



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIOS MAGICAL WORLD EVENTS

CIUDAD DE IQUITOS, 2018

Autores:

**Bardales Ramírez, Luis Enrique
Grandez Mori, Katherine Jezabel**

**Para optar el título profesional
de Contador Públicos.**

IQUITOS-PERÚ

2019

DEDICATORIA

Dedico este plan de negocios primeramente a Dios, por darme la inteligencia necesaria para concluir este proyecto con total satisfacción. Dedico a mis padres Fidel Janet por dármele vida y terminar mi profesión. A mi hermana Kimberly para que se dé cuenta que si pueden lograr las metas los sueños y deseo de superación.

Dedico a mis maestros que depositaron su esperanza en mí. A todos los que apoyaran en terminar este plan de negocios, mis amigos y todos aquellos que me brindaron su apoyo incondicional.

Katherine Grandez

Dedico a mis profesores de la Universidad Científica del Perú, por cada una de sus enseñanzas, que nos servirán en el futuro. Así mismo, a mis compañeros, por apoyarnos mutuamente en esta etapa académica.

Luis Bardales

AGRADECIMIENTO

Infinito agradecimiento a Dios, por su fortaleza, grandeza y serenidad que ante todo está presente en mí y hacer posible cada paso que doy. A mis padres para que se sientan orgullosos de mí por culminar mi carrera satisfactoriamente mi hermana y las personas que me ayudaron a finalizar este trabajo.

Katherine Grandez

Mi especial agradecimiento a Dios por darnos la sabiduría y la vida, mis padres Luis Bardales y Sonia Ramírez, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

Luis Bardales



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

Registrado en el Asiento N° A00010 de la Partida N° 11000318, personas Jurídicas de Iquitos,
Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

FACULTAD DE NEGOCIOS
PROGRAMA ACADÉMICO: Contabilidad y Finanzas

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 42-2019-UCP-FAC.NEGOCIOS del 17 de enero de 2019, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Trabajo de Investigación a los señores:

- **CPC. Luis Alberto Barriga Roa** **Presidente**
- **CPC. Fernando Lazo Ríos** **Miembro**
- **CPC. Ali Giuliana Yalta Flores Mgr.** **Miembro**

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 10.00 horas del día 01 de 03 del 2019 en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Investigación: "PLAN DE NEGOCIO MAGICAL WORLD EVENTS IQUITOS 2019"

Presentado por:

KATHERINE JEZABEL GRANDEZ MORI
LUIS ENRIQUE BARDALES RAMIREZ

Como requisito para optar el título profesional de Contador Público. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El jurado después de la deliberación en privado llevo a la siguiente conclusión:

La sustentación es:

APROBADO POR MAYORIA.

En fe de lo cual los miembros del jurado firman el acta.

CPC. Luis Alberto Barriga Roa
Presidente

CPC. Paul Fernando Lazo Ríos
Miembro

CPC. Ali Giuliana Yalta Flores Mgr.
Miembro

CALIFICACIÓN: Aprobado (a) Excelencia : 19-20
Aprobado (a) Unanimidad : 16-18
Aprobado (a) Mayoria : 13-15
Desaprobado (a) : 00-12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2. Actividad empresarial.....	04
1.3. Idea del negocio.....	04
2. PLAN DE MARKETING	
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	06
2.3 Oferta actual y tendencias.....	08
2.4 Programa de marketing.....	09
2.4.1. El producto.....	09
2.4.2. El precio.....	14
2.4.3. La promoción.....	15
2.4.4. La cadena de distribución.....	18
3. PLAN DE OPERACIONES	
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	19
3.2 El proceso de abastecimiento.....	19
3.3 El proceso de servicio.....	20
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1 La organización.....	23
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	23
4.3 Condiciones laborales.....	25
4.4 Régimen tributario.....	25
5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	
5.1 Estudio económico.....	27
5.2 Estudio financiero.....	30
CONCLUSIONES	32
BIBLIOGRAFÍA	33

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU	04
Cuadro N° 02 Demanda proyectada Iquitos, 2019.....	05
Cuadro N° 03 Negocios que brindan servicio de organización de eventos en la ciudad de Iquitos, 2019.....	10
Cuadro N° 04 Productos de la empresa.....	14
Cuadro N° 05 Regímenes tributarios en el Perú, 2018.....	26
Cuadro N° 06 Comportamiento del mercado tendencias y participación.....	27
Cuadro N° 07 Ingresos por ventas.....	27
Cuadro N° 08 Costo de ventas.....	27
Cuadro N° 09 Gastos administrativos.....	28
Cuadro N° 10 Gastos comerciales	28
Cuadro N° 11 Gastos pre operativos.....	28
Cuadro N° 12 Inversión en activos.....	29
Cuadro N° 13 Depreciación.....	29
Cuadro N° 14 Programa de endeudamiento.....	30
Cuadro N° 15 Estado de Resultados integrales.....	31
Cuadro N° 16 Flujo de caja	31
Cuadro N° 17 Van, Tir.....	31

