CREACIÓN E INTRODUCCIÓN DEL BAR MOVIL "DISCOVERY" EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Presentado por:
Andrea Cruz Gonzalez
Karla Elbert Pontón
Diana Moyano Pinos

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se realizará para determinar si resulta factible o no, LA CREACIÓN E INTRODUCCIÓN DEL BAR MOVIL “DISCOVERY” EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, lugar en el que actualmente no existe una competencia directa con esta nueva clase de servicio y que da oportunidad de un nuevo negocio y atractivo turístico para la ciudad.

LOS PRINCIPALES OBJETIVOS QUE SE HAN PROPUESTOS PARA LA INVESTIGACIÓN

- Análisis del mercado, para conocer la demanda potencial.
- Análisis de la competencia, para conocer como participan las empresas competidoras.
- Análisis de la natalidad, para conocer el porcentaje de jóvenes en la población.
- Análisis de los Costos.
- Además se realizara un Plan de Marketing que permitirá desarrollar las políticas para el manejo del servicio.

PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

Los jóvenes y adultos actualmente de la ciudad de Guayaquil siempre buscan lugares novedosos a donde concurrir para divertirse, sitios en los que realmente el valor pagado por el servicio sea indiferente, y que el dinero que gastan los clientes sea compensatorio y cumplan todas las expectativas de diversión.

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

- El Bar Móvil "DISCOVERY" es un bus descapotado, de dos pisos, con capacidad para 70 personas; 30 en la cubierta inferior y 40 en la cubierta superior. Su actividad será realizar recorridos nocturnos en la ciudad.
- El objetivo es ofrecer en Guayaquil un lugar importante para la gente que busca diversión de una manera diferente, aspirando ser uno de los lugares más populares de entretenimiento.

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad económica de implementar un Bar móvil como un centro de diversión para jóvenes en la ciudad de Guayaquil, mediante el cual se utilizara herramientas que ayuden a determinar dicha finalidad tales como:
- Análisis estadísticos
- Análisis técnico
- Análisis de sensibilidad

todas estas herramientas forman parte del análisis del proyecto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las características deseadas del mercado para implementar el nuevo Bar móvil para los jóvenes, mediante la realización del estudio de mercado.
- Establecer una estrategia de publicidad del servicio y lograr el enfoque necesario para llegar al nicho especifico
- Determinar el monto de la inversión inicial, capital de trabajo, así como los costos que se ven involucrados

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Obtener la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para posterior comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR) para el cual se utilizara tasas de crecimiento que ayuden a proyectar los flujos de las ventas futuras en un horizonte de 5 años.
- Analizar la factibilidad financiera de llevar acabo el proyecto, mediante utilización de herramientas de software tales como crystall ball.

MISIÓN Y VISIÓN

Misión

- "Ofrecer un servicio de primera, de atención rápida, cordial y de completo entretenimiento; encaminando nuestro servicio a la obtención de la total satisfacción de nuestros clientes, aportando en la sociedad, y creando fuentes de empleo"

Visión

- Nuestra visión como empresa es llegar a consolidar nuestro servicio en el mercado y cuya imagen irradie el prestigio de una empresa líder, seria y sólida en la rama de servicios de entretenimiento móvil y de diversión en Guayaquil.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- Se inicia señalando que el objetivo principal del estudio organizacional de un proyecto es presentar los criterios analíticos que permitan enfrentar en mejor forma el análisis de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos y sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación, en nuestro caso la creación de la Empresa desarrolladora de eventos.

FODA DEL PROYECTO

- **FORTALEZAS**
- Bajo precio por el recorrido
- Diversidad de actividades dentro del bus
- Garantizamos servicios de primera bajo los estándares de calidad
- Personal capacitado

- **DEBILIDADES**
- Altas inversiones en marketing y publicidad
- posicionamiento en la mente del mercado meta será débil.
- Desconocimiento del cliente acerca del servicio que se ofrece
- Falta de experiencia

- **OPORTUNIDADES**
- Los clientes prefieren nuevas maneras de diversión nocturna
- El mercado se encuentra estratégicamente bien definido.
- Facilidad de acceso al servicio
- Expandirnos en otras ciudades

- **AMENAZAS**
- El segmento de bares móviles es pequeño en comparación con el resto de lugares de diversión nocturna
- Crisis financiera mundial
- Lealtad por parte de las personas hacia la competencia
- Alza en el precio del combustible

DETERMINACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

- FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA

Como la principal fuente de información, se utilizará una muestra de la población equivalente a 400 personas que serán obtenidas de manera aleatoria.

- FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para las fuentes de información secundaria, se utilizará el análisis de competidores, también se implementar el Internet para obtener cotizaciones con respecto a lo costo del proyecto, proformas , etc.

MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Para realizar la recolección de datos, se lo hará de manera aleatoria, a diferentes personas, en el centro y norte de la ciudad y en distintos horarios; universidades y ciudadelas de cada miembro de los integrantes del grupo. El objetivo es que no exista una preferencia de sector y poder determinar con mayor exactitud los porcentajes de ubicación sectorial.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA

- Se obtuvo que el 79.8% de los encuestados se encuentran en el intervalo de edad de 18-29 años; el 17.5% al intervalo de 30-40 años
- Se pudo observar que el 94.8 % de los encuestados asisten a centros de diversión nocturna
- Se concluye que el 8.3% de los encuestados acude a bares, el 11.8% acude a salsotecas ; el 8.5% prefieren los casinos ; el 49% gustan mas de las discotecas ; el 14.5 % se inclinan por las peñas y el 2.8 % restantes a fiestas móviles (chivas)
- Se logro observar que el 80% de los encuestados preferirían realizar un solo pago por entrada y no por consumo, mientras que el 20% restante no le molestaría realizar dos pagos
- Se concluye que el 92.3% de los encuestados si estaría dispuesto a usar el servicio, mientras que el 2.5% restante no lo usaría.
- Podemos recalcar que el 68 % de los entrevistados optan por el intervalo de $15-$20 dólares; mientras que el 20.8% prefieren el intervalo de $21-$26 dólares y el 3.5% gusta de el intervalo de $27-$31 dólares

FOCUS GROUP

El grupo focal es una técnica de estudio de las opiniones o actitudes de un publico en ciencias sociales y en estudios comerciales.

En el mundo del marketing, las sesiones de grupo son una herramienta importante para recibir retro alimentación de diversos temas.

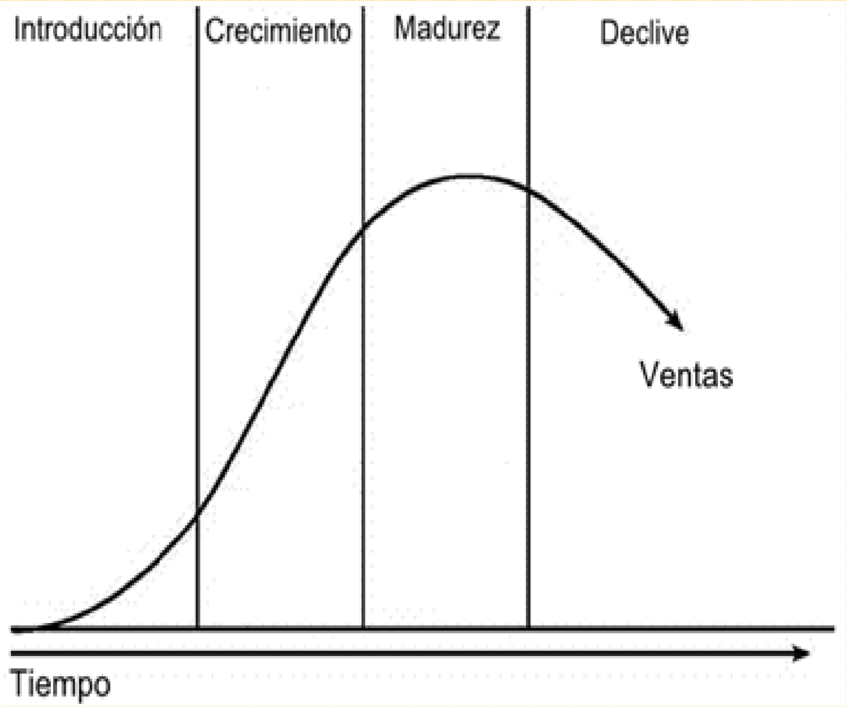
CONCLUSIONES FOCUS GROUP

- Por lo general las personas salen a divertirse dos veces en el mes
- Las personas acuden con más frecuencia a bares y discotecas como diversión nocturna
- Las personas prefieren realizar un solo pago
- Las personas no siempre se encuentran satisfechas del servicio que reciben con el valor que están pagando
- las personas obtuvieron buena relación con el nombre del “BAR SOBRE RUEDAS”

CONCLUSIONES FOCUS GROUP

- Las personas si les gustaría sobre el Bar sobre ruedas
- los aspectos de mayor importancia son limpieza ambiente y precio
- $15.00 -$ 20.00
- Lo mas largo posible de 3 horas a más.
- Cumpleaños – Reuniones con amigos y amigas

CICLO DE VIDA



OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	
CORTO PLAZO	
MARKETING	**FINANCIERO**
Preservar el ambiente.	Financiar las deudas adquiridas durante el proceso de establecimiento
Promover Negocios Rentables con Terceros.	
Alcanzar la constante presencia de este servicio en casi toda la ciudad.	
LARGO PLAZO	
MARKETING	**FINANCIERO**
Integrar armónicamente la empresa al entorno.	Optimizar la utilización de activos

MATRIZ BCG
MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP

- Es una herramienta conocida de gestión en cartera, se basa en la teoría de ciclo de vida del producto. Ayuda a determinar que prioridades deben dar en la cartera de productos de unidad de negocios.
- INTERROGANTES
- ALTO CRECIMIENTO Y BAJA PARTICIPACION EN EL MERCADO

	Rentabilidad	Inversión
	Alta	Alta
	Alta	Baja
	Nula, Negativa	Muy Alta
	Baja, Negativa	Desinvertir

- **INTERROGANTES (ALTO CRECIMIENTO Y BAJA PARTICIPACIÓN DE MERCADO)**
- ESTRELLAS (RÁPIDO CRECIMIENTO, ALTA PARTICIPACIÓN DE MERCADO
- VACAS DE EFECTIVO (CRECIMIENTO BAJO, ALTA PARTICIPACIÓN DE MERCADO
- PERROS (CRECIMIENTO LENTO Y BAJA PARTICIPACION DE MERCADO

