

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUYO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES



**TRABAJO FINAL DE CONTADOR PÚBLICO**

**Proyecto de inversión de salón de eventos infantiles en el  
departamento Capital de la provincia de San Juan en el  
año 2024**

Alumna: Débora Paola Burgos Valdéz

Director: Carlos Zucal

2024

## TRABAJO FINAL DE GRADO DE LA CARRERA CONTADOR PÚBLICO

Aprobado por el tribunal examinador reunido al efecto, en San Juan a los..... días del mes de..... de 20....

Calificación obtenida: .....

Certificación de los Integrantes del Jurado		
Director de Trabajo Final	Apellido y nombre	Firma
Jurado		
Jurado		
Jurado		

\_\_\_\_\_  
Firma del alumno

\_\_\_\_\_  
Aclaración

## **Agradecimientos y dedicatoria**

Mi agradecimiento en especial a mi compañero de vida que me acompañó en este camino que se tornó duro, por momentos largos, difícil, con más obstáculos de los que pensaba pero que sin su compañía y aliento no hubiera podido lograrlo, quien estuvo ahí siempre a pesar de todo, cuando había momentos en que quería bajar los brazos él estaba ahí para ayudarme, escucharte y tomarme de la mano para seguir, esto logro es de ambos y de nuestra pequeña familia que formamos, gracias por ser el mejor hombre que me pudo haber tocado, Dios me premio teniendo en mi vida a vos y nuestro bebe.

A mis papas que detrás de cada examen estaban ahí a la espera, apoyando desde su lugar, rezando y si el resultado no era el esperado sólo bastaba con mirarme, abrazarme para saber que todo iba a estar bien y que pronto todo iba a pasar, me siento orgullosa de ser su hija.

Y por último a mí por seguir a pesar de todo, cuando las cosas no eran para nada favorables, todo parecía gris y nada salía según mis planes, seguí insistiendo hasta el cansancio, hasta las lágrimas, perdiendo tiempo de vida entre apuntes interminables que hacían pensar que nunca se llegaría al final, y cuando menos lo espere estaba ahí rindiendo esa tan ansiada ultima materia que trajo alegría, satisfacción y orgullo de mi misma que pude, lo logre y ahora tengo ese título que por años soñé tenerlo en mis manos. Gracias Señor por nunca abandonarme y darme todo lo que siempre soñé.

# ÍNDICE

## Contenido

<b>Agradecimientos y dedicatoria</b>	3
ÍNDICE	4
<b>RESUMEN</b>	7
<b>Palabras claves</b>	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I	10
MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO	10
<b>1.1 Justificación</b>	10
<b>1.2 Marco teórico y antecedentes del tema</b>	11
<b>1.3 Objetivos, hipótesis y variables.</b>	14
<b>1.4 Marco metodológico y conceptual</b>	15
CAPÍTULO II	18
DESARROLLO DE OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	18
<b>2.1.1 Búsqueda, idea y creación del proyecto</b>	18
<b>2.1.2 Rubro de salón de eventos infantiles en San Juan</b>	19
<b>2.1.3 Descripción e ideas para el salón de eventos</b>	19
<b>2.1.4 Misión, visión y valores de la empresa</b>	21
<b>2.1.5 Análisis PESTEL</b>	22
<b>2.2.1 Rentabilidad financiera</b>	29
<b>2.2.2 Factibilidad financiera</b>	30
<b>2.2.3 Inversión inicial</b>	31
<b>2.2.4 Valor Actual Neto</b>	33
<b>2.2.5 Resultados del Valor actual neto</b>	35
<b>2.2.6 Tasa Interna de Retorno</b>	35
<b>2.2.7 Resultado de la Tasa Interna de Retorno</b>	36
<b>2.3.1 Análisis de las cinco fuerzas de Porter</b>	37
<b>2.3.2 Resultado Análisis de las fuerzas de Porter</b>	41
<b>2.3.3 Estrategias de la empresa</b>	42
<b>2.4.1 Habilitaciones comerciales, industriales y de servicio</b>	43
CAPÍTULO III	47
RESULTADOS Y CONCLUSIONES	47
<b>3.1.1 Cuestionario para potenciales clientes de salones de fiestas infantiles</b>	47
<b>3.1.2 Análisis FODA</b>	53

<b>3.1.3 Conclusiones finales</b>	57
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXO 1. GUÍA DE PREGUNTAS	61
ANEXO 2: PRESUPUESTO INVERSIÓN INICIAL	63

## **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1. Descripción de los puestos de trabajo.....	20
Tabla 2. Índice de precios al consumidor Noviembre de 2024.....	22
Tabla 3. Variaciones mensuales del Nivel general del IPC.....	25
Tabla 4. Inversión de instalación.....	31
Tabla 5. Inversión de Mobiliario.....	31
Tabla 6. Inversión de capital de trabajo .....	32
Tabla 7. Inversión total.....	32
Tabla 8. Análisis de las fuerzas de Porter.....	41

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Las cinco fuerzas de Porter.....	37
Figura 2. Edad de los clientes .....	47
Figura 3. Género de los clientes.....	48
Figura 4. Frecuencia de contratación de salón de eventos infantiles.....	48
Figura 5. Elegir el servicio de un salón infantil.....	48
Figura 6. Interés de un salón infantil.....	49
Figura 7. Recomendación de salón de eventos infantiles.....	50
Figura 8. Servicio de un salón infantil que no se puede prescindir.....	51
Figura 9. Servicios de un salón de eventos a prescindir.....	51
Figura 10. Ubicación del salón.....	51
Figura 11. Experiencias con salones infantiles.....	52
Figura 12. Análisis o Matriz FODA.....	54
Figura 13. Mesa tablón.....	63
Figura 14. Sillas para niños.....	64
Figura 15. Sillas para adultos.....	65
Figura 16. Computadora de escritorio.....	66
Figura 17. Castillo inflable.....	67

Figura 18. Aire acondicionado.....	68
Figura 19. Parlante portatil.....	69
Figura 20. Juegos de interior.....	70
Figura 21. Juegos de exterior.....	71

## RESUMEN

El trabajo de investigación ofrece indagar la factibilidad técnica, económica y financiera de la inauguración de un salón de eventos infantiles en el departamento Capital en la provincia de San Juan en el año 2024. Entre sus principales propósitos se busca analizar el mercado de salones de eventos infantiles en el departamento Capital de la provincia de San Juan, estimar los costos generales y la rentabilidad del proyecto de inversión en la zona pretendida e investigar los requerimientos legales para la apertura de un salón de eventos infantiles en la provincia de San Juan. A partir de técnicas como la encuesta podremos obtener información indispensable para la recolección de datos. Este proyecto nace con la idea de que sea viable y factible de crear desde el punto de vista administrativo, operativo y financiero, y asimismo, que desde el análisis del mercado este proyecto satisfaga las necesidades y las expectativas de aquellos potenciales consumidores para así posicionarse a corto plazo en el mercado.

## **Palabras claves**

Proyecto de inversión, salón de fiestas infantiles, factibilidad financiera

# INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene como principal objetivo analizar la factibilidad técnica, económica y financiera de la inauguración de un salón de eventos infantiles en el departamento Capital en la provincia de San Juan en el año 2024. De este modo, en el capítulo uno retomamos la historia de las fiestas infantiles a lo largo de los años en Argentina, como así también, los antecedentes que encontramos en la provincia de San Juan. También incorporamos diversos conceptos como el de proyecto y sus diferentes tipos.

En el capítulo número dos se comentó la búsqueda y la idea de la creación del salón de eventos infantiles. Asimismo, presentamos un panorama del rubro en la provincia. Incorporamos el análisis PESTEL que se utiliza para identificar las fuerzas externas a nivel macro que influyen sobre un negocio y pueden determinar su evolución. Igualmente, se estimaron los costos generales y la rentabilidad del proyecto de inversión. De este modo, calculamos el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). También incorporamos el análisis de las cinco fuerzas de Porter.

En el capítulo tres desarrollamos el trabajo de campo e introducimos los resultados y las conclusiones. El modelo de herramienta principal para la recolección de datos fue el cuestionario. Asimismo, antes de las conclusiones finales realizamos el análisis FODA para evidenciar la situación real en la que se encuentra el proyecto y poder planificar una estrategia a futuro.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

### 1.1 Justificación

Desde su surgimiento a mediados de la década del 80 hasta su auge durante los primeros años del siglo XXI, el mercado de las fiestas infantiles mantuvo su proceso de expansión y redefinición constante. En las últimas décadas, la recreación, el esparcimiento y la felicidad de las infancias se transformaron en una obligación social y un derecho, al mismo tiempo que se expandieron, aún más, las ofertas exclusivas para niños y niñas: literatura y revistas especializadas, películas, programas y telenovelas, jugueterías, tiendas de ropa, parque de diversiones y museos, obras de teatro y conciertos de música, videojuegos y sitios digitales, menús diferenciados, cumpleaños infantiles en salones destinados a su celebración (Castro, 2023).

En el trabajo titulado “Relaciones laborales y organización del trabajo en los mundos del festejo de cumpleaños infantiles en la ciudad de Córdoba, Argentina, su autora al entrevistar a trabajadores de salones infantiles comenta que desde la perspectiva de *los grandes*, la calidad de los inflables y de los juegos, la fotografía, maquillaje, alimentos y la torta que ofrecían para los niños y niñas, así como el catering y el espacio acondicionado para las personas de mayor edad, eran cuestiones que contribuían a forjar un *combo profesional*. Para ello, dueñas y dueños procuraban rodearse de *los mejores proveedores* que les garantizaran productos y diseños de *calidad* en tiempo y forma. Según indicaban en sus manos estaba el trabajo y la responsabilidad de generar *buenos recuerdos y un cumpleaños espectacular* (2022, p.373).

Centrándonos en este último tópico, se puede decir que los salones de eventos infantiles resultan una buena opción para las familias debido a que realizar un cumpleaños en una casa implica organización, contar con elementos o juegos para mantener entretenidos a los niños, espacio físico, etc. Asimismo, un antecedente relevante es que según los datos ofrecidos por la Cámara Argentina de Salones de Fiestas, Salones Infantiles y Catering (CASFIC) el rubro del alquiler de los salones infantiles ha crecido exponencialmente (Castiglione, 2017).

En la provincia de San Juan los antecedentes que contamos vinculados a salones de eventos infantiles son Duly Park (donde se hacían diversos cumpleaños en simultáneo), Aventuras de la Selva, Makalú, Burbujas, etc. Actualmente al buscar en internet salones de eventos infantiles en San Juan podemos encontrar Fun Zone, Carrusel, Traikén, Parque Magico Salon de Eventos, la mayoría cuentan con diferentes reseñas por parte de la gente que ha adquirido sus servicios.

La elaboración de este trabajo nace con la intención de analizar y planificar un proyecto de inversión de salón de eventos infantiles considerando su factibilidad financiera y económica a largo plazo, reconociendo de este modo sus ventajas y desventajas en la zona pretendida.

## 1.2 Marco teórico y antecedentes del tema

El propósito de este trabajo de investigación es idear un espacio de eventos, precisamente un salón de eventos infantiles, ubicado en la capital de San Juan. Con la finalidad de que sea viable y factible de crear desde el punto de vista administrativo, operativo y financiero, y de este modo, que desde el análisis del mercado este proyecto satisfaga las necesidades y las expectativas de aquellos potenciales consumidores para así posicionarse a corto plazo en el mercado. Por otro lado, la intención de idear un salón de eventos infantiles está vinculado con el objetivo de poder brindar un servicio óptimo de logística en decoración, fotografía, recreación y animación; teniendo como eje fundamental cumplir con la expectativa de los diferentes clientes. Este proyecto está planificado para ser llevado a cabo como grupo familiar, esperando contar de este modo, con rentabilidad económica y financiera. Por ende, se plantea como interrogante de investigación: ¿Cuál es la factibilidad técnica, económica y financiera en relación a la apertura de un salón de eventos infantiles en el departamento Capital en la provincia de San Juan en el año 2024?

En el libro *Preparación y evaluación de proyectos* (2014), los autores describen la definición de **proyecto** como la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantos, una necesidad humana. Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades humanas.

Asimismo, la evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas variables resultantes del estudio del proyecto, las cuales permiten obtener diferentes indicadores financieros que finalmente sirven para evaluar la conveniencia económica de implementar el proyecto (Sapag Chain et al., 2014, p.1 - p.6).