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Ubicación de la empresa.....	03
Figura N° 02 Celebración de cumpleaños, primer año.....	06
Figura N° 03 Celebración de cumpleaños.....	04
Figura N° 04 Celebración de cumpleaños.....	11
Figura N° 05 Candy bar, temática estrella de mar.....	12
Figura N° 06 Logo empresa, 2019.....	15
Figura N° 07 Polos con logo de la empresa, 2019.....	16
Figura N° 08 Taza con logo de la empresa, 2019.....	16
Figura N° 09 Gorro con logo de la empresa, 2019.....	17
Figura N° 10 Fan page de la empresa, 2019.....	17
Figura N° 11 La cadena de distribución, directa.....	18

ÍNDICE DE GRAFICOS

	Página
Gráfico N° 01 Hogares con ingreso mayores a los tres mil soles mensuales, 2017.....	07
Gráfico N° 02 Proceso de abastecimiento de la empresa.....	19
Gráfico N° 03 Proceso de servicio de la empresa.....	20
Gráfico N° 04 Estructura organizacional de la empresa.....	27

PLAN DE NEGOCIOS MAGICAL WORLD EVENTS, IQUITOS 2019

Bardales Ramírez, Luis Enrique

Grandez Mori, Katherine Jezabel

RESUMEN

El proyecto de negocios se elaborado con la finalidad de evaluar la factibilidad de constituir una empresa dedicada a la prestación de organización de eventos infantiles, con una temática personalizada. Tanto para personas, familias y empresas donde priorizará los juegos educativos con los niños. Para se ha creado dos servicios para nuestros clientes.

La promoción de nuestros productos se realizara a través del fan page de la empresa. El internet será utilizado como principal herramienta de promoción. Se realizaran sorteos y se otorgaran premios a los que interactúen con la página. También se utilizaran los medios tradicionales de comunicación.

Los procesos son simples, cortos, eficientes. Elaborados con la finalidad de crear un servicio de calidad, que garantice un plena satisfacción de las necesidades del cliente. El aprovisionamiento de los accesorios, insumos, herramienta y equipos lo realizaran con los proveedores del mercado local.

Los ratios económicos y financieros nos arrojas cifras alentadoras para el proyecto, el que cuenta con alta rentabilidad, viabilidad y factibilidad. Los ingresos se han proyectado para los tres siguiente año, lo mismo el endeudamiento.

Palabras claves: plan de negocios, evento, fiesta infantil, Candy bar.

BUSINESS PLAN MAGICAL WORLD EVENTS, IQUITOS 2019

Bardales Ramírez, Luis Enrique

Grandez Mori, Katherine Jezabel

SUMMARY

The business project was developed with the purpose of evaluating the feasibility of setting up a company dedicated to the organization of children's events, with a personalized theme. So much for people, families and companies where it will prioritize educational games with children. For it has been created two services for our clients.

The promotion of our products will be made through the company's fan page. The internet will be used as the main promotional tool. Sweepstakes will be made and prizes will be awarded to those who interact with the page. The traditional means of communication will also be used.

The processes are simple, short, efficient. Prepared in order to create a quality service, which guarantees full satisfaction of the client's needs. Procurement of accessories, supplies, tools and equipment will be carried out with suppliers in the local market.

The economic and financial ratios give us encouraging figures for the project, which has high profitability, feasibility and feasibility. Revenues have been projected for the next three years, as well as indebtedness.

Keywords: business plan, event, children's party, Candy bar.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre: Mágical World Events SRL.

Sector de la actividad: Servicio de organización de eventos infantiles

Localización: Calle Navarro Cauper Nro. 1568 distrito de Iquitos -
Provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: Servicio

Figura 01: Ubicación de la empresa Magical World Events, 2018



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2019

S	Otras actividades de servicio		
	96	Otras actividades de servicios personales	
		960	Otras actividades de servicios personales
			9609 Otras actividades de servicios personales n.c.p.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea de negocio

El presente plan de negocios busca satisfacer las necesidades de entretenimiento de las personas, de las familias y de las empresas públicas y privadas, y que por diversas razones no cuentan con el tiempo suficiente para organizar sus eventos y prefieren buscar una empresa que preste servicio de organización de eventos infantiles.

Se atenderá a los clientes ya sea persona natural o familias que cuenten con la necesidad de realizar un evento infantil (fiesta), como cumpleaños o realizar actividades por navidad, promociones o día del niño, entre otros. Otro tipo de clientes son las empresas públicas y privadas que desean realizar actividades para sus hijos menores.

Se ofrece eventos para niños con distinta temática, con juegos recreativos, brindando todo el servicio completo, dentro de ellos Candy bar, sonidos, sorpresas, payasos, dalinas, refrigerio, filmación, animación. La propuesta es crear dos servicios, un básico y un Premium. Todo esto en un solo lugar y con un presupuesto al alcance de los clientes.