MERCADO POTENCIAL

- **Estudio del Cliente:**

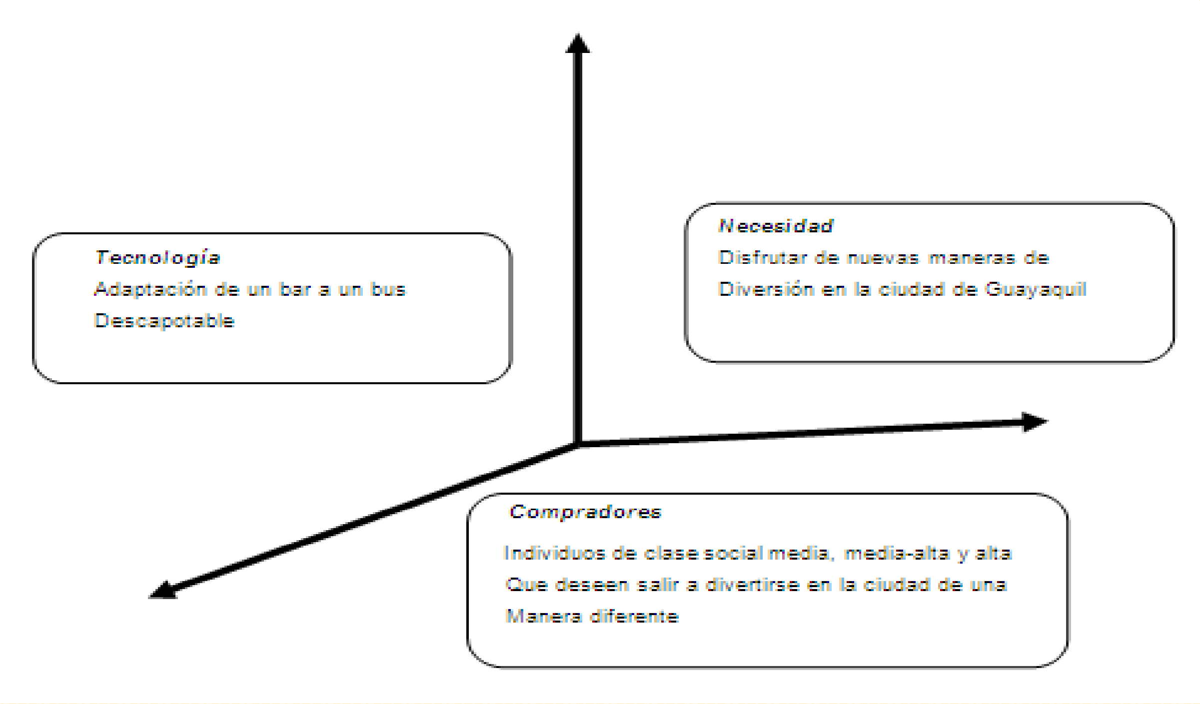
  Uno de los puntos importantes para poder evitar errores es saber aprender del cliente, conocerlo, y entender sus necesidades para poder satisfacerlas. De mutuo acuerdo con el debe establecerse una planificación con objetivos a medio y largo plazo.

- **Clientes Potenciales**

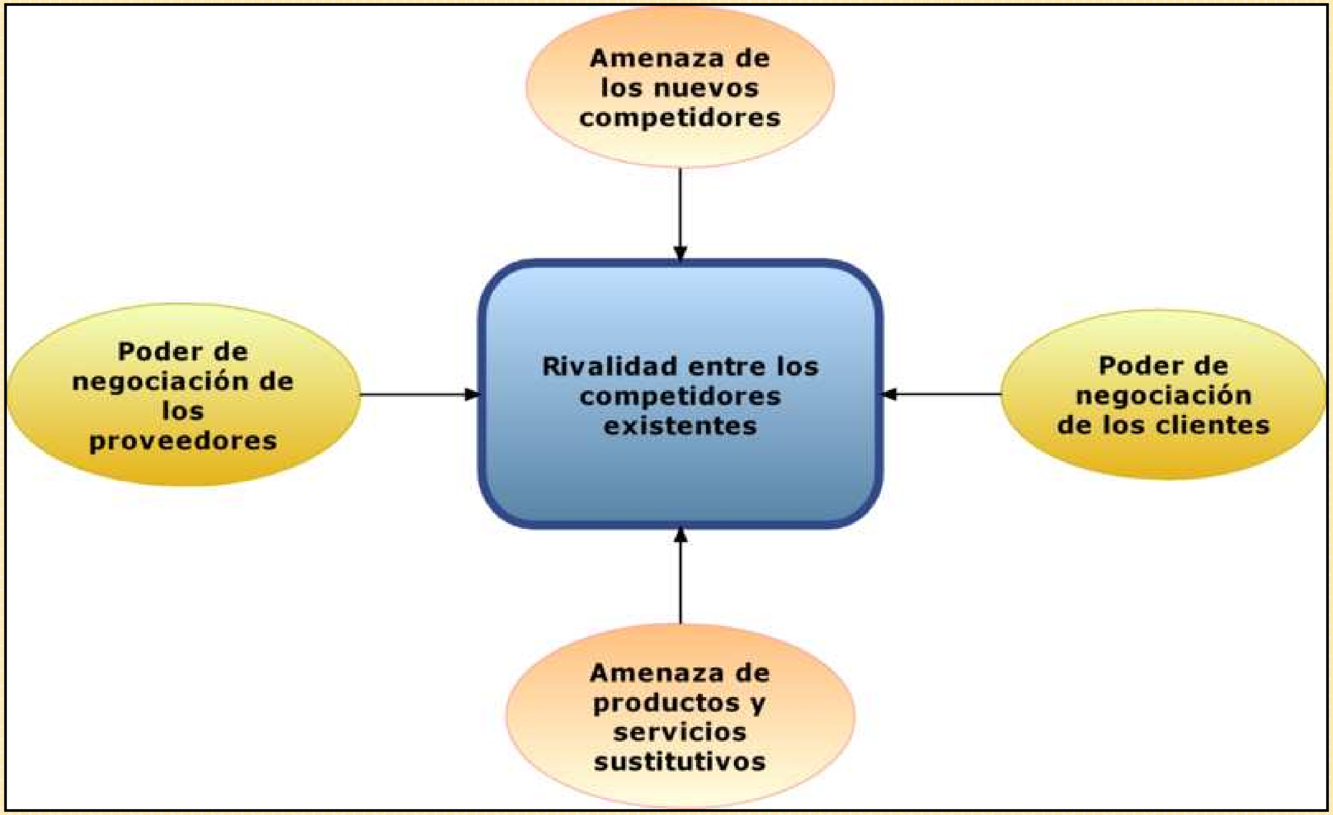
  El proyecto va enfocado especialmente hacia los jóvenes y adultos de Guayaquil en edades comprendida entre los 18 y 45 años.