El autor Sapag Chain comenta que hay diferentes **tipos de proyectos** para tener en cuenta a la hora de realizar una evaluación, los mismos dependen tanto de la finalidad del estudio como del objeto de la inversión. En relación a la finalidad del estudio, los proyectos pueden ser evaluados por:

- La rentabilidad del proyecto
- La rentabilidad del inversionista
- La capacidad de pago a las fuentes de financiamiento del proyecto

En nuestro proyecto nos centraremos en la rentabilidad del proyecto ya que nos interesa ver si el proyecto funciona en la localidad prevista.

Por otra parte, hay muchas formas de clasificar las etapas de un **proyecto de inversión**. Una de las más comunes identifica cuatro etapas básicas: la generación de la idea, los estudios de preinversión para medir la conveniencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para la implementación del proyecto y la puesta en marcha y operación (Sapag Chain, 2001).

1. *La etapa de idea* corresponde al proceso sistemático de búsqueda de posibilidades de mejoramiento en el funcionamiento de una empresa y que surgen de la identificación de opciones de solución de problemas e ineficiencias internas que pudieran existir o de formas de enfrentar las oportunidades de negocio que se pudieran presentar.

2. *La etapa de preinversión* corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos, la que se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y calidad de la información considerada en la evaluación: perfil, prefactibilidad y factibilidad.

3. *La etapa de inversión* corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

4. *La etapa de operación* es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución, por ejemplo, con el uso de una nueva máquina que reemplazó a otra anterior, con la compra a terceros de servicios antes provistos internamente o con el mayor nivel de producción observado como resultado de una inversión en la ampliación de la planta.

Dentro de lo que es un análisis completo de un proyecto, deben realizar ciertos estudios complementarios. Estos estudios son: técnico, de mercado, organizacional - administrativo - legal y financiero (Castiglione, 2017).

#### Estudio técnico del proyecto

El objetivo principal del mismo es definir si físicamente se puede llevar a cabo el proyecto desde el punto de vista técnico. Los estudios técnicos varían según el tipo de proyecto, dependiendo si se trata de producción de bienes o de venta de productos o servicios. Cuando se trata de producción de bienes el estudio técnico es más complejo ya que existen distintos procesos productivos para elegir, y mucho depende la decisión de la situación financiera, es por eso que como regla general, el proceso productivo se elige en base a la eficiencia en cuanto a la optimización de los recursos disponibles.

#### El estudio del mercado

Tiene como objetivo determinar el mercado potencial del proyecto, pero aquí no solo se busca obtener la demanda e ingresos de operación sino también determinar y analizar todos los costos y las inversiones que implican las mismas. Este estudio es complejo ya que más allá que se pueda determinar el mercado, las decisiones tomadas respecto de ciertos factores pueden afectarlo directamente. Esto significa que se deben analizar los elementos que pueden afectar al mercado, tales como el precio inicial, las acciones de marketing, las inversiones, entre otras.

#### El estudio organizacional-administrativo-legal

Es probablemente uno de los menos realizados en comparación con los otros, sin embargo, toma relevancia debido a que las decisiones que se toman sobre estos factores afectan directamente a la estructura de costos del proyecto. Conocer la estructura administrativa que se va a necesitar para el desarrollo del proyecto brinda ventajas respecto de los costos del proyecto ya que, por ejemplo, permite contratar la cantidad necesaria de personal y a su vez permite una búsqueda de personal específica para las tareas que va a desarrollar cada puesto. También permite realizar las inversiones necesarias en las unidades de apoyo a la gestión.

### El estudio financiero

Consiste en identificar y ordenar las inversiones, costos e ingresos proyectados. Esto último implica la sistematización de la información mediante la construcción de flujos de caja. Dentro de lo que es la inversión en el proyecto, se puede diferenciar lo que corresponde a capital de trabajo, terrenos, equipamientos y otros, sin embargo, no solo importa el monto de las inversiones sino también el momento previsto para cada una de ellas, ya que las mismas se llevan a cabo en el inicio y durante la ejecución del proyecto, y esto, tal como dice Gabriel Baca Urbina (2001), afecta al flujo de caja. Para el caso de los salones de fiestas infantiles, los bienes de uso deben renovarse en un determinado tiempo ya que sufren el deterioro del uso de los niños, pero también por la necesidad de mantener una imagen de renovación y preocupación por la calidad.

## **1.3 Objetivos, hipótesis y variables.**

### **Objetivos: generales y específicos**

#### **Objetivo general**

Analizar la factibilidad técnica, económica y financiera de la inauguración de un salón de eventos infantiles en el departamento Capital en la provincia de San Juan en el año 2024.

#### **Objetivos específicos**

Objetivo 1: Estimar los costos generales y la rentabilidad del proyecto de inversión en la zona pretendida.

Objetivo 2: Analizar el mercado de salones de eventos infantiles en el departamento Capital de la provincia de San Juan.

Objetivo 3: Investigar los requerimientos legales para la apertura de un salón de eventos infantiles en la provincia de San Juan.

## **Hipótesis**

La hipótesis de investigación propone que si se consigue establecer económicamente un salón de eventos infantiles en el departamento Capital de San Juan puede llegar a situarse como competencia en el rubro de salones de fiesta dentro de la provincia. Asimismo, lograr que el negocio cuente con características propias en relación al servicio que se brinde puede alcanzar a que se posicione positivamente en relación a los otros locales. De esta forma, en una época donde las familias no cuentan con gran disponibilidad de tiempo para preparar fiestas de cumpleaños en sus hogares los salones se establecen como una buena opción.

## **1.4 Marco metodológico y conceptual**

### Recolección y procesamiento de datos

Para la recolección de datos es necesario establecer los criterios esenciales para la producción del estímulo y registro de la respuesta. Luego su procesamiento se realiza a través de cómputos y demás operaciones de síntesis. Presupone la adecuada traslación de los datos a esquemas o tablas y observar las tendencias que se ponen en manifiesto (Bataller, 1999).

Para un proyecto de inversión, es fundamental elegir técnicas metodológicas que permitan analizar la viabilidad financiera, los riesgos asociados y el potencial de rentabilidad del proyecto. De la misma forma, a partir de la utilización de diversas técnicas y herramientas se puede obtener información indispensable para la recolección de datos.

- La principal técnica que será de gran utilidad es el cuestionario, este método puede acercarnos a gente vinculada con nuestra temática como así también con personas

interesadas en adquirir el servicio. Debido a su facilidad para ser contestada a través de formulario digital se podrán realizar los análisis estadísticos en tiempo y forma.

- Otra práctica necesaria será la investigación y revisión de documentos y registros, de esta manera se podrá extraer información relevante sobre el rubro.
- También haremos uso de la observación indirecta ya que el fenómeno de interés a través de registros, descripciones, o medios secundarios en lugar de presenciarlo directamente.

### Métodos y técnicas

En este trabajo haremos uso de diversos métodos de investigación:

**Método deductivo:** es un enfoque de investigación que parte de premisas generales o teorías conocidas y se dirige a conclusiones específicas. Es un proceso de razonamiento lógico que va de lo general a lo particular. De ese modo, a partir de nuestro análisis, llegaremos a conclusiones específicas.

**Método estadístico:** es un enfoque de investigación que utiliza herramientas y técnicas estadísticas para recopilar, analizar, interpretar y presentar datos numéricos. Se enfoca en la cuantificación de datos. Este método de investigación será de gran utilidad cuando obtengamos la recolección de datos mediante las encuestas.

**Método analítico:** es un enfoque que se centra en descomponer un fenómeno, problema o situación en sus partes componentes para estudiar cada una de ellas por separado y entender su funcionamiento y su relación con el todo. Con este método, estudiaremos el conjunto de datos por separado, de esa forma, podremos verificar la viabilidad del proyecto.

Así mismo, seguiremos los pasos del **método empírico**.

**Observación:** este paso del método empírico implica observar un fenómeno, evento o comportamiento en su entorno natural o en un contexto específico. Como se comentó anteriormente haremos uso de la observación indirecta.

**Planteamiento del problema:** después de la observación, se formula una pregunta de investigación clara y precisa que busca abordar lo observado.

**Formulación de hipótesis:** la hipótesis debe ser verificable y falsable, es decir, deben poder ser comprobadas mediante la observación o experimentación.

**Recolección de datos:** se planifica cómo se va a obtener la evidencia empírica para probar la hipótesis.

**Análisis de los datos:** los datos recolectados se organizan, se analizan y se interpretan utilizando métodos estadísticos, cualitativos, o mixtos, dependiendo del tipo de datos y del enfoque de la investigación.

**Conclusión:** se concluye si la hipótesis fue aceptada o rechazada basándose en los resultados del análisis de los datos, de la misma forma, se discuten las implicaciones de los hallazgos y cómo contribuyen al conocimiento existente sobre el tema.

# CAPÍTULO II

## DESARROLLO DE OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo vamos a analizar la factibilidad económica, técnica y financiera para la apertura de la inauguración de un salón de eventos infantiles en la Capital de San Juan en el año 2024, De este modo, desarrollaremos los pros y los contras de la apertura de un local de eventos infantiles. Asimismo, estimaremos los costos generales y la rentabilidad del proyecto de inversión en la zona pretendida, analizaremos el mercado de salones de eventos infantiles en el departamento Capital e investigaremos los requerimientos legales para la apertura de un salón de eventos infantiles en la provincia de San Juan.

### **Objetivo general**

Analizar la factibilidad técnica, económica y financiera de la inauguración de un salón de eventos infantiles en el departamento Capital en la provincia de San Juan en el año 2024.

### **2.1.1 Búsqueda, idea y creación del proyecto**

La iniciativa de la creación de un salón de eventos infantiles fue pensada desde un deseo familiar y consideramos que en la actualidad contamos con el capital económico necesario para financiar este proyecto. Asimismo, creemos que en la Capital de San Juan se puede apostar en un local de salón de eventos infantiles ya que es un área altamente concurrida, y asimismo, un punto medio para gente que viene de diferentes zonas de la provincia.

La principal idea de nuestro salón de eventos infantiles es ofrecer diferentes servicios a las personas, para que puedan elegir en base a lo que necesitan puntualmente. Los servicios presentados serían: inflables, comida, mobiliario, animación, decoración, juegos y juguetes, equipos de audio. Asimismo, queremos

que el salón alquilado cuente con mucho espacio, como así también, con espacio al aire libre para que los niños puedan correr y jugar.

Además, nos gustaría innovar desde ciertos aspectos como por ejemplo desde la comida, tener en cuenta las restricciones alimentarias de los invitados (intolerancia al gluten, intolerancia a la lactosa, vegetarianismo, etc.).

Con respecto a la financiación de este proyecto, se cuenta con financiamiento propio para la totalidad de la inversión.

### **2.1.2 Rubro de salón de eventos infantiles en San Juan**

Con respecto al rubro de salones de eventos infantiles en San Juan pudimos encontrar información vinculada a los protocolos realizados en pandemia, donde se autorizó que prestarán servicios como rubro gastronómico, de este modo, los propietarios de un porcentaje de los salones de eventos infantiles encararon el proceso de reconvertirse (DiarioLaProvinciaSJ, 2024). Asimismo, se creó un protocolo sanitario para salones de eventos de la provincia de San Juan.

En el transcurso de la pandemia algunos locales pudieron seguir y otros tuvieron que cerrar. Liliana Sanchez, presidenta de la Asociación de Eventos Infantiles, expresó que “En un principio estaban nucleados 70 salones en la asociación, de toda la provincia, que de a poco fueron cerrando. Cerraron muchos clásicos o renombrados de la provincia, quedamos aproximadamente 40 salones y los que han abiertos son 15 o 17 salones”. También comentó la presidenta de la asociación que la gente prefiere festejar los cumpleaños en salones durante la pandemia (DiarioMovil, s.f). De este modo, como se comentó anteriormente San Juan cuenta con una Asociación de Eventos Infantiles.

### **2.1.3 Descripción e ideas para el salón de eventos**

En principio nuestro proyecto de salón infantil se desarrollará en la ciudad de San Juan, se busca que el espacio resulte un ambiente acogedor donde las familias se sientan cómodas y felices. En base a la competencia consolidada que se encuentra en el sector pensemos diversas propuestas para incorporar al local. Una de las ideas es generar temáticas únicas por ejemplo el espacio, un castillo, la selva, etc. También

nos gustaría incorporar actividades innovadoras como realizar talleres personalizados para los niños interesados por ejemplo manualidad entre otras cosas. Por último, otra idea que tenemos en mente es realizar regalos temáticos a los niños al final del evento.

