especial su disposición y ánimo a contribuir en la formación de los futuros profesionales de esta Universidad, me despido.

Atentamente,



Mgtr. Amelia del Rocio Villegas Timana  
Directora de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos  
Facultad de Ciencias Empresariales

Av. San Josemaría Escrivá de Balaguer N°855. Chiclayo-Perú • Central Telefónica: (074) 606200 - 606217 • Oficina de Información: (074) 606203  
PreUSAT: (074) 606217 • Profesionalización: (074) 606204 • Postgrado: (074) 606205 • www.usat.edu.pe • www.facebook.com/usat.peru

Figura 70. Carta de solicitud de encuesta – Colegio Algarrobos.  
USAT, 2015.



**“Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación”**

Chiclayo, 25 de junio del 2015

Señor:  
**Julio Cesar Espinoza Delgado**  
 Director  
 Colegio Santo Toribio de Mogrovejo  
 Presente.-

**Asunto: Permiso para realizar encuestas**

Es grato saludarlo a nombre de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, el motivo de la presente tiene por objetivo solicitarle el permiso para que nuestra estudiante pueda realizar encuestas a padres de familia de estudiantes de colegio, con el objetivo de recabar información para su tesis titulada "Proyecto de Inversión a nivel de prefactibilidad para una empresa de decoración y catering para eventos infantiles – Chiclayo 2015"

La estudiante autora de tesis es:

- **FABIOLA HEREDIA SALAZAR**                      **DNI: 72490076**

Agradeciendo en forma muy especial su disposición y ánimo a contribuir en la formación de los futuros profesionales de esta Universidad, me despido.

Atentamente,






---

**Mgr. Amelia del Rocio Villegas Timana**  
 Directora de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos  
 Facultad de Ciencias Empresariales

Av. San Josemaría Escrivá de Balaguer N°855. Chiclayo-Perú • Central Telefónica: (074) 606200 - 606217 • Oficina de Información: (074) 606203  
 PreUSAT: (074) 606217 • Profesionalización: (074) 606204 • Postgrado: (074) 606205 • [www.usat.edu.pe](http://www.usat.edu.pe) • [www.facebook.com/usat.peru](https://www.facebook.com/usat.peru)

*Figura 71.* Carta de solicitud de encuesta – Colegio Santo Toribio de Mogrovejo. USAT, 2015.



**"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"**

Chiclayo, 25 de junio del 2015

Señor:  
Ricardo Cruz Huaman  
Director  
Colegio Manuel Pardo  
Presente.-

**Asunto: Permiso para realizar encuestas**

Es grato saludarlo a nombre de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, el motivo de la presente tiene por objetivo solicitarle el permiso para que nuestra estudiante pueda realizar encuestas a padres de familia de estudiantes de colegio, con el objetivo de recabar información para su tesis titulada "Proyecto de Inversión a nivel de prefactibilidad para una empresa de decoración y catering para eventos infantiles – Chiclayo 2015"

La estudiante autora de tesis es:

- FABIOLA HEREDIA SALAZAR                      **DNI: 72490076**

Agradeciendo en forma muy especial su disposición y ánimo a contribuir en la formación de los futuros profesionales de esta Universidad, me despido.

Atentamente,







---

Mgtr. Amelia del Rocio Villegas Timana  
Directora de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos  
Facultad de Ciencias Empresariales

Av. San Josemaría Escrivá de Balaguer N°855, Chiclayo-Perú • Central Telefónica: (074) 606200 - 606217 • Oficina de Información: (074) 606203  
PreUSAT: (074) 606217 • Profesionalización: (074) 606204 • Postgrado: (074) 606205 • [www.usat.edu.pe](http://www.usat.edu.pe) • [www.facebook.com/usat.peru](https://www.facebook.com/usat.peru)

Figura 72. Carta de solicitud de encuesta – Colegio Manuel Pardo. USAT, 2015.





**“Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación”**

Chiclayo, 25 de junio del 2015

Señor:  
**Fray Hernanis Díaz Guzmán**  
 Director  
**Colegio San Agustín**  
 Presente.-

**Asunto: Permiso para realizar encuestas**


Es grato saludarlo a nombre de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, el motivo de la presente tiene por objetivo solicitarle el permiso para que nuestra estudiante pueda realizar encuestas a padres de familia de estudiantes de colegio, con el objetivo de recabar información para su tesis titulada "Proyecto de Inversión a nivel de prefactibilidad para una empresa de decoración y catering para eventos infantiles – Chiclayo 2015"

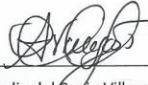
La estudiante autora de tesis es:

- **FABIOLA HEREDIA SALAZAR**                      **DNI: 72490076**

Agradeciendo en forma muy especial su disposición y ánimo a contribuir en la formación de los futuros profesionales de esta Universidad, me despido.