GRUPO OBJETIVO

- Son los jóvenes y adultos con edades comprendidas entre 18 a 45 años aproximadamente y de clase social media-alta y alta



FUERZAS DE PORTER



PUBLICIDAD

- Debe ir encaminada a posesionar el servicio, desatancando sus atributos, y dando a conocer el servicio, construyendo así la marca.

Los medios más recomendados son los siguientes:

PUBLICIDAD			
CONCEPTO	***COSTO***	***CANTIDAD ANUAL***	***TOTAL***
Vallas Publicitarias	$ 200,00	2	$ 400,00
Volantes	$ 80,00	3	$ 240,00
Material P.O.P	$ 50,00	2	$ 100,00
Periódico	$ 50,00	6	$ 300,00
Cuñas Radiales	$ 75,00	4	$ 300,00
TOTAL	$ 455,00		**$ 1.340,00**

Requerimiento Humano	Marco Legal
Gerente General	P. de Funcion. De Bomberos
Contador	P. Funcional Municipal
Secretaria	P. de Funcion. de la Salud
Gerente de marketing	P. de Funcion. De la CTG
Relacionista publica	
Gerente de logistica	
Empleados	
Chofer Profesional	
Guardian de Seguridad	

METODO CUALITATIVO POR PUNTOS

DESCRIPCIÓN	PESO	ZONA NORTE		ZONA CENTRO		ZONA SUR	
		CALIF.	PONDERACIÓN	CALIF.	PONDERACIÓN	CALIF.	PONDERACIÓN
Costo Del Terreno	0,15	4	0,6	6	0,9	5	0,75
Turístico	0,25	7	1,75	8	2	3	0,75
Cercanía del mercado	0,3	8	2,4	9	2,7	4	1,2
Tamaño del terreno	0,2	6	1,2	7	1,4	7	1,4
Servicios Básicos	0,1	5	0,5	5	0,5	6	0,6
	1		**6,45**		**7,5**		**4,7**

Padre Aguirre y Rocafuerte de la zona rosa, nosotros recurrimos a este lugar debido a la facilidad y el espacio que necesitamos y porque es una calle con frecuencia visitada, también hemos considerado este lugar porque es un sitio donde mucha juventud y en general gente que sale a divertirse conoce y la concurre.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSION:

Una vez que determinado la inversión en obra física, equipos, maquinaria y el calendario de reemplazo de activos fijos; con los datos de ingresos y gastos totales se descontaran los flujos de cada periodo usando la TMAR (ko) , para obtener la TIR y el VAN para esa forma determinar la factibilidad económica del mismo.

INVERSIÓN DEL NEGOCIO	
Gasto de Constitución	$ 1.100
Gastos Legales	$ 975
Inversión Total de Obra Físicas	$ 26.380
Inversión Inicial en Vehículo	$ 60.000
Inversión de Activos Fijos	$ 7.950
INVERSION TOTAL DEL NEGOCIO	**$ 96.405**

INVERSIONES PREVIAS A LA PUESTA EN MARCHA

Activos Fijos: aquellas realizadas en los bienes tangibles, utilizadas en el proceso de transformación y sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.

Activos Intangibles: realizadas sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

CAPITAL DE TRABAJO

Para calcular el monto de dinero con el cual se debe contar para afrontar los costos y gastos relacionados con la operatividad del proyecto.

Se aplico el método de déficit acumulado; para esto hemos estimado los ingresos mensuales derivado de las ventas de las entradas tanto de la de reservas como las entradas al bar. En base a los ingresos y egresos mensuales calculados obtuvimos los saldos de caja y los saldos acumulados. En este caso el de mayor déficit fue el mes de febrero con una producción de