Asimismo, pensamos que atraer a los clientes es fundamental para el éxito de nuestro salón. Teniendo en cuenta eso se generaron estrategias específicas para captar la atención de las familias de la zona. Una de las ideas principales es crear perfiles en Facebook e Instagram y publicar contenido que resulte atractivo: fotos de eventos, promociones, y actividades; de la misma forma, usaremos grupos y páginas locales para anunciar nuestro salón.

Para el evento de apertura tenemos pensado organizar un evento inaugural con actividades gratuitas para que las familias conozcan el salón. Además, distribuiremos folletos en lugares estratégicos como escuelas, plazas y tiendas infantiles y por último pensamos diferentes ofertas y promociones como por ejemplo realizar descuentos por reservas anticipadas, es decir ofrecer precios especiales para quienes reserven con varias semanas de antelación, otra idea es crear tarjetas de cliente frecuente con beneficios (por ejemplo, después de 5 reservas, obtienen un descuento), así también una idea que todavía estamos pensando es ofrecer paquetes especiales para cumpleaños en temporada baja o días no laborables.

**Tabla 1**

*Descripción de los puestos de trabajo*

PUESTOS	FUNCIONES
GERENTE GENERAL	Un gerente general es el líder principal de una organización, negocio o unidad, y tiene la responsabilidad de supervisar y coordinar todas las operaciones para asegurar que los objetivos del negocio se cumplan de manera eficiente.
EMPLEADOS	Un empleado es un individuo que realiza tareas o funciones específicas bajo la dirección y supervisión de un empleador. Su trabajo contribuye al cumplimiento de

	los objetivos de la organización y se lleva a cabo dentro de un marco de tiempo y condiciones acordadas (como horario, salario y beneficios).
ANIMADORES	Un animador de fiestas es un profesional especializado en entretener y dinamizar eventos, creando un ambiente divertido, interactivo y memorable para los asistentes. Su principal objetivo es garantizar que los invitados, especialmente los niños en el caso de fiestas infantiles, disfruten al máximo del evento a través de actividades diseñadas para fomentar la participación, el entusiasmo y la diversión.

Fuente: Elaboración propia

#### 2.1.4 Misión, visión y valores de la empresa

La misión, visión y valores de una empresa son tres conceptos muy importantes que permiten a las empresas definir quiénes son, cuáles son sus objetivos y cómo van a alcanzarlos (OpenAcademy, 2024).

La **misión** de una empresa se define como la razón principal por la cual esta existe, es decir, cuál es su propósito u objetivo y cuál es su función dentro de la sociedad. De esta manera, la misión de una empresa permite establecer la base de su plan de negocios y construir estrategias de mercado coherentes, ya que cualquier decisión para llegar a una meta futura debe tomarse a partir de esta misma. De este modo, el objetivo de esta empresa es proponer un modelo de salón infantil moderno y novedoso y marcar una diferencia con respecto a los otros salones infantiles que se encuentran en la provincia de San Juan.

La **visión** hace referencia a dónde se dirige la compañía y cuáles son sus metas a medio y largo plazo. De esta manera, la visión permite definir el camino que se debe seguir para alcanzar las metas propuestas. Para ello, debe representar de una forma

clara y realista los principios que dan una identidad a esta empresa. La visión de nuestra empresa es ofrecer un servicio de calidad que pueda interpelar a los habitantes de San Juan.

Los **valores** son un conjunto de pautas y directrices que guían la forma de actuar y de entender la actividad de la compañía, con el objetivo de lograr la visión y misión de la organización. Los valores de nuestra empresa comprenden la **innovación** y, por ende, la capacidad de evolucionar y adaptarse al mercado para mantenernos competitivos, como así mismo, la **calidad**, pero no solo la referida a los productos o servicios que ofrece una empresa, sino también todos los procesos y acciones que se llevan a cabo.

### **2.1.5 Análisis PESTEL**

El análisis PESTEL es una herramienta que se utiliza para identificar las fuerzas externas a nivel macro que influyen sobre un negocio y pueden determinar su evolución, tanto en términos económicos como de reputación. El acrónimo PESTEL se refiere a los factores que se analizan: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. Por lo tanto, el análisis PESTEL es un estudio de mercado únicamente de factores externos que afectan a una empresa. De este modo, para realizar el análisis del entorno externo de una empresa, hay que preguntarse cómo los factores macro pueden afectar el negocio (Eserp, 2022).

#### **Factor político**

En este tópico se analizan los factores asociados a la clase política que influyen en la actividad futura de la empresa (Torres Arriaga, 2019), y pueden ser:

- Las subvenciones públicas dependientes de los gobiernos.
- La política fiscal de los diferentes países.
- Las modificaciones en los tratados comerciales.
- Posibles cambios de partidos políticos en los gobiernos, y sus ideas sobre la sociedad y la empresa.

Podemos decir que nuestro rubro no está ligado directamente con la política, pero sí a las decisiones que toma el gobierno con respecto a las empresas y su funcionamiento que puede llegar a afectar nuestro sector de cierta forma. Un ejemplo, que se explicó anteriormente, puede ser el de la pandemia, donde los salones de eventos infantiles tuvieron que cerrar para después prestar servicios como rubro gastronómico. Y, asimismo, tuvieron que tomar reservas para generar ingresos debido a la falta de eventos por la cuarentena obligatoria en toda la provincia.

### **Factor Económico**

Se analizan las cuestiones económicas actuales y futuras que influyen en la ejecución de la estrategia, y pueden ser:

- Los ciclos económicos de nuestro país y/o de otros países en los que trabajamos, o que son de potencial interés.
- Las políticas económicas del gobierno.
- Los tipos de interés.
- La inflación y los niveles de renta.
- La segmentación en clases económicas de la población y sus posibles cambios.
- Los factores macroeconómicos propios de cada país.
- Los tipos de cambio o el nivel de inflación que se han de considerar para la definición de los objetivos económicos de la empresa.
- La tasa de desempleo

El factor económico es uno de los factores más complicados para analizar debido a la inestabilidad económica que presenta Argentina. Inspeccionando los datos que provee el INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo), se pudo observar los Índice de precios al consumidor (IPD) que se presentaron los últimos meses, como así también otros aspectos.

#### Índice de precios al consumidor

Todos los días unos precios suben, otros permanecen constantes y otros bajan. Como hay millones de bienes y servicios y por lo tanto de precios, no podemos analizar la economía teniendo en cuenta todos estos detalles, sino que tenemos que utilizar una medida del nivel **medio** de precios.

**El nivel medio de precios o simplemente el nivel de precios es un promedio ponderado de los precios de los diferentes bienes y servicios de la economía, en la que los bienes más importantes reciben un mayor peso o representan un mayor porcentaje.**

Las variaciones del nivel precios revelan si los precios están subiendo o bajando en promedio. El nivel de precios se mide generalmente a través de un índice de precios que se puede definir como el cociente entre el costo monetario de un conjunto dado de bienes y servicios (canasta básica o representativa) en un periodo dado y su costo en un determinado período base multiplicado por 100<sup>2</sup>. Al involucrar los precios de los bienes y servicios de una canasta básica de los consumidores, hacemos referencia a un Índice de precios al consumidor (IPC).

El INDEC sostiene que este índice es un indicador que mide la evaluación promedio de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares residentes en un área determinada (INDEC, 2016).

Para ello, se cuenta con un patrón de consumo representativo o canasta de consumo típica, la cual incluye cuáles son los bienes principales que las personas demandan y su ponderación respectiva, de modo tal que algunos bienes tienen un mayor peso dentro del índice y así se obtiene una valoración de los aumentos de los precios (Atucha, 2018).

Según datos del INDEC el Índice de Precios al Consumidor de Noviembre de 2024 tiene una variación mensual del 2,4%. De este modo, el nivel general del Índice de Precios al Consumidor registró un alza mensual de **2,4%** en noviembre de 2024, y acumuló en el año una variación del 112,0%. En la comparación interanual, el incremento alcanzó el 166.0%.

## **Tabla 2**

*Índice de precios al consumidor Noviembre de 2024.*

*Variaciones de noviembre con respecto al mes anterior, según divisiones. Total nacional y regiones*

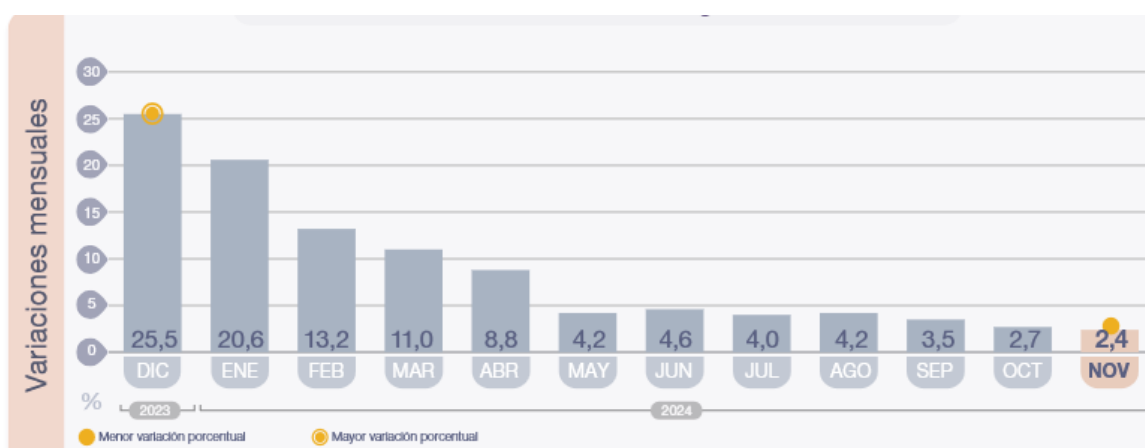
Nivel general y divisiones	Nacional	Región geográfica del país					
		GBA	Pampeana	Noreste	Noroeste	Cuyo	Patagonia
		Porcentaje					
<b>Nivel general</b>	<b>2,4</b>	<b>2,6</b>	<b>2,3</b>	<b>1,8</b>	<b>1,9</b>	<b>2,1</b>	<b>3,3</b>
Alimentos y bebidas no alcohólicas	0,9	1,0	0,9	0,2	0,1	0,5	2,7
Bebidas alcohólicas y tabaco	4,0	4,0	3,8	4,0	4,2	4,7	4,5
Prendas de vestir y calzado	1,9	1,8	1,9	3,5	1,7	0,6	2,2
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	4,5	4,5	4,8	2,2	2,4	5,1	8,1
Equipamiento y mantenimiento del hogar	1,5	1,3	1,9	2,1	1,3	1,1	1,0
Salud	2,9	3,2	2,9	2,7	2,4	2,4	2,8
Transporte	3,4	4,5	2,5	2,4	2,7	2,8	3,2
Comunicación	1,5	1,4	1,4	1,7	2,5	1,5	2,4
Recreación y cultura	3,0	2,5	3,1	2,7	5,8	4,2	3,1
Educación	5,1	4,2	7,1	1,1	5,1	6,3	4,7
Restaurantes y hoteles	3,6	3,2	3,7	4,5	4,8	3,3	4,1
Bienes y servicios varios	2,3	2,6	2,2	1,6	2,2	2,3	1,4

Fuente: INDEC. Índice de precios al consumidor (IPC). Noviembre de 2024. Índice de precios Volumen 8, nº 38.

En esta tabla podemos observar que nuestro rubro “recreación y cultura” proyecta un aumento del 3,0% a nivel nacional y de un 4,2% en la región de cuyo

**Tabla 3**

*Variaciones mensuales del Nivel general del IPC. Total nacional. Noviembre de 2024.*



Fuente: INDEC, Dirección Nacional de Estadísticas de Precios. Dirección de Índices de Precios de Consumo.

A partir de esta tabla podemos observar las variaciones mensuales que hubo a lo largo del año empezando con una proyección de aumento del 25,5% en diciembre de 2023 y terminando con una proyección de aumento del 2,4% en noviembre del 2024. La disminución de estas divisiones es un factor positivo para nuestro proyecto, ya que el aumento de estos niveles requiere un mayor ingreso a la hora de financiar los diversos aspectos de nuestro local.