Atentamente,




  
 \_\_\_\_\_  
**Mgtr. Amelia del Rocio Villegas Timana**  
 Directora de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos  
 Facultad de Ciencias Empresariales

Av. San Josemaría Escrivá de Balaguer N°855, Chiclayo-Perú • Central Telefónica: (074) 606200 - 606217 • Oficina de Información: (074) 606203  
 PreUSAT: (074) 606217 • Profesionalización: (074) 606204 • Postgrado: (074) 606205 • www.usat.edu.pe • www.facebook.com/usat.peru

*Figura 73.* Carta de solicitud de encuesta – Colegio San Agustín. USAT, 2015.

### 7.3. Cotizaciones de la Competencia.



**COTIZACIÓN PAQUETE DE DECORACIÓN 20 NIÑOS**  
S/. 950.00

**Decoración:**

- Personajes y colores según temática.
- Bolas chinas, pompones, abanicos de papel.
- Nombre del niño o niña.
- Banderines o guirnaldas.
- Manteles.
- Pared de fondo tamaño de la mesa principal.
- Globos con helio según decoración.

**Mobiliario y Accesorios:**

- Mesa principal.
- Candy Bar personalizado.
- Accesorios decorativos: bandejas, porta cup cakes, porta torta, chupetero, jaulas, Candy bar, porta sorpresas, etc.
- Bomboneras.
- Dispensador de bebidas.
- Cesto de regalos.
- Pizarra para tiza.
- Floreros.

**Dulces Personalizados:**

- Brochetas de marshmelows.
- Cua cua.
- Botellas de agua.
- Chupetines
- Conos Pop corn.
- Gelatina.
- Doña pepa.
- Besos de moza.
- Chicha morada.
- Tubos rellenos de lentejitas.

---

TAKE OFF EVENTOS, Av. Salaverry S/N Cuadra 3 Residencial FAP – Chiclayo, Perú.  
Mail: [takeoffeventos@gmail.com](mailto:takeoffeventos@gmail.com) Facebook: @TakeOffEvento

Figura 74. Cotización Take Off Eventos.  
Take Off Eventos. 2016.