-8.355,12 ya que no hemos realizado ventas y no encontramos ningún beneficio

PROYECCION CAPITAL DE TRABAJO

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Ingresos por Sección							
Precio de reservas	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
número de resevas	0,00	28	29	30	31	32	33
Total ingreso reservas	**0,00**	**$ 5.880,00**	**$ 6.090,00**	**$ 6.300,00**	**$ 6.510,00**	**$ 6.720,00**	**$ 6.930,00**
Precio de entrada al bar	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
número de clientes del bar	0,00	512	537	563	591	620	651
Total Ingreso de Entradas	**0,00**	**$ 9.216,00**	**$ 9.666,00**	**$ 10.134,00**	**$ 10.638,00**	**$ 11.160,00**	**$ 11.718,00**
Total Ingresos	**0,00**	**15096,00**	**15756,00**	**16434,00**	**17148,00**	**17880,00**	**18648,00**
			4%	4%	4%	4%	4%
Ingresos en Porcentaje							
Al Contado 50%		7548,00	7878,00	8217,00	8574,00	8940,00	9324,00
Credito 30 dias 25%			3774,00	3939,00	4108,50	4287,00	4470,00
Credito 60 dias 25%				3774,00	3939,00	4108,50	4287,00
Ingreso Mensual		**7548,00**	**11652,00**	**15930,00**	**16621,50**	**17335,50**	**18081,00**
EGRESOS							
Costos Variables	35%	5283,60	5514,60	5751,90	6001,80	6258,00	6526,80
Total Costos Variables		**5283,60**	**5514,60**	**5751,90**	**6001,80**	**6258,00**	**6526,80**
Costos Fijos							
alquiler de oficina	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
seguro de bus	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Telefono	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Internet	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Gastos de Administracion	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Gastos de luz electrica	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Agua	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Gastos de Publicidad	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Total Costos Fijos	**1150,00**	**1150,00**	**1150,00**	**1150,00**	**1150,00**	**1150,00**	**1150,00**
Gastos Administrativos							
Sueldos y Salarios	**4159,76**	**4159,76**	**4159,76**	**4159,76**	**4159,76**	**4159,76**	**4159,76**
Egreso mensual	**5309,76**	**10593,36**	**10824,36**	**11061,66**	**11311,56**	**11567,76**	**11836,56**

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Ingreso mensual	0,00	7548,00	11652,00	15930,00	16621,50	17335,50	18081,00
Egreso mensual	5309,76	10593,36	10824,36	11061,66	11311,56	11567,76	11836,56
Saldo mensual	-5309,76	-3045,36	827,64	4868,34	5309,94	5767,74	6244,44
Saldo acumulado	**-5309,76**	**-8355,12**	**-7527,48**	**-2659,14**	**2650,80**	**8418,54**	**14662,98**

CAPITAL DE TRABAJO	**-8355,12**

GASTOS

Gastos de administración: pagos de salarios de empleados de la empresa, gastos de servicios básicos, gastos de inventarios de bebidas y piqueos para ofrecer a los clientes.

Total de Gastos Generales	$ 6.060,00
Total de Gastos de Vehiculo	$ 4.536,00
Total de Gastos De Personal	$ 45.578,82
Total de Gastos Administrativos	$ 56.174,82

Gastos de publicidad: anuncios publicitarios en revistas a nivel nacional, publicidad en espacios contratados de televisión, costos de afiches y banners para promocionar el servicio

PUBLICIDAD			
CONCEPTO	***COSTO***	***CANTIDAD ANUAL***	***TOTAL***
Vallas Publicitarias	$ 200,00	2	$ 400,00
Volantes	$ 80,00	3	$ 240,00
Material P.O.P	$ 50,00	2	$ 100,00
Periódico	$ 50,00	6	$ 300,00
Cuñas Radiales	$ 75,00	4	$ 300,00
TOTAL	$ 455,00		**$ 1.340,00**

DEPRECIACION

En Ecuador por disposición de la Autoridad Tributaria (Sri), se utiliza el método de depreciación en línea recta

MÉTODO CONTABLE			
VALORACIÓN DE ACTIVOS PARA UN FLUJO DE 5 AÑOS			
ACTIVO	***V DE COMPRA***	***AÑOS DE DEPRECIACIO***	***D. ACUMULAD***
Instalaciòn y Adecuaciòn	$ 8.380	10	$ 838
Bus	$ 60.000	5	$ 12.000
Equipos de computación	$ 860	5	$ 172
Muebles y Enseres 0-5	$ 7.090	10	$ 709
			$ 13.719

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Debido a la adquisición de activos, se decidió que el porcentaje de apalancamiento será del 40% para adquirir un préstamo, el mismo que será realizado en el Banco de Machala a una tasa del 14.23% anual a un periodo de 5 años y el 60% por aportes personales de socios.

Porcentaje de Apalancamiento	
Préstamo	**Capital Propio**
0,4	0,6

Financiamiento	Capital Propio	Inversión
96,405	**57,843**	**38,562**

PRÉSTAMO

Aproximación del Calculo del Préstamo	
Monto	38562
Tasa de interés Anual	14,23%
Tasa de Interes Mensual	1,11%
Plazo Anual	5
Cuotas Mensuales	60
Valor de Cuotas Mensuales	$ 884,89

FLUJO DE CAJA

Al proyectar el flujo de caja incorporaremos información necesaria y relacionada con los efectos tributarios de la depreciación, amortización y el valor residual de las utilidades u perdidas.

Los elementos del Flujo de caja son:

- Los egresos iniciales
- Los ingresos y egresos de operación
- El valor de desecho o salvamento del proyecto

TMAR (KO) & TASA INTERNA DE RETORNO

Calculo del Beta de la Empresa

Dada la actividad de la empresa, se ha tomado como empresa comparable a Walt Disney.

$$B_A = \frac{(1-L)B}{(1-T*L)}$$

Datos de la Empresa Comparable (Walt Disney)	
Beta	1,17
Total Activo	$ 60.928.000
Total Pasivo	$ 30.175.000
L	49,53%
T	30%
Beta Desapalancada	**0,6936**

B_A= Beta desapalancado

B= Beta de la empresa comparable

T= Tasa de Imp. a la Rta de empresa Comp.