### **Factor Socio Cultural**

Se analizan los factores socioculturales que nos ayudan a identificar las tendencias de la sociedad actual (Torres Arriaga, 2019), y pueden ser:

- Cambios en gustos o modas que repercuten en el nivel de consumo.
- Cambios en el nivel de ingresos.
- La conciencia por la salud.
- Cambios en la forma en que nos comunicamos o nos relacionamos.
- Cambios en el nivel poblacional, tanto a nivel de natalidad, como de mortalidad o esperanza de vida.
- Rasgos religiosos de interés.

Con respecto a los factores socio culturales que influyen en nuestro mercado, podemos considerar los diferentes tipos de ingresos que tienen las personas. De este modo, se pueden armar diferentes packs de presupuestos considerando lo que puede abonar cada familia. De otra manera, se tendrá en consideración los gustos de cada cumpleaños/a a la hora de armar la decoración, como así también los personajes que están en auge.

### **Factor Tecnológico**

Se analiza la influencia de las nuevas tecnologías y el cambio que puede surgir en el futuro, y pueden ser:

- Los agentes que promueven la innovación de las TIC.
- La inversión en I + D de los países o continentes.
- La aparición de nuevas tecnologías relacionadas con la actividad de la empresa que puedan provocar algún tipo de innovación.
- La aparición de tecnologías disruptivas que cambian las reglas del juego de muchos sectores.

- La promoción del desarrollo tecnológico que llevará a la empresa a integrar dichas variables dentro de su estrategia competitiva.
- Cambios en los usos de la energía y consecuencias.
- Nuevas formas de producción y distribución.
- Velocidad de los cambios y acortamiento de los plazos de obsolescencia.

Siempre es importante estar al corriente de los últimos avances tecnológicos, en este caso se investigarán juguetes que sean interesantes para los niños y los incentive a pensar como por ejemplo kits de iniciación a la robótica. Del mismo modo se tratará que los juegos que funcionan con corriente eléctrica estén estrictamente revisados y que, dentro de nuestras posibilidades, trabajar con últimos modelos de aparatos eléctricos.

### **Factor ecológico**

Se analizan los posibles cambios referidos a la ecología, y pueden ser:

- Leyes de protección medioambiental.
- Regulación sobre el consumo de energía y el reciclaje de residuos.
- Preocupación por el calentamiento global.
- Concienciación social ecológica actual y futura.
- Preocupación por la contaminación y el cambio climático.

Como empresa es importante tomar decisiones que puedan contribuir al cuidado del medio ambiente. Nuestro objetivo como empresa es implementar un plan ecológico que podamos sostener a lo largo del tiempo. Que incluya medidas como reciclar y reutilizar, esto ayudará significativamente en la reducción de residuos. Otra medida será reducir la cantidad de papel, tratando de migrar procesos de facturación, formularios y acuerdos de servicio de forma online.

### **Factor Legal**

Se analizan los cambios en la normativa legal relacionada con nuestro proyecto, que pueden afectar de forma positiva o negativa, pueden ser:

- Licencias.
- Leyes sobre el empleo.
- Derechos de propiedad intelectual.

- Leyes de salud y seguridad laboral.
- Sectores protegidos o regulados.

En este apartado tendremos en cuenta las habilitaciones municipales que solicitan la provincia y el departamento para abrir un salón de eventos infantiles. Asimismo, asegurar que se cumplen las normas sanitarias y de manipulación de alimentos. De otra manera, procuramos proteger a nuestros empleados a través de medidas de seguridad.

**Objetivo 1:** Estimar los costos generales y la rentabilidad del proyecto de inversión en la zona pretendida.

### **2.2.1 Rentabilidad financiera**

La rentabilidad es una medida relativa de las utilidades, es la comparación de las utilidades netas obtenidas en la empresa con las ventas (rentabilidad o margen de utilidad neta sobre ventas), con la inversión realizada (rentabilidad económica o del negocio), y con los fondos aportados por sus propietarios (rentabilidad financiera o del propietario).

Por otra parte, la rentabilidad financiera señala la capacidad de la empresa para producir utilidades a partir de la inversión realizada por los accionistas incluyendo las utilidades no distribuidas, de las cuales se han privado (Perez, Rodríguez, Molina, 2022). De este modo, la rentabilidad financiera es un indicador que mide la capacidad de una empresa o proyecto para generar beneficios en relación con los recursos aportados por los accionistas o propietarios. En otras palabras, evalúa qué tan efectivo es el capital propio invertido para generar ganancias.

Se puede hablar de multitud de tipos de rentabilidad, dependiendo de la información que se quiera obtener. Aunque la rentabilidad económica y la financiera son las más habituales, no son las únicas que hay. Estos son los diferentes tipos de rentabilidad que se pueden encontrar (Raisin, s.f).

**Rentabilidad absoluta:** es la apreciación o depreciación de un activo en un plazo de tiempo concreto. Se expresa como porcentaje.

**Rentabilidad acumulada:** son las ganancias totales de una inversión desde que se realizó. Por ejemplo, el dinero que obtiene un inversor con un depósito a 3 años después de esos tres años o después de seis meses en un depósito a 6 meses.

**Rentabilidad anualizada:** son las ganancias acumuladas divididas entre los años que ha durado la inversión.

**Rentabilidad económica:** sirve para medir la capacidad de una empresa de generar beneficios mediante sus activos y capital invertido, independientemente de su estructura financiera.

**Rentabilidad financiera:** más conocida como ROE, es la relación entre el beneficio neto que obtiene la empresa antes de impuestos y sus fondos.

**Rentabilidad comercial o rentabilidad sobre ventas:** evalúa la calidad comercial de una empresa. Para ello, se dividen los beneficios obtenidos por ventas entre las ventas totales en un determinado periodo de tiempo.

**Rentabilidad bruta:** ganancias de una compañía o una inversión antes de impuestos, amortización del capital, etc. Es, por lo tanto, una métrica un tanto engañosa porque no muestra la rentabilidad real que obtienes.

**Rentabilidad neta:** es la rentabilidad final después de restar los impuestos, la amortización del capital, etc. En general, es más fiable porque descuenta todo lo que puede afectar a la rentabilidad real.

### **2.2.2 Factibilidad financiera**

La factibilidad financiera evalúa si, desde un punto de vista económico y financiero, un proyecto puede llevarse a cabo, mantenerse en marcha y generar valor. Por tanto, permite conocer si existen o se pueden conseguir los recursos económicos y financieros necesarios para llevar a cabo un negocio. Es, por tanto, la encargada de averiguar si se dispone de financiación suficiente para realizarlo y en su caso, si esta se puede conseguir.

La factibilidad financiera tiene una gran importancia debido a que este tipo de análisis es la esencia de todo plan empresarial. El dinero es necesario para obtener recursos técnicos, para plantear campañas publicitarias o contratar personal. Por tanto, esta factibilidad es imprescindible para poder llevar a cabo un proyecto con éxito. Podemos decir que es el pilar fundamental para otras como la factibilidad técnica, la comercial, la política o la legal (Arias, 2020).

De este modo, podemos decir que la factibilidad financiera es un análisis detallado que permite determinar si un proyecto, negocio o inversión es económicamente viable. Es decir, evalúa si los recursos disponibles serán suficientes para cubrir los costos del proyecto, mantener sus operaciones y generar ganancias razonables en el futuro.

### 2.2.3 Inversión inicial

La inversión inicial es el monto de dinero o recursos que se necesita para poner en marcha un proyecto, negocio o idea antes de que comience a generar ingresos. Se puede decir que es el "punto de partida financiero" y abarca todos los gastos necesarios para que el proyecto sea funcional desde el principio. De esta forma, a continuación evidenciaremos los gastos iniciales que realizaremos como empresa.

**Tabla 4**

*Inversión de instalación*

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Instalación de aire acondicionado		\$190.000	\$190.000
Instalación eléctrica		\$90.000	\$90.000
Instalación gas		\$70.000	\$90.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$370.000</b>

**Tabla 5**

*Inversión de Mobiliario*

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Mesa tablón para niños	10	\$258.000	\$2.580.000
Sillas para niños	30	\$11.800	\$354.000
Sillas Roma para adultos	20	\$20.099	\$401.955
Computadora de escritorio	1	\$389.926	\$389.926
Juguetes de interior			\$750.000
Juguetes de exterior			\$1.000.000
Castillo inflable con turbina	1	\$759.999	\$759.999

Parlantes	2	\$323.654	\$647.308
Aire acondicionado frío calor	1	\$1.152.158	\$1.152.158
Decoración		\$250.000	\$250.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$8.285.346</b>

**Tabla 6**

*Inversión de capital de trabajo*

Luz		\$450.000	\$450.000
Agua		\$140.000	\$140.000
Gas		\$60.000	\$60.000
Internet		\$50.000	\$50.000
Alquiler		\$900.000	\$900.000
Sueldos		\$3.500.000	\$3.500.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$5.100.00</b>

**Tabla 7**

*Inversión total*

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Instalación de aire acondicionado		\$190.000	\$190.000
Instalación eléctrica		\$90.000	\$90.000
Instalación gas		\$70.000	\$90.000
Mesa tablón para niños	10	\$258.000	\$2.580.000
Sillas para niños	30	\$11.800	\$354.000
Sillas Roma para adultos	20	\$20.099	\$401.955
Computadora de escritorio	1	\$389.926	\$389.926

Juguetes de interior			\$750.000
Juguetes de exterior			\$1.000.000
Castillo inflable con turbina	1	\$759.999	\$759.999
Parlantes	2	\$323.654	\$647.308
Aire acondicionado frío calor	1	\$1.152.158	\$1.152.158
Decoración		\$250.000	\$250.000
Luz		\$450.000	\$450.000
Agua		\$140.000	\$140.000
Gas		\$60.000	\$60.000
Internet		\$50.000	\$50.000
Alquiler		\$900.000	\$900.000
Sueldos		\$3.500.000	\$3.500.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$13.755.346</b>

Los valores de las inversiones presentadas anteriormente fueron calculados en noviembre de 2024. De esta manera, además de incorporar los elementos y servicios necesarios para poner en marcha nuestro proyecto, se intenta prever cuánto costará ofrecer el servicio para que sea rentable. Asimismo, no incorporamos ajustes por inflación dado que contamos con una estructura de costos y estrategias que permita mantener la rentabilidad sin necesidad de aumentar precios constantemente, ya que analizamos que los clientes pueden rechazar aumentos de precios constantes. En el rubro de fiestas, subir precios todos los meses podría hacer que los clientes duden en reservar, por lo que conviene fijar un precio estable y ofrecer extras opcionales para aumentar la ganancia.

#### **2.2.4 Valor Actual Neto**

El valor actual neto (VAN) es el valor que expresa todos los flujos de efectivo futuros (positivos y negativos) al momento presente para analizar una inversión. Este

análisis es una forma de valoración intrínseca y se usa ampliamente en finanzas y contabilidad para determinar el valor de un negocio, la seguridad de una inversión, un proyecto de capital, una nueva empresa, un programa de reducción de costos y cualquier cosa que involucre flujo de caja. De esta forma, el análisis VAN se utiliza para ayudar a determinar cuánto vale una inversión, proyecto o cualquier serie de flujos de efectivo. Es una métrica que lo abarca todo, ya que tiene en cuenta todos los ingresos, gastos y costos de capital asociados con una inversión en su flujo de caja libre. Esencialmente, el VAN de una inversión es la suma de todos los flujos de efectivo futuros durante la vida útil de la inversión, descontados al valor presente (BMF School, s.f).

La fórmula para el cálculo del valor actual neto es:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

$F_t$  son los flujos de dinero en cada periodo  $t$

$I_0$  es la inversión realiza en el momento inicial ( $t = 0$ )

$n$  es el número de periodos de tiempo

$k$  es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

A partir de la información proporcionada anteriormente, efectuamos los siguientes datos para el proyecto:

**Flujos netos anuales:** Suponemos un ingreso de \$6.000.000 por año, menos costos.

**Inversión inicial:** La inversión inicial del proyecto es de \$13. 755.346.

**Tasa de descuento:** La tasa de descuento refleja el costo de oportunidad o el riesgo del proyecto. Calculamos una tasa de descuento del 15%, un valor razonable para negocios con riesgo moderado en Argentina.

**Horizonte temporal:** Consideramos que el proyecto puede analizarse a 5 años, ya que es un tiempo prudente para evaluar si la inversión es rentable.