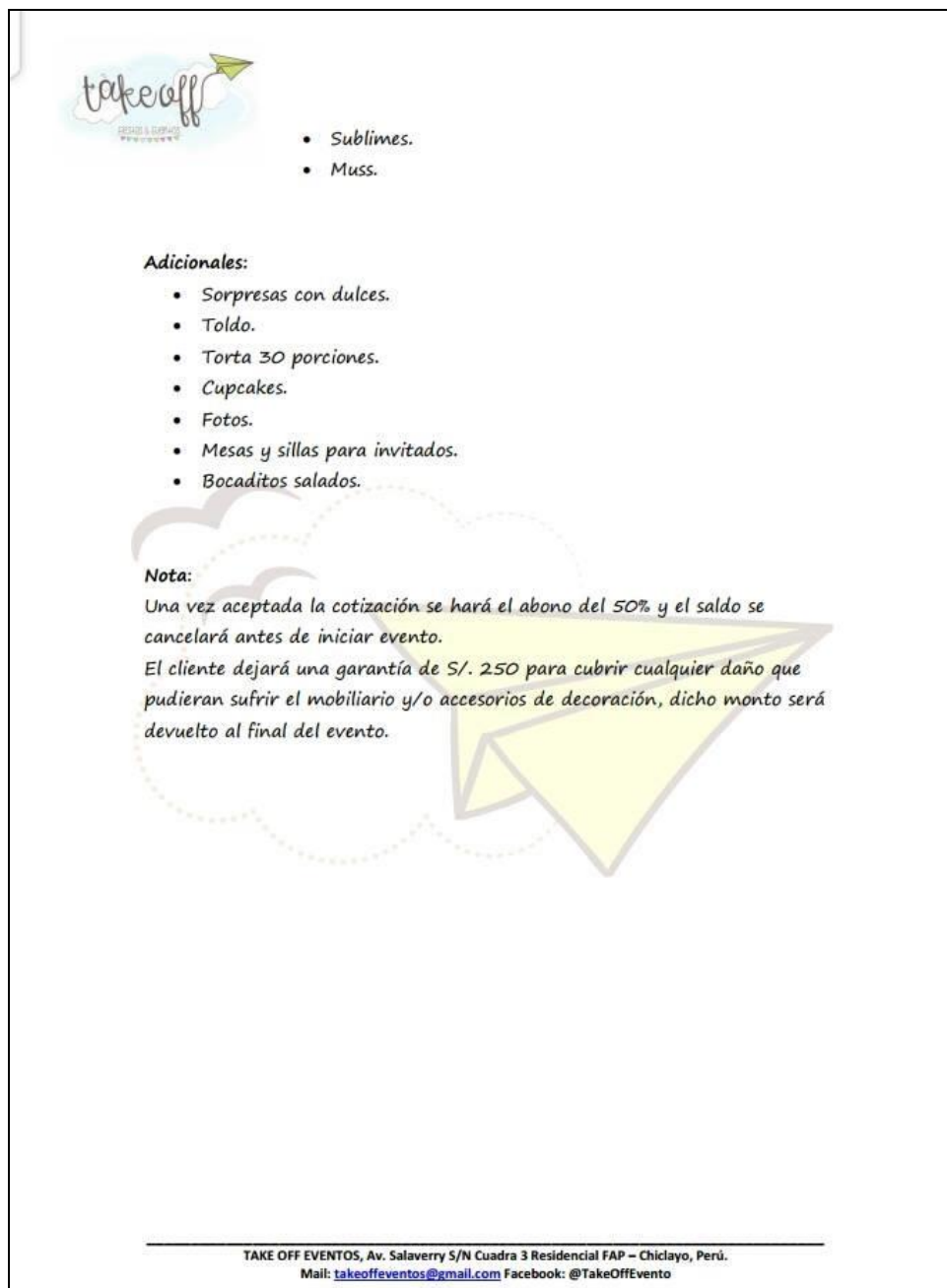


Figura 75. Cotización Take Off Eventos.  
Take Off Eventos, 2016.

**PAQUETE 1****Mesa Dulce principal**

Torta Temática de 1 piso 1 KG  
 10 cupcakes decorados (con troppers de acuerdo a temática)  
 25 Alfajores  
 25 brownies  
 10 Pyes de limon  
 12 paletas o cirios de caramelos  
 10 tubos decorativos  
 2 Bomboneras con Mashmelos o galletas

**Artículos y Mobiliario**

Mesa Decorada según tematica dada  
 Banner decorativo (de acuerdo a bosquejos dados)  
 Porta torta  
 2 Topiarios decorativos  
 Pompones de colores  
 2 Bomboneras de vidrios decoradas  
 Porta bocaditos de madera  
 Fuentes de loza para bocaditos  
 Adornos de Mesa y otros detalles  
 4 Jaulitas de metal con flores artificiales  
 Porta tubos

**S/ 870.00**

*Figura 76.* Cotización Algarabía Store.  
 Algarabía Store, 2016.



## PAQUETE 2

**Mesa Dulce principal**

Torta 2 pisos de 1 kg 1/2  
 15 Cupcakes decorados (con troppers de acuerdo a temática)  
 25 Alfajores  
 50 Pyes  
 12 Paletas de caramelo  
 15 Frasquitos dulces  
 12 Latitas dulces  
 25 Brownies  
 12 Tubitos personalizados  
 12 Besos de Moza  
 50 algodones  
 2 Bomboneras con mashmelos o galletas  
 Paquetes de bolsas tematicas para caramelos

**Artículos y Mobiliario**

2 Mesas Vintage  
 Panel de tela según tematica  
 Carrito de Golosinas (personalizado en techo)  
 Jardin Sintetico  
 Portabocaditos de maderas  
 3 platos decorativos de acuerdo a temática  
 Jaulitas de metal  
 Caballete de Bienvenida personalizado (modelo enviado)  
 30 globos  
 Adornos de Mesa y otros detalles  
 Flores naturales en entrada y mesa  
 Fuentes de losa para bocaditos  
 1 muñeco volumetrico  
 Fondo, murales, nombre y caja de regalos  
 Piñata



S/ 1200

Figura 77. Cotización Algarabía Store.  
Algarabía Store, 2016.