L= % de apalancamiento de los pasivos con respecto a los activos

Luego que se ha quitado el riesgo financiero al beta comparable, introducimos el riesgo financiero de la empresa

Datos de la Empresa	
L	40%
T	25%
Beta de La Empresa	**1,0404**

CALCULO DE LA TMAR (KO)

Representa la rentabilidad mínima exigida por parte del inversor al proyecto, en base al riesgo en que se incurre al invertir en el mismo

RENTABILIDAD EXIGIDA POR EL ACCIONISTA(Ke)

INDICES PORCENTUALES DEL PROYECTO	
Beta de la Empresa	1,0404
Nivel de deuda	40%
Capital Propio	60%
Tasa de Deuda	14,23%

DATOS DE WALT DISNEY	VALORES DE WALT
Tasa libre de Riesgo USA	2,20%
Rentabilidad Mercado	19,73%

CONCEPTO	ÍNDICE PORCENTUAL
Riesgo País Ecuador	8,17%

Datos para encontrar ke

Utilizaremos la siguiente ecuación:

$$K_e = r_f + \beta \left(r_m - r_f \right) + r_{f\ Ecua.}$$

SIMBOLOGIA	CONCEPTO	VALOR O PORCENTAJE
K_e	**Rentabilidad exigida por el capital propio**	**28.61%**
r_f	Tasa libre de Riesgo USA	2,20%
β	Beta de la Empresa	1,0404
r_m	Rentabilidad Mercado	19.73%
$\boxed{r_{f\ Ecua.}}$	Riesgo País Ecuador	8,17%

Obtenemos

$$K_e = 2{,}20\% + 1{,}0404\left(9.73\% - 2{,}20\%\right) + 8{,}17$$

$$\Rightarrow K_e = \underline{\underline{28.61\%}}$$

En la formula del CAPM hemos considerado el riesgo país que al 10 de febrero era de 8.17% , la tasa de retorno de los bonos de Estados U. puesto que viene representada por la tasa libre de riesgo que es 2.20%, ya que dichos bonos son considerados de riesgo 0 se considerara una rentabilidad promedio exigida por el accionista del 28.61% la cual es levemente positiva debido a la recesión mundial.

RENTABILIDAD EXIGIDA POR EL INVERSIONISTA

SIMBOLOGIA	CONCEPTO	VALOR O PORCENTAJE
K_o	**Rentabilidad exigida por el inversionista**	21.43%
K_d	Tasa de interés del préstamo bancario	14.23%
$\frac{D}{A}$	Nivel de endeudamiento	0.4
K_e	Rentabilidad exigida por el capital propio	28.61%
$\frac{P}{A}$	Nivel de capital propio	0.6

Obtenemos:

$$\Rightarrow Ko = \underline{\underline{21.43\%}}$$

CALCULO DE LA TIR

Evalúa el proyecto en función de una tasa única del rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

CALCULO DE LA TIR CON DEUDA

Representa la tasa de interés mas alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero. Con la tasa de descuento procedemos a calcular la tasa de retorno ofrecida por el proyecto.

TIR - con deuda = 44.264%

VAN - con deuda = 45.187,15%

CALCULO DE LA TIR SIN DEUDA

Se podría financiar con las aportaciones de todos los que conformen la junta de accionistas, esto significa que existe la opción de financiar el proyecto en su totalidad y así realizar el ahorra de los gastos sobre interés