Con los datos propuestos el Valor Actual Neto de nuestro proyecto es de **\$6.357.585**. Esto indica que, bajo los supuestos planteados, el negocio sería rentable, ya que el VAN es positivo.

### **2.2.5 Resultados del Valor actual neto**

El valor actual neto tiene tres posibles resultados:

**VAN positivo:** un resultado positivo significa que el proyecto o la inversión pueden ser rentables y vale la pena continuar.

**VAN negativo:** un resultado negativo arroja que es poco probable que el proyecto o la inversión sean rentables y probablemente no se debería continuar.

**VAN cero:** un VAN cero quiere decir que el proyecto o la inversión no es ni rentable ni costoso. Una empresa aún puede considerar inversiones con un VAN cero si el proyecto tiene beneficios intangibles significativos, como posicionamiento estratégico, valor de marca o mayor satisfacción del consumidor.

### **2.2.6 Tasa Interna de Retorno**

Es aquel valor relativo que iguala el valor actual de la corriente de ingresos con el valor actual de la corriente de egresos estimados. Es decir, este concepto envuelve criterios de matemáticas financieras al referirse a valores actuales, y criterios contables al mencionar o incluir corrientes de ingresos y egresos. Efectivamente, se trata de actualizar una corriente de ingresos (flujos netos esperados) al momento cero o inicial de la inversión, y compararla con el valor actual de una corriente de egresos (Altuve, 2004).

De esta manera, la TIR es una medida de referencia del tipo de interés mínimo que debe dar una determinada inversión para ser rentable. Cuando alguien decide realizar una inversión, necesita calcular cuál es la rentabilidad que va a obtener y analizar si la rentabilidad esperada será menor, igual o superior al coste de realizar esa inversión. Pues bien, la TIR nos va a aportar información acerca de cuál es el tipo

de interés que debemos lograr para que la rentabilidad obtenida de la inversión sirva para cubrir todos los costes de la misma. Esta información marca la línea que determina si una inversión es o no es rentable (Sevilla Arias, 2024).

La fórmula para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno es:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

$F_t$  son los flujos de dinero en cada periodo  $t$

$I_0$  es la inversión realiza en el momento inicial ( $t = 0$ )

$n$  es el número de periodos de tiempo

Recordando los datos proporcionados anteriormente:

**Inversión inicial:** \$13. 755.346

**Flujos netos anuales:** \$6.000.000

**Horizonte temporal:** 5 años

### 2.2.7 Resultado de la Tasa Interna de Retorno

A partir de los datos que seleccionamos, la tasa interna de retorno es de aproximadamente 33.23%. De esta manera, una TIR del 33.23% indica un muy buen rendimiento, especialmente teniendo en cuenta la tasa de descuento del 15%.

#### Interpretación del resultado de la TIR

$TIR > 0$ . El proyecto es aceptable, ya que su rentabilidad es mayor que la rentabilidad mínima requerida o coste de oportunidad. Esto significa que si invirtiéramos en este proyecto ganaríamos más dinero que adquiriendo Bonos del Estado.

$TIR < 0$ . El proyecto se rechaza. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida. En este caso, no tendría sentido realizar la inversión ya que ganaríamos más dinero invirtiendo en Bonos del Estado.

TIR = 0. En este caso sería indiferente realizar el proyecto, ya que ni ganamos ni perdemos. En situaciones con valores iguales a cero o cercanos, hay que valorar si se pueden obtener otro tipo de beneficios asociados a la realización del proyecto (Fernández de la Cigoña, 2023).

**Objetivo 2:** Analizar el mercado de salones de eventos infantiles en el departamento Capital de la provincia de San Juan.

### **2.3.1 Análisis de las cinco fuerzas de Porter**

Las Cinco Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. También llamado “Modelo de Competitividad Ampliada de Porter”, ya que explica mejor de qué se trata el modelo y para qué sirve, constituye una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa a través del análisis de la industria o sector a la que pertenece.

Propuesto por Michael Porter en 1979, este modelo perfila un esquema simple y práctico para poder formular un análisis de cada sector industrial. A partir del mismo la empresa puede determinar su posición actual para seleccionar las estrategias a seguir. Según este enfoque sería ideal competir en un mercado atractivo, con altas barreras de entrada, proveedores débiles, clientes atomizados, pocos competidores y sin sustitutos importantes.

El modelo de Porter postula que hay cinco fuerzas que conforman básicamente la estructura de la industria. Estas cinco fuerzas delimitan precios, costos y requerimientos de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo, por lo tanto, el atractivo de la industria. De su análisis se deduce que la rivalidad entre los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que, combinadas, la crean a ella como una quinta fuerza (Perez y Polis, 2011).

## Figura 1

### Las cinco fuerzas de Porter



Nota. Tomado de *Modelo Estratégico de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter* por M.A. Torres, Internationall.

Las cinco fuerzas que comprenden este modelo estratégico son las siguientes:

#### **Poder de negociación de los clientes**

La primera fuerza es el poder de negociación de los clientes. Esta evalúa la influencia que los clientes tienen sobre una industria. Este poder es más alto cuando hay pocos compradores, los productos son estandarizados o indiferenciados, y los clientes pueden cambiar fácilmente a otros proveedores (Torres, s.f).

Los clientes con alto poder pueden exigir precios más bajos o mayor calidad, afectando la rentabilidad de las empresas.

En ella podemos encontrar dos extremos:

- **Bajo poder de negociación:** cuando nuestro producto tiene muchos sustitutos, por ejemplo, si estuviéramos vendiendo arroz, estos clientes pueden comprar el arroz a muchos proveedores potenciales.

- **Alto poder de negociación:** cuando nuestro producto es único y no tiene sustitutos, o tiene muy pocos, es decir, nuestro cliente no tiene más alternativa que comprarnos a nosotros.

El poder de negociación en esta oportunidad es medio, aunque nuestro servicio no es único y somos conscientes de que las personas pueden adquirir el servicio que le resulte más conveniente, queremos distinguirnos del resto de los salones incorporando diversos kits de precios que incluyan diferentes servicios, entonces de esta forma, la gente tendrá opciones en relación a su situación económica. Aunque los locales de la zona ya estén posicionados en el mercado, nuestro objetivo como empresa es que nuestros potenciales clientes puedan sentir nuestro salón como un espacio agradable y acogedor para festejar momentos especiales ahí.

### **Poder de negociación de los proveedores**

La segunda fuerza está en el poder de negociación de los proveedores, es decir, aquellas personas o empresas a las cuales nosotros les compramos el producto o el insumo para nuestra industria (Torres, s.f).

Se centra en la **influencia que los proveedores pueden ejercer en una industria.**

Factores como el número de proveedores, la singularidad de sus productos o servicios, y la facilidad con la que las empresas pueden cambiar de proveedores determinan este poder.

Proveedores con mucho poder pueden imponer precios más altos o reducir la calidad de los bienes y servicios, afectando negativamente a las empresas en la industria. Aquí también podemos encontrar dos extremos:

- **Bajo poder de negociación:** cuando el proveedor tiene un insumo o artículo que lo tienen muchos otros proveedores.
- **Alto poder de negociación:** cuando el proveedor es único y no tenemos alternativas a quién comprarle, o se tienen muy pocas.

En este apartado, el poder de negociación es alto debido a que hay demasiados proveedores en nuestro rubro, consideramos que habrá muy pocos artículos que deberemos negociar cuando no tengamos opción de comprar en otros

lugares. Asimismo, el poder de negociación con los proveedores tendrá que ver con la cantidad y el tipo de compra que hagamos.

### **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Los nuevos competidores que puedan existir o darse en nuestro mercado intentarán copar de forma rápida la cuota de mercado. Algunos de ellos pueden ofrecer un valor añadido que no habíamos contemplado. Determinar el número de competidores nuevos y analizar el grado de amenaza que suponen nos ayudará a proteger nuestra cuota de mercado (Alonso, 2024). Para saber si la amenaza de nuevos competidores es elevada deberemos tener en cuenta varios factores:

- Barrera de entrada de la industria. Esta expresión, utilizada en estrategia empresarial, apunta al grado de dificultad con la que se encuentra una empresa que quiere entrar en dicha industria. A menudo, estas barreras de entradas están relacionadas con el grado de inversión necesaria, aunque puede haber otro tipo de barreras legales, fiscales, etcétera.
- Economías de escala. Cuando las economías de escala no son fuertes es más fácil que otros agentes u organizaciones accedan a nuestra industria.

La amenaza de entrada de nuevos competidores es media, debido a que no habría dificultades legales para abrir un salón en el centro de la ciudad y por ende ingresar a la industria, lo más importante es cumplir con los requisitos que dispone la municipalidad de la ciudad de San Juan. Asimismo, al montar una empresa desde cero las barreras que se puede generar son todavía no tener la fidelidad de los clientes de la zona, como así también, estructuras financieras y materiales.

### **La amenaza de productos sustitutos**

Los productos o servicios sustitutos, también llamados de reemplazo son aquellos productos o servicios que pueden satisfacer necesidades muy similares a las de nuestro producto (Alonso, 2024). Según el modelo de análisis de las 5 fuerzas de Porter, los productos sustitutos se convierten en una fuerza intensa, en una verdadera amenaza cuando:

- Ofrecen mejor calidad
- El coste del cambio no es elevado

- El precio es inferior

En este apartado, la amenaza de productos sustitutos es media ya que dentro de nuestro rubro se puede sustituir el salón infantil por la realización de los eventos en la casa de las personas. Aunque desarrollar un evento en una casa conlleva un costo menos elevado, es importante resaltar a nuestros futuros clientes que nosotros podemos facilitar ese trabajo y también presentarles una lista de precios que sea afín a su pasar económico.

### **La rivalidad entre los competidores existentes**

La rivalidad existente entre las empresas competidoras de una industria se verá reflejada, entre otras, en la necesidad continua de hacer reajustes o bajadas de precios para mantener la cuota de mercado, o tal vez en el requerimiento de una constante innovación (Alonso, 2024). El modelo de análisis de las 5 fuerzas de Porter valora el grado de rivalidad de los competidores en función de:

- Bajadas de precios
- Estrategia de marketing y campañas de publicidad
- Introducción de nuevos productos

Dentro de nuestro rubro, la rivalidad entre los competidores existentes es medio/alta, ya que el servicio que podemos ofrecer también lo pueden proporcionar otros espacios. De este modo, es importante hacer hincapié en la estrategia de marketing, lo que podemos ofrecer como empresa que nos diferencia del resto. Entonces, siguiendo esta línea, se puede prestar atención y adquirir juegos y juguetes que no los ofrezcan otras empresas de la zona.

### **2.3.2 Resultado Análisis de las fuerzas de Porter**

**Tabla 8**

*Análisis de las fuerzas de Porter*

<b>FUERZA</b>	<b>INFLUENCIA</b>
Poder de negociación de los clientes	Medio
Poder de negociación de los	Alto

proveedores	
Amenaza de entrada de nuevos competidores	Medio
La amenaza de productos sustitutos	Medio/Alto
La rivalidad entre los competidores existentes	Alto
Atractivo de la industria	Medio

Con respecto al análisis realizado podemos concluir que el atractivo de la industria del salón de eventos infantiles es medio, debido a que el poder de negociación de los clientes es medio, el poder de negociación de los proveedores es alto, la amenaza de entrada de nuevos competidores es media, la amenaza de productos sustitutos es medio/alta, la rivalidad entre los competidores existentes es alta.

### **2.3.3 Estrategias de la empresa**

Como empresa que busca insertarse en el rubro de salones infantiles, debemos generar estrategias para posicionarnos como una empresa líder en nuestra zona. De esta forma, uno de los primeros puntos que se debe tener en cuenta es el marketing del local, la forma en que nuestro local se diferencia de los otros es lo que será recordado y tenido en cuenta por los clientes que quieran contratar servicios de salones de fiestas infantiles.

Asimismo, la atención al cliente es una parte fundamental de nuestro trabajo, en esta instancia se busca que el cliente se encuentre conforme y satisfecho con nuestro servicio, generando una buena impresión en la gente que contrata el servicio, se puede formar una red de clientes que recomienden nuestro local.

**Objetivo 3:** Investigar los requerimientos legales para la apertura de un salón de eventos infantiles en la provincia de San Juan.

#### **2.4.1 Habilitaciones comerciales, industriales y de servicio**

La Habilitación Comercial, Industrial y de Servicios es la autorización de funcionamiento otorgada por la Municipalidad de la Ciudad de San Juan, para ejercer actividades comerciales, industriales y de servicios desarrolladas en un local inmueble en la circunscripción del Departamento Capital, previo cumplimiento de los requisitos necesarios a los efectos de resguardar la seguridad edilicia, las instalaciones eléctricas y la higiene. La misma es de carácter personal, indelegable e intransferible<sup>1</sup>.

##### Vigencia

La Habilitación Comercial, Industrial y de Servicios tiene una vigencia de cinco años.

##### Requisitos generales para la obtención de una habilitación

- Para el caso de Personas Humanas, D.N.I. del responsable de la actividad comercial, industrial o de servicios, en caso de apoderado, poder del mismo.
- En el supuesto de que el responsable de la actividad comercial, industrial o de servicios sea una persona de existencia jurídica, Estatuto o Contrato Social.
- Reflejo de Datos emitido por la A.F.I.P. respecto del responsable de la actividad comercial.
- Instrumento que vincule al responsable de la actividad comercial, industrial y de servicios con el inmueble donde se desarrolla la actividad.
- Declaración Jurada de Catastro Municipal.
- Certificado de Salud Pública extendido por el Ministerio de Salud Pública de la Provincia

##### Superficie del inmueble

Teniendo en cuenta la superficie de los locales inmuebles donde se desarrolla la actividad comercial industrial o de servicios y el riesgo de la actividad, las habilitaciones se clasifican en:

---

<sup>1</sup> Fuente: <https://wwwold.municipiosanjuan.gob.ar/d2c/item/1740-habilitaciones>

**Habilitación de Locales Inmuebles hasta ciento cincuenta metros cuadrados (150m<sup>2</sup>). En este supuesto se requiere:**

- Certificaciones emitidas por la Dirección de Planeamiento y Desarrollo Urbano Provincial: Certificado de Factibilidad, Certificado de Habitabilidad, Certificado Final de Obra o Licencia de Uso. Excepcionalmente, en caso de no contar con los certificados antes mencionados o estar vencido los mismos, puede suplirse por la presentación de una Declaración Jurada Edilicia, debidamente suscripta por profesional matriculado idóneo en la materia, y el titular de la actividad comercial, industrial o de servicios.
- Certificado del Servicio De Protección Contra Incendio emitido por el Departamento Bomberos de la Provincia de San Juan vigente. Excepcionalmente, en caso de no contar con los certificados antes mencionados o estar vencido los mismos, puede suplirse por la presentación de una Declaración Jurada de Seguridad, debidamente suscripta por profesional matriculado idóneo en la materia, y el titular de la actividad comercial, industrial o de servicios.
- Certificado de Salud Pública extendido por el Ministerio de Salud Pública de la Provincia.
- Certificados de Aptitud Eléctrica emitido por la Municipalidad de la Ciudad de San Juan.
- Todo otro requisito que a criterio del área técnica así lo disponga de manera fundada considerando el riesgo de la actividad.

**Habilitación más de ciento cincuenta metros cuadrados (150m<sup>2</sup>). En este supuesto se requiere:**

- Certificaciones emitidas por la Dirección de Planeamiento y Desarrollo Urbano Provincial: Certificado de Factibilidad, Certificado Final de Obra o Licencia de Uso. En el presente supuesto la habilitación será por el plazo de tres (3) años cuando faltare el Certificado Final de Obra, debiendo cumplimentar los demás requisitos previamente enunciados.
- Certificado del Servicio de Protección contra Incendio emitido por el Departamento Bomberos de la Provincia de San Juan.

- Certificado de Salud pública extendido por el Ministerio de Salud Pública de la Provincia vigente.
- Certificados de Aptitud Eléctrica emitido por la Municipalidad de la Ciudad de San Juan.

Asimismo, en la ciudad de San Juan hay requisitos específicos para los **locales bailables**, de **espectáculos** y **salones de fiesta**.

Entiéndase por Locales Bailables y de Espectáculos, y Salón de Fiestas a los locales inmuebles destinados a reuniones sociales o familiares de cualquier tipo, públicas o privadas, donde se desarrollan bailes, espectáculos o fiestas en forma permanente o transitoria, con o sin expendio y consumo de bebidas o comidas, y asimismo se reproduzca música grabada o en vivo de manera permanente o transitoria. Entre otros, se enuncian los siguientes: confiterías o restaurantes bailables, boliches, pub, café, concert, clubes, Uniones Vecinales, o salones privados<sup>2</sup>.

#### **Requisitos:**

1. Certificaciones emitidas por la Dirección de Planeamiento y Desarrollo Urbano Provincial: Certificado de Factibilidad, Certificado Final de Obra o Licencia de Uso. En el presente supuesto la habilitación será por el plazo de tres (3) años cuando faltare el Certificado Final de Obra, debiendo cumplimentar los demás requisitos previamente enunciados.
2. Certificado del Servicio de Protección contra Incendio emitido por el Departamento Bomberos de la Provincia de San Juan.
3. Certificados de Salud pública extendido por el Ministerio de Salud Pública de la Provincia vigente.
4. Certificados de Aptitud Eléctrica emitido por la Municipalidad de la Ciudad de San Juan.
5. El titular de la actividad debe contratar obligatoriamente un seguro de responsabilidad civil que cubra las eventuales contingencias que se produzcan en el local inmueble.

---

<sup>2</sup> Fuente: <https://www.old.municipiosanjuan.gob.ar/servicio-3/item/1754-locales-bailables-de-espectaculos-y-salones-de-fiesta>

6. El titular de la actividad debe contratar obligatoriamente un servicio de emergencias médicas.
7. Certificado de Insonorización del local expedido por la Dirección de Planeamiento y Desarrollo Urbano.
8. El titular de la actividad debe contratar obligatoriamente servicio de vigilancia pública o privada debidamente autorizada por la Policía de la Provincia de San Juan,
9. Certificado emitido por Salud Pública de la Provincia de San Juan que correspondan.

# CAPÍTULO III

## RESULTADOS Y CONCLUSIONES

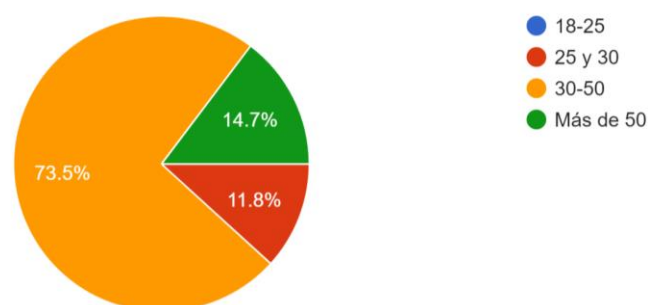
En este capítulo introduciremos el trabajo de campo de la investigación, cómo asimismo, los resultados y las conclusiones

### 3.1.1 Cuestionario para potenciales clientes de salones de fiestas infantiles

#### Modelo de cuestionario

Tal como se mencionó en el capítulo anterior, este proyecto de investigación planteó el uso de encuestas como herramienta principal para la recolección de datos, con el objetivo de realizar un análisis estadístico de las respuestas obtenidas. En esta oportunidad, se llevo a cabo una encuesta para potenciales clientes de salones de fiestas infantiles. Las encuestas se diseñaron a través de un formulario de Google y se distribuyeron al público objetivo. Cada una constó de diez preguntas, las cuales incluían varias opciones de respuesta.

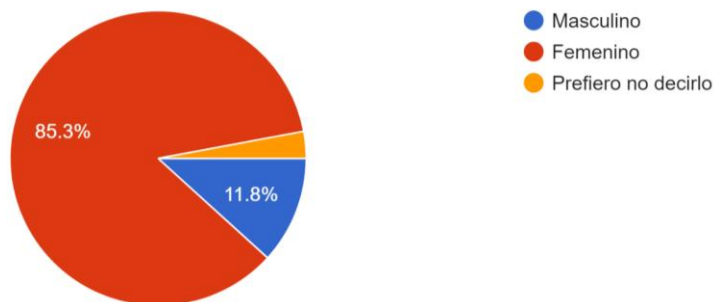
**Figura 2. Edad de los clientes**



Fuente: elaboración propia

A partir de esta encuesta se puede observar que el 73.5% de los encuestados pertenecen a un rango etario entre 30 y 50 años. Esto es positivo ya que es nuestro público objetivo de padres de niños. Luego, el 14,7% tiene más de 50 años y el 11,8% tiene entre 25 y 30 años.

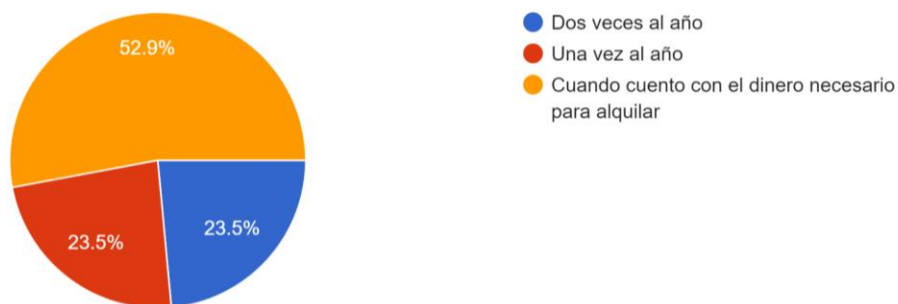
**Figura 3. Género de los clientes**



Fuente: elaboración propia

El género de las personas encuestadas marcó un 85,3% de clientes femeninos y un 11,8% de clientes masculinos. Asimismo, el 2,9% prefirió no decir su género.

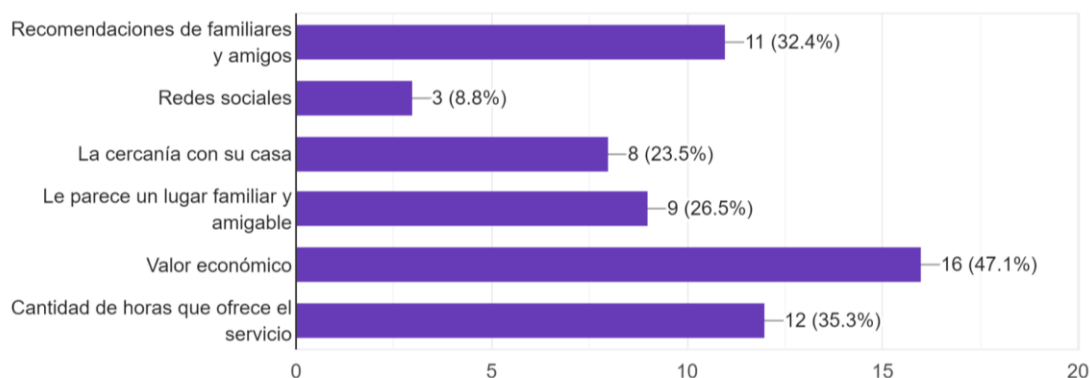
**Figura 4. Frecuencia de contratación de salón de eventos infantiles.**



Fuente: elaboración propia

De los clientes que contribuyeron en las encuestas, el 52,9% contrata un salón de eventos infantiles cuando cuenta con el dinero necesario para alquilar, el 23,5% dos veces al año y el 23,5% una vez al año. Esto quiere decir que la mitad de los encuestados adquieren el servicio en relación a cómo se encuentra su situación económica.

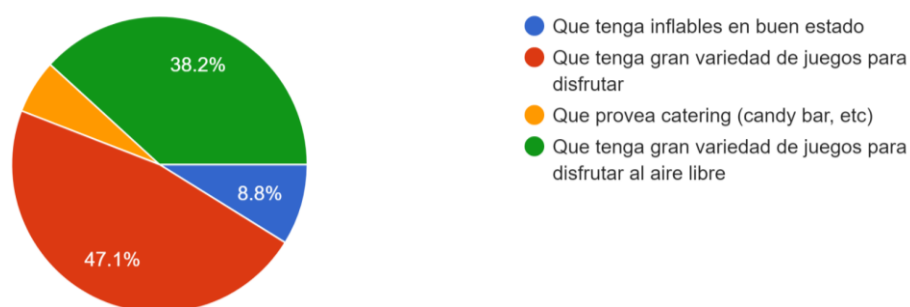
**Figura 5. Elegir el servicio de un salón infantil.**



Fuente: elaboración propia

El 47,1% de los encuestados, contestaron que si decide contratar el servicio de un salón infantil lo hace en relación a su valor económico. El 35,3% lo hace en relación a la cantidad de horas que ofrece el servicio, asimismo, el 32,4% lo hace en relación a las recomendaciones de familiares y amigos. Por otro lado, el 26,5% decide optar por el servicio de salones infantiles porque le parece un lugar familiar y amigable. El 23,5% elige un salón por la cercanía con su casa y el 8,8% lo eligió en base a sus redes sociales.