TIR - con deuda = 30.92%

VAN - con deuda = 22.091,56%

Crecimiento Reservaciones 5%

Crecimiento Mensual 5%

		FLUJO DE CAJA PROYECCION 5 AÑOS				
INGRESOS	0	1	2	3	4	5
Precio Reservas		$ 210,00	$ 210,00	$ 210,00	$ 210,00	$ 210,00
Cantidad de Reservas		363	381	400	420	441
Subtotal Ingresos Reservas		$ 76.230,00	$ 80.010,00	$ 84.000,00	$ 88.200,00	$ 92.610,00
Precio Entrada Individual		$ 18,00	$ 18,00	$ 18,00	$ 18,00	$ 18,00
Cantidad Entradas		7243	7605	7985	8384	8803
Subtotal Ingresos por Entradas		$ 130.374,00	$ 136.890,00	$ 143.730,00	$ 150.912,00	$ 158.454,00
Total Ingresos Brutos		**$ 206.604,00**	**$ 216.900,00**	**$ 227.730,00**	**$ 239.112,00**	**$ 251.064,00**
GASTOS OPERATIVOS						
Costos Variables	35%	$ 72.311,40	$ 75.915,00	$ 79.705,50	$ 83.689,20	$ 87.872,40
Gastos Mantenimiento de Bus Movil	5%	$ 4.536,00	$ 4.762,80	$ 5.000,94	$ 5.250,99	$ 5.513,54
Gastos Publicitarios	5%	$ 1.340,00	$ 1.407,00	$ 1.477,35	$ 1.551,22	$ 1.628,78
Gasto de Depreaciacion		$ 8.263,33	$ 8.263,33	$ 8.263,33	$ 8.263,33	$ 8.263,33
Total Gastos Operativos		**$ 86.450,73**	**$ 90.348,13**	**$ 94.447,12**	**$ 98.754,74**	**$ 103.278,05**
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Alquiler De Oficina	10%	$ 3.000,00	$ 3.300,00	$ 3.630,00	$ 3.993,00	$ 4.392,30
Seguro para el Bus	5%	$ 840,00	$ 882,00	$ 926,10	$ 972,41	$ 1.021,03
Telefono		$ 360,00	$ 360,00	$ 360,00	$ 360,00	$ 360,00
Internet		$ 480,00	$ 480,00	$ 480,00	$ 480,00	$ 480,00
Gastos de Administracion		$ 720,00	$ 720,00	$ 720,00	$ 720,00	$ 720,00
Gastos de Luz Electrica		$ 360,00	$ 360,00	$ 360,00	$ 360,00	$ 360,00
Agua		$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 300,00
Sueldos y Salarios		$ 45.578,82	$ 45.578,82	$ 45.578,82	$ 45.578,82	$ 45.578,82
Aportes IESS		$ 4.701,18	$ 4.701,18	$ 4.701,18	$ 4.701,18	$ 4.701,18
Decimo Tercero		$ 4.190,00	$ 4.190,00	$ 4.190,00	$ 4.190,00	$ 4.190,00
Decimo Cuarto		$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00
Vacaciones		$ 2.095,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00
Aporte Patronal		$ 5.606,22	$ 5.606,22	$ 5.606,22	$ 5.606,22	$ 5.606,22
IECE - SECAP		$ 502,80	$ 502,80	$ 502,80	$ 502,80	$ 502,80
Total Gastos Administrativos		$ 71.134,02	$ 71.781,02	$ 72.155,12	$ 72.564,43	$ 73.012,35
Total Gastos		***$ 86.450,73***	***$ 90.348,13***	***$ 94.447,12***	***$ 98.754,74***	***$ 103.278,05***
GASTOS FINANCIEROS						
Interes de Prestamo		$ 4.811,44	$ 3.985,07	$ 3.041,10	$ 1.962,81	$ 731,08
Total Gastos Financieros		$ 4.811,44	$ 3.985,07	$ 3.041,10	$ 1.962,81	$ 731,08
Otros Ingresos						
Venta de Activos		$ 0,00	$ 0,00	$ 129,00	$ 0,00	$ 31.063,50
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS		**$ 28.891,09**	**$ 32.218,66**	**$ 35.923,65**	**$ 39.639,71**	**$ 74.840,32**
Participacion de Trabajadores	15%	$ 4.333,66	$ 4.832,80	$ 5.388,55	$ 5.945,96	$ 11.226,05
Utilidad Antes de Impuestos		***$ 24.557,43***	***$ 27.385,86***	***$ 30.535,10***	***$ 33.693,75***	***$ 63.614,28***
Total No Deducibles de Impuestos		$ 14.794,02	$ 15.099,02	$ 15.099,02	$ 15.099,02	$ 15.099,02
Base Imponible de Impuesto		$ 39.351,45	$ 42.484,88	$ 45.634,12	$ 48.792,77	$ 78.713,30
Impuesto a la Renta	25%	***$ 98,38***	***$ 106,21***	***$ 114,09***	***$ 121,98***	***$ 196,78***
UTILIDAD LIQUIDA		**$ 24.459,05**	**$ 27.279,65**	**$ 30.421,02**	**$ 33.571,77**	**$ 63.417,49**
Depreciación		$ 8.263,33	$ 8.263,33	$ 8.263,33	$ 8.263,33	$ 8.263,33
Inversión	$ 96.405,00					
Prestamo	$ 38.562,00					
Amortización		$ 5.807,26	$ 6.633,63	$ 7.577,60	$ 8.655,89	$ 9.887,62
Capital de Trabajo	$ 8.355,12					
Valor de Desecho						$ 35.873,33
FLUJO DE CAJA	($ 66.198,12)	$ 26.915,12	$ 28.909,35	$ 31.106,75	$ 33.179,22	$ 97.666,54
VALOR NETO ACTUAL	**$ 45.187,15**					
Tmar (ko)	21,43%					
TIR	**44,264%**					