**Figura 6. Interés de un salón infantil.**

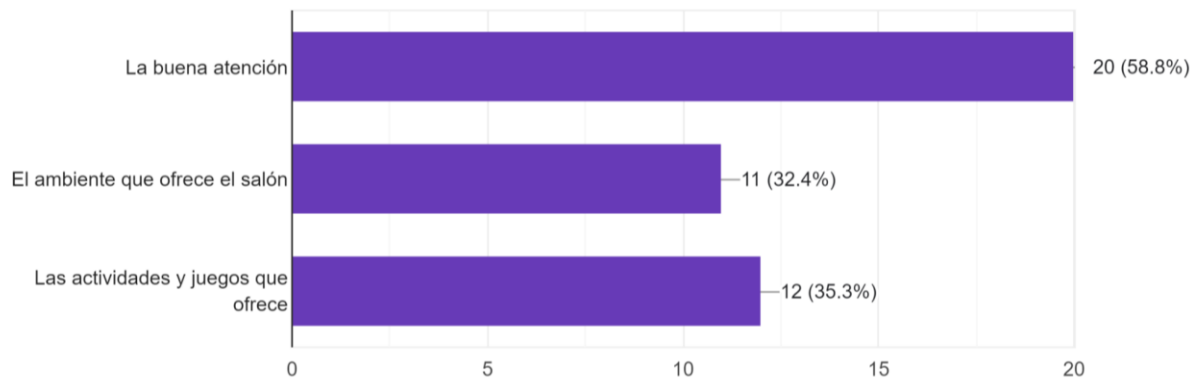


Fuente: Elaboración propia

En esta encuesta realizada a los clientes, el 47,1% contestó que lo que le interesa de un salón de eventos infantiles a la hora de contratar su servicio es que tenga una gran variedad de juegos para disfrutar, el 38,2% que tenga una gran variedad de juegos para disfrutar al aire libre. El 8,8% de las personas contestó que su interés residía en que el salón tuviera inflables en buen estado. Asimismo, el 5,9% contestó que le

interesaba que el salón infantil provea catering. De este modo, podemos observar que casi la mitad de las personas que contestaron esperan y buscan que el salón de eventos infantiles que contraten tenga gran variedad de juegos.

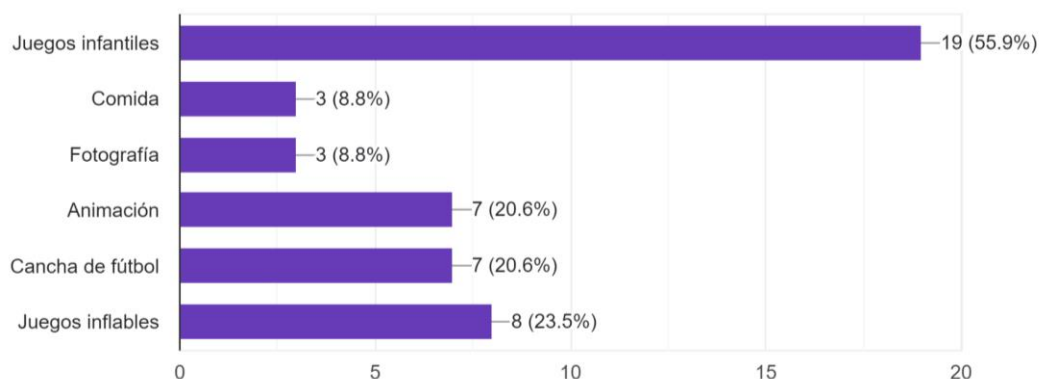
**Figura 7. Recomendación de salón de eventos infantiles.**



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las encuestas realizadas a los clientes, el 58,8% respondió que recomienda un salón de eventos infantiles en relación a la buena atención, el 35,3% contestó que en relación a las actividades y juegos que ofrece. De otra manera, el 32,4% en relación al ambiente que ofrece el salón.

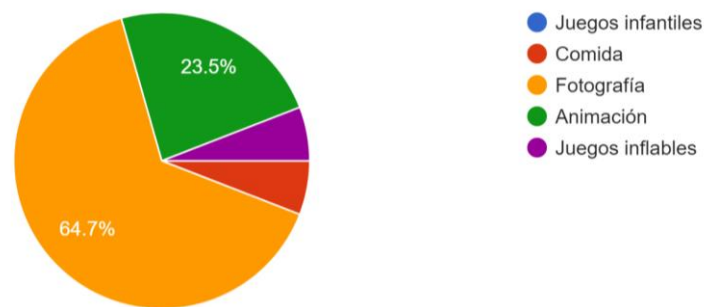
**Figura 8. Servicio de un salón infantil que no se puede prescindir**



Fuente: elaboración propia

El 55,9% de los clientes que respondieron esta pregunta, contestaron que un servicio que no puede faltar de un salón infantil son los juegos infantiles, el 23, 5% de las personas respondieron que un servicio infaltable son los juegos inflables, el 20, 6% respondió la cancha de fútbol, de otra manera, el 20,6% respondió la animación. Para finalizar, el 8,8% respondió la comida y el 8.8% respondió la fotografía.

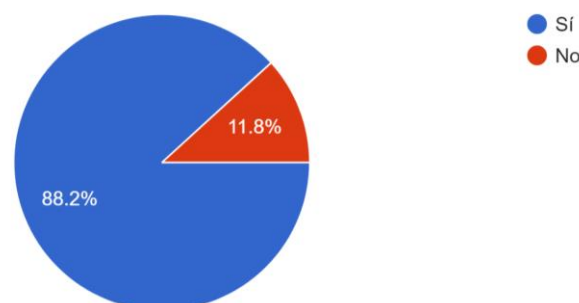
**Figura 9. Servicios de un salón de eventos a prescindir.**



Fuente: elaboración propia

El 64,7% de las personas encuestadas sienten que pueden prescindir de la fotografía en un evento, el 23,5% piensa que puede prescindir de la animación, el 5,9% contestó que puede prescindir de los juegos inflables, como asimismo, el 5,9% restante contestó que puede prescindir de la comida.

**Figura 10. Ubicación del salón**

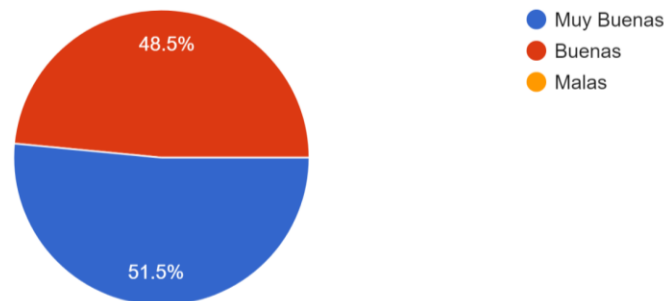


Fuente: elaboración propia

Consultando a los clientes encuestados en relación a sí influye en su contratación la zona en la que se encuentra ubicado el salón el 88.2% contestó que no y el 11.8%

contestó que sí. De este modo, vemos que la distancia es un factor relevante para las personas.

**Figura 11. Experiencias con salones infantiles.**



Fuente: elaboración propia

De las personas que contrataron servicios de salones infantiles el 51,5% tuvo muy buenas experiencias mientras que el 48,5% solo tuvo buenas experiencias.

### Resultados de las encuestas

Teniendo en cuenta las respuestas de la encuesta realizada, podemos decir que es un factor positivo que la mayoría de las personas encuestadas comprendan un rango etario entre 30 y 50 años, ya que es la edad de nuestro público objetivo. Asimismo, en la pregunta tres podemos observar que el 52,9% de los encuestados, más de la mitad de las personas que contestaron, contrata un salón cuando cuentan con el dinero para alquilar. Del mismo modo, esta pregunta se conecta con la siguiente donde se consulta a la gente porque decide optar por un salón en relación a otro, y respondieron que es en base al valor económico del salón. Esto quiere decir que el costo del salón es uno de los factores más importantes para la gente en relación a otras variables a tener en cuenta. Por eso nos parece necesario, como se dijo anteriormente, armar diversos kits de precios que incluyan diferentes servicios, de este modo, la gente tendrá opciones en relación a su situación económica. Además, la mitad de las personas encuestadas les interesa que a la hora de contratar un servicio de salón infantil tenga gran variedad de juegos para disfrutar, esto quiere

decir, que como empresa debemos colocar como prioridad la inversión de gran cantidad de juguetes para los niños.

Asimismo, en la pregunta seis, el 58, 8% de los encuestados respondió que recomendaría un salón infantil en relación a la buena atención por parte del personal. A partir de la relevancia de esta respuesta, es importante que se pueda ofrecer una excelente atención a las personas que contratan el servicio. Teniendo en cuenta otros aspectos del negocio, se consultó a los encuestados que servicio del salón no se puede prescindir y el 55,9% contestó que no se puede prescindir de los juegos infantiles, de la misma forma, se preguntó por un servicio del cual se puede prescindir y el 64, 7% respondió que la fotografía, esta información nos sirve a la hora de armar nuestro presupuesto.

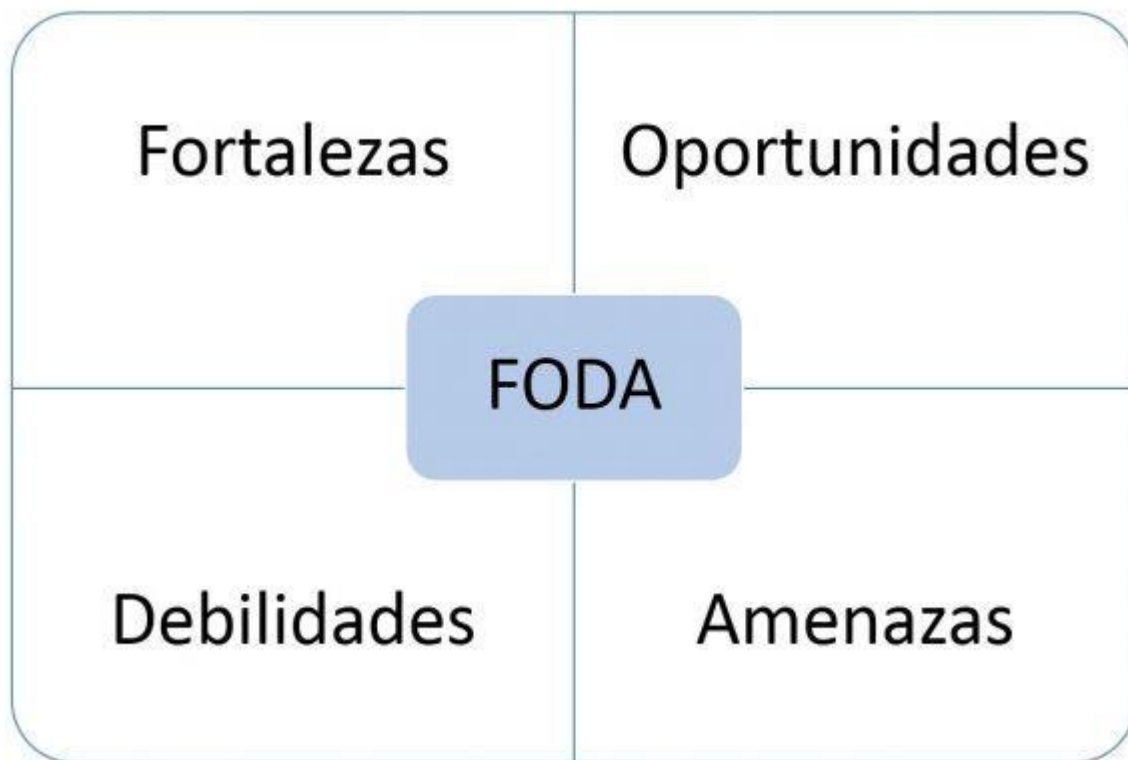
Por último, se consulta si la zona donde se ubica el salón influye en su contratación, donde el 88,2% contesta que sí, esta cifra tan alta nos demuestra que es una variable muy importante para las personas, de esta manera, trataremos que la gente de la localidad esté al tanto de nuestro negocio y que de esta forma sea una de sus opciones presentes al momento que necesiten contratar un salón infantil.

### 3.1.2 Análisis FODA

El análisis FODA son siglas que representan el estudio de las **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades** y **Amenazas**, de una empresa, un mercado, o sencillamente a una persona, este acróstico es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio. Estas siglas provienen del acrónimo en inglés SWOT (strenghts, weaknesses, opportunities, threats. De este modo, el *FODA* es una herramienta fundamental en la administración y en el proceso de planificación, de hecho, con este estudio se beneficiará de un plan de negocios, pudiendo dar fuerza a la sigla de oportunidad, logrando, además, la situación real en la que se encuentra la empresa o proyecto, y poder planificar alguna estrategia a futuro.

#### **Figura 12.**

*Análisis o Matriz FODA*



Fuente: Análisis Foda: Todo sobre el análisis FODA, M. Riquelme Leiva, 2014.

Se recurre al análisis FODA para desarrollar una estrategia de negocio que sea sólida a futuro, además, el **análisis FODA** es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración. Además, **el FODA** ayuda a tener un enfoque mejorado, siendo competitivo ante los nichos de los mercados al cual se está dirigiendo la empresa, teniendo mayores oportunidades en el mercado que se maneje creando estrategias para una eficaz competencia (Riquelme Leiva, 2016). Thompson y Strikland (1998) establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas.

### Fortalezas

Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con ciertos

atributos psicológicos y la evidencia de su competencia (McConkey, 1988; Stevenson, 1976). Otro aspecto identificado como una fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización como un logro que brinda esta o una situación favorable en el medio social (Sarli, 2015).

Las fortalezas de nuestra empresa son:

- Buen ambiente de trabajo
- Contar con juegos en excelentes condiciones y calidad
- El espacio se encuentra en la capital de San Juan, esto quiere decir que es una buena ubicación para los invitados que asistan al salón
- Cumplimiento de los requisitos legales que dispone la municipalidad de la ciudad de San Juan
- Personal capacitado para tratar con niños

### Oportunidades

Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones (Sarli, 2015).

Las oportunidades de nuestra empresa son:

- Disponer del capital financiero para la apertura del local en la Capital de San Juan
- Constante crecimiento de nuestro local
- Alta demanda de nuestro servicio
- Difundir nuestro servicio a través de las redes sociales

### Debilidades

Una debilidad se define como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil (Henry, 1980).

Las debilidades de nuestra empresa son:

- Posible bajo nivel de alquiler del negocio por parte de los clientes
- La empresa es nueva y todavía puede ser desconocida por la gente de la zona
- El contexto socioeconómico puede resultar perjudicial
- Si la gente no cuenta con el dinero necesario puede optar por realizar los festejos en su casa

### Amenazas

Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales (Sarli, 2015).

Las amenazas de nuestra empresa son:

- Fuerte competencia con los negocios del rubro que se encuentran en la zona
- Posible suba de las tarifas de servicio
- Bajo crecimiento de la empresa
- Aumento de precio del alquiler del local

### Resultado Análisis FODA

A partir de los puntos analizados anteriormente, se puede expresar que nuestras principales fortalezas abarcan la predisposición de generar un buen ambiente de trabajo, la buena ubicación también es un punto a favor, ya que, al encontrarse en Capital, es accesible de llegar para la gente que viene de diversos lugares. Como observamos en las encuestas, la cantidad y la calidad de los juegos es uno de los aspectos que más le importa a la gente. De este modo, que se encuentren en excelentes condiciones será una prioridad para nosotros.

Asimismo, nuestras prioridades como empresa comprenden el crecimiento de nuestro local, poder disponer del capital financiero necesario para una correcta apertura del local, como, asimismo, esperar una alta demanda de nuestro servicio. Con respecto a las debilidades que podemos mencionar se encuentran la falta de reconocimiento de la empresa por parte de las personas de la zona y el contexto económico que puede resultar desfavorable.

Por último, las amenazas que pueden presentarse son las posibles subas de las tarifas de servicio, un bajo crecimiento de la empresa, como, asimismo, competencia de los locales consolidados del mismo rubro que se encuentran en la zona.

### **3.1.3 Conclusiones finales**

La realización de esta investigación cumplió gratamente nuestras expectativas con respecto a la elaboración de un proyecto de inversión. Se pudieron presentar nuestras ideas principales con respecto al salón de eventos infantiles que deseamos. Presentamos nuestro plan de actividades y marketing, promociones, etc. Pensando continuamente las mejores formas para acercarnos a los clientes que se encuentran en la zona de la ciudad de San Juan.

A través del Análisis PESTEL pudimos identificar los factores económicos, tecnológicos, socioculturales, políticos, ambientales y legales que pueden repercutir en nuestro proyecto. Asimismo, pudimos descubrir que el proyecto es rentable debido a que los valores del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno dieron positivos. De este modo, el VAN de nuestro proyecto es de **\$6.357.585** y la TIR es de aproximadamente 33.23%.

De este modo, la información que encontramos nos dio las herramientas necesarias para seguir adelante. La realización de este trabajo nos hizo dar cuenta que realizar un proyecto de inversión no solo implica emprender un camino hacia el crecimiento económico, sino también dar vida a un sueño que puede transformar realidades. Es la oportunidad de convertir una idea en algo tangible y marcar la diferencia. Abrir un salón infantil no es solo un proyecto de inversión, es la realización de un sueño que busca llenar de alegría y recuerdos inolvidables las vidas de muchas

familias. Invertir en este proyecto es apostar por el futuro, por brindar alegría y también un compromiso para ofrecer lo mejor de nosotros.

# BIBLIOGRAFÍA

- Altuve, J. G. (2004). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. *Actualidad contable FACES*, 7(9), 7-17.
- Alonso, M. (2024). *Qué son las 5 fuerzas de Porter y cómo analizarlas*. Asana.<https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>
- Arias, J.F. (1 de septiembre de 2020). *Factibilidad financiera*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/factibilidad-financiera.html>
- Atucha, A. J., Gualdoni, P., & Blanco, G. (2018). *El índice de precios al consumidor y la inflación*.
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Bataller, S. B. (1999). *Aprendiendo a investigar*.
- BMF School. (s.f). *Valor actual neto: qué es y cómo calcularlo*. BMF School. <https://bmfschool.com/2023/01/10/valor-actual-neto-que-es-y-como-calcularlo/>
- Castiglione, E.J. (2017). *Formulación y evaluación del proyecto de salón de fiestas infantiles para alquiler*. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Córdoba.
- Castro, C. (2023). Las minidiscos y las fiestas temáticas de princesas en salones de festejo infantil de la ciudad de Córdoba, Argentina. *Cadernos De Campo (São Paulo - 1991)*, 32(1), e207438. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v32i1pe207438>
- Castro, Cecilia. (2022). Relaciones laborales y organización del trabajo en los mundos del festejo de cumpleaños infantiles de la ciudad de Córdoba, Argentina.. *Trabajo y sociedad*, 23(39), 373-391. Epub 01 de julio de 2022. Recuperado en 15 de noviembre de 2024, de [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1514-68712022000200373&lng=es&tlng=es](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712022000200373&lng=es&tlng=es).
- Diario La Provincia SJ. (4 de octubre de 2020). *La nueva cara de los salones de eventos infantiles en San Juan al reabrir tras 7 meses sin actividad*. <https://www.diariolaprovinciasj.com/sociedad/2020/10/4/la-nueva-cara-de->

[los-salones-de-eventos-infantiles-en-san-juan-al-reabrir-tras-meses-sin-actividad-140217.html](https://diariomovil.info/contenido/90946/eventos-infantiles-de-san-juan-hemos-notado-un-incremento-en-las-reservas)

Diario Movil. (S.f). *Eventos INFANTILES de San Juan: "Hemos notado un INCREMENTO en las RESERVAS"*.

<https://diariomovil.info/contenido/90946/eventos-infantiles-de-san-juan-hemos-notado-un-incremento-en-las-reservas>

Henry, H.W. (1980). Appraising a company's strengths and weaknesses. *Managerial Planning*, 14(3), 76-81.

Pérez, A. L. G., Rodríguez, A. C., & Molina, M. A. (2002). Factores determinantes de la rentabilidad financiera de las pymes. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 31(112), 395-429.

Pérez, J. P., & Polis, G. (2011). *Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter*.

Raisin. (s.f). *¿Qué es la rentabilidad y cómo se calcula?* Raisin. <https://www.raisin.es/educacion-financiera/rentabilidad-que-es-tipos-y-como-se-calcula/>

Riquelme Leiva, M. (2016). FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa. Recuperado de <https://www.analisisfoda.com/>

Sapag Chain, N. (2001). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*. Buenos Aires: Pearson Educación S.A.

Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., y Sapag Puelma, J.M. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. México, D.F: McGraw Hill Education.

Sarli, R., Gonzalez, S. I., & Ayres, N. A. T. A. L. I. A. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología*, 9(1), 17-20.

Thompson, A.Y Strikland, K.F.C. (1998). *Dirección y administración estratégicas. Conceptos, casos y lecturas*. México: MacGraw-Hill Interamericana.

Torres, M.A. (s.f). *Modelo Estratégico de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter*. Internationall. <https://internationall.trade/5-fuerzas-porter/>

Torres Arriaga, M.A. (2019). *Análisis Pestel*. <http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2973/An%20PESTEL.PDF?sequence=1&isAllowed=y>

# ANEXO 1. GUÍA DE PREGUNTAS

## Cuestionario para potenciales clientes de salones de fiestas infantiles

¿A qué categoría de edad pertenece?

- 18-25
- 25 y 30
- 30-50
- Más de 50

¿Cuál es su género?

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no contestar

¿Cada cuanto contrata un salón de eventos infantiles?

- Dos veces al año
- Una vez al año
- Cuando cuento con el dinero necesario para alquilar

Si decide optar por el servicio de un salón infantil ¿lo hace en relación a?:

- Recomendaciones de familiares y amigos
- Redes sociales
- La cercanía con su casa
- Le parece un lugar familiar y amigable

¿Qué le interesa de un salón infantil a la hora de contratar su servicio?

- Que tenga inflables en buen estado
- Que tenga gran variedad de juegos para disfrutar al aire libre
- Que provea catering (candy bar, etc)

¿Qué le hace recomendar un salón de eventos infantiles?

- La buena atención
- El ambiente que ofrece el salón
- Las actividades y juegos que ofrece

¿Qué servicio de un salón infantil siente que no podría prescindir?

- Juegos inflables
- Comida
- Fotografía
- Animación

¿Qué servicio de un salón infantil siente que si podría prescindir?

- Juegos inflables
- Comida
- Fotografía
- Animación

¿La zona en la que está ubicado el salón de eventos infantiles influye en su contratación?

- Si
- No

¿Cuáles son sus experiencias contratando servicios de salones infantiles?

- Muy buenas
- Buenas
- Malas

## ANEXO 2: PRESUPUESTO INVERSIÓN INICIAL

**Figura 13**

*Mesa tablón*



### **MESA TABLÓN PARA NIÑOS**

Cantidad: 10

Precio por unidad: \$258.000

Total: \$2.580.000

**Figura 14**

*Sillas para niños*



**SILLAS PARA NIÑOS REFORZADAS**

Cantidad: 30

Precio por unidad: \$11.800

Total: \$354.000

**Figura 15**

*Silla para adultos*



**SILLAS ROMA**

Cantidad: 20

Precio por unidad: \$20.099

Total: \$401.955

**Figura 16**  
**Computadora de escritorio**



**COMPUTADORA DE ESCRITORIO COMPLETA**

Precio por unidad: \$389.099

**Figura 17**  
*Castillo inflable*



**CASTILLO INFLABLE CON TURBINA**

Precio por unidad: \$759.999

**Figura 18**

*Aire acondicionado*



**AIRE ACONDICIONADO SPLIT FRÍO/CALOR**

Precio por unidad: \$1.152.158

**Figura 19**

*Parlante portátil*



**PARLANTE PORTATIL MOON**

Cantidad: 2

Precio por unidad: \$323.654

Total: \$647.308

**Figura 20**

Juguetes de interior



**JUGUETES DE INTERIOR**

Precio total: \$750.000

**Figura 21**

*Juguetes de exterior*



**JUEGOS DE EXTERIOR**

Precio total: \$1.000.000