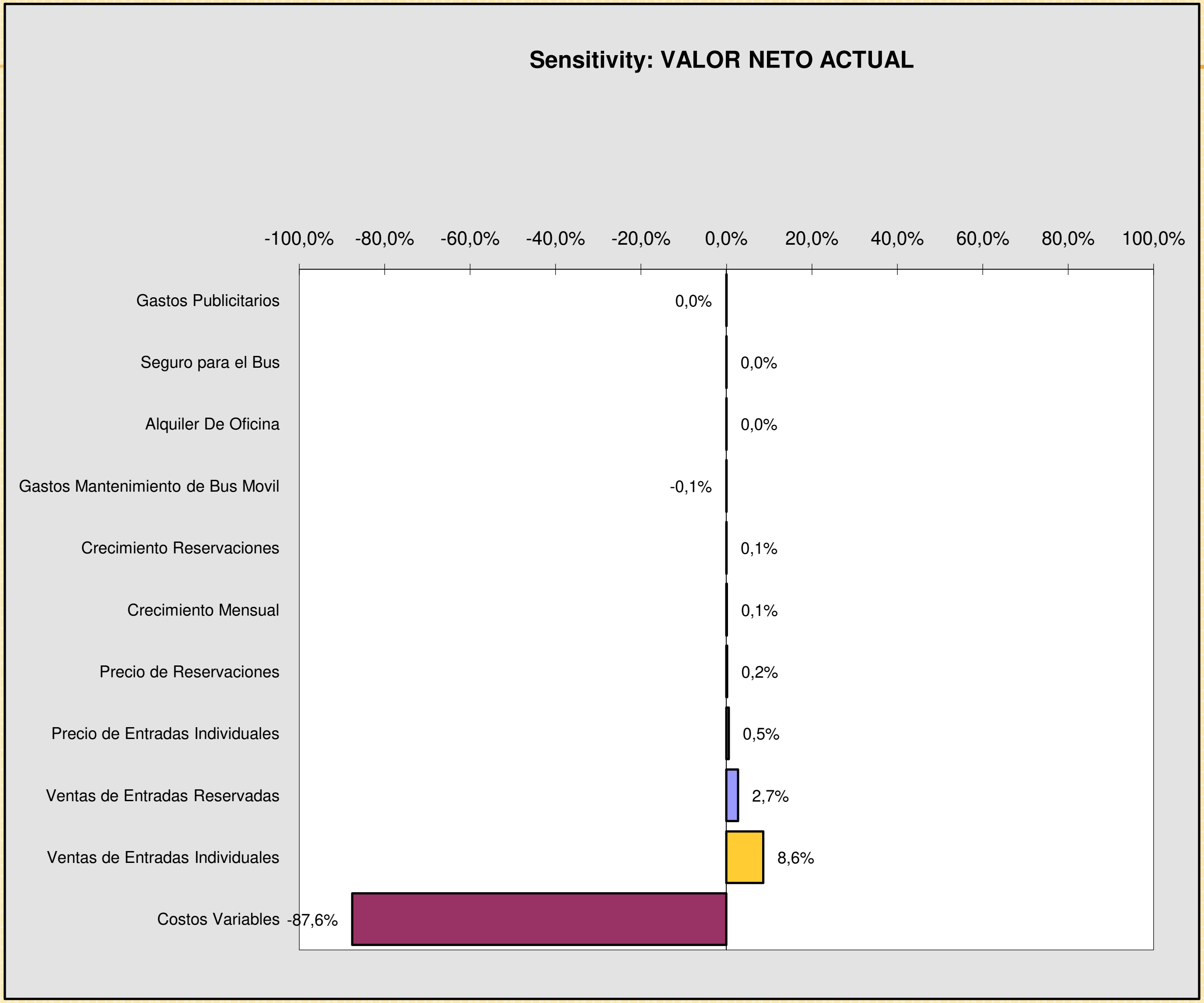
ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Es importante conocer el impacto de eventuales cambios en las variables, llevamos a cabo el análisis de sensibilidad para determinar que tan sensible es el VAN del proyecto ante cambios en variable. Hemos utilizado el Método Montecarlo por medio del Crystall Ball:

Variables de entrada.- las cuales influyen directamente en el proyecto y dan probabilidad de certeza a que se cumplan las proyecciones.

Crecimiento de arriendo – Tasa de Crecimiento de los costos variables – Tasa de Crecimiento de la demanda proyectada de reservaciones e individuales – Los gastos de mantenimiento de bus y gastos de publicidad – Gastos por concepto de seguro para el bus – Precio de ventas para reservaciones y precio de entradas individuales - Las cantidades vendidas que representan el numero de entradas vendidas

Variable de salida .- la que mayor se ve influenciada por las variables de entrada la cual es el VAN


Sensitivity: VALOR NETO ACTUAL
-100,0%
-80,0%
-60,0%
-40,0%
-20,0%
0,0%
20,0%
40,0%
60,0%
80,0%
100,0%
Gastos Publicitarios
0,0%
Seguro para el Bus
0,0%
Alquiler De Oficina
0,0%
Gastos Mantenimiento de Bus Movil
-0,1%
Crecimiento Reservaciones
0,1%
Crecimiento Mensual
0,1%
Precio de Reservaciones
0,2%
Precio de Entradas Individuales
0,5%
Ventas de Entradas Reservadas
2,7%
Ventas de Entradas Individuales
8,6%
Costos Variables
-87,6%

CONCLUSIONES

- Una vez evaluado el Proyecto de creación e implementación de una Bar móvil “Discovery” en la cuidad de Guayaquil se puede concluir que es una alternativa factible y viable, ya que en los estudios realizados, se obtuvieron resultados muy favorables.

- Se puede concluir que el nicho de mercado al cual se está enfocado el proyecto se encuentra segmentado en las edades de jóvenes de 18 años a 25 años de edad el cual este representa una buena atracción en los jóvenes de la cuidad de Guayaquil y mostraron un nivel alto de aceptación hacia una nueva modalidad de bar

- En cuanto a la parte financiera se puede concluir que el proyecto es rentable dado que se obtiene una TIR mayor a la TMAR(Ko y Ke) en diferentes flujos de cajas con deuda y sin deuda lo que se obtiene como resultado un proyecto factible y que puede ser aplicado en la ciudad de Guayaquil

- Después de realizar un análisis de sensibilidad, colocando las variables de entrada y de salida se puede concluir que estos variables son pocas sensibles a los cambios negativos para la rentabilidad del proyecto por lo tanto se puede concluir que el proyecto del bar móvil presenta un normal crecimiento económico y por ende es rentable

¿PREGUNTAS?

GRACIAS POR SU ATENCIÓN