II.-PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidad de los clientes

Tal como lo definimos en el capítulo anterior la necesidad de celebrar algún acontecimiento para los hijos de las familias, de los trabajadores de una empresa, de los socios de un club, se ha vuelto la necesidad contar con tiempo y con presupuesto, para así llevar a cabo el evento. Anteriormente ya quedo en el pasado que las reuniones en los hogares en las empresas, dedicado para niños, exigía cierta dedicación en tiempo, lo que implica a los padres o los organizadores desgaste cansancio y estrés, ya que debían, comprar, decorar, limpiar, atender, servir y otras actividades que implicaba la realización de un evento infantil.

En nuestro país y en nuestra ciudad está muy arraigada la costumbre de celebrar los cumpleaños e inclusive el primer mes de nacimiento. Algunas familias lo realizan cada año como si fuese el primer año y eso implica presupuesto y cierta dedicación, es decir, tiempo. Otras familias cuentan con la costumbre de celebrar en el centro de educación inicial y muchas en su domicilio.

Se trata de satisfacer la necesidad de realizar eventos como cumpleaños infantiles, bautizos, aniversarios de jardines de inicial, reuniones por navidad entre otros. Sin necesidad que los organizadores destinen tiempo adicional para realizar compras y la organización del evento. Se presentaran una diversidad de opciones para distintos niveles de presupuestos e incluso personalizar la celebración de acuerdo a los requerimientos del propio cliente.

Figura 02. Celebración de cumpleaños, primer año



Fuente: elcomercio.pe/especial/mamasabe/mama-y-familia

2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIAS.

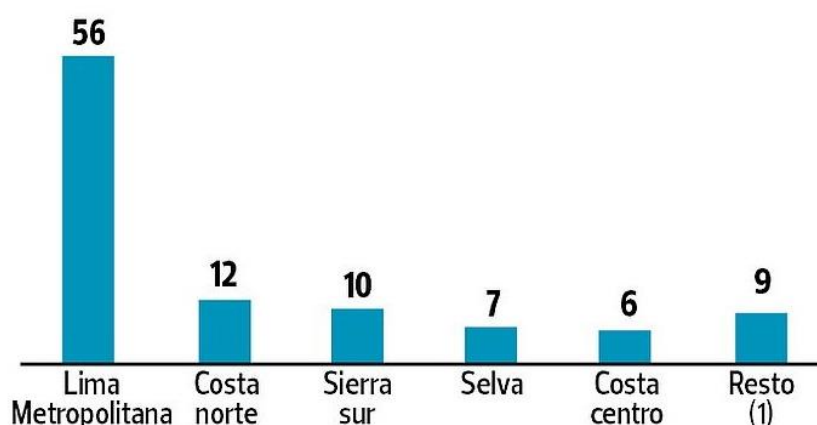
Cuadro 02. Proyección de la demanda, 2019

	Total	Urbana	Total urbano
Población distrito Iquitos	150,221	82%	123,181
Población distrito de San Juan Bautista	154,696	68%	105,193
Población distrito Punchana	91,128	70%	63,790
Población distrito Belén	75,685	80%	60,548
Población ciudad de Iquitos (censada al 2015)	471,730		352,712
Crecimiento promedio anual de la población			2.0%
Población ciudad de Iquitos (proyectada al 2019)			438,553
Promedio personas por vivienda			4
Familias en la ciudad de Iquitos (proyectado al 2019)			88,178
Consumo del producto (unidad al día/familia)			0.01
Consumo del producto (unidad al mes/familia)			0.17
Consumo del producto (unidad al año/familia)			2.00
Consumo del producto ciudad de Iquitos (unidad)			176,356
Segmento C ciudad de Iquitos			14%
Segmento D ciudad de Iquitos			15%
Consumo del mercado objetivo (unidad)			52,025

Fuente: elaboración propia

El 40% de los hogares peruanos tienen ingresos por encima de los S/.3 mil, según un estudio elaborado por la consultoría Apoyo. Representa un crecimiento del 10% ya que en el 2010, este grupo representaba el 30%, aproximadamente un millón y medio de hogares y que hoy incrementó en 800 mil hogares más. En el gráfico líneas abajo la distribución de las zonas con ingresos mayores a tres mil soles.

Gráfico 01. Hogares con ingreso mayores a los tres mil soles mensuales, 2017



Fuente: Instituto de Estadística e Informática – INEI.

Para el caso de nuestro rubro, el negocio de los cumpleaños infantiles ha crecido en la última década y hay ofertas cada vez más completas, sofisticadas y con mayor exigencia de parte de los niños. Hoy existen diversas alternativas para celebrar algún evento infantil y la primera decisión que deben tomar los padres es si hacerlo en casa o en algún local.

Si se realiza en casa, se debe contar con el espacio suficiente para poder recibir al menos 20 personas por cada evento. La segunda alternativa es realizarlo en algún local en donde se cancela un precio fijo por invitado, por un par de horas de celebración. Esta opción ha crecido en los últimos años ya que libera a los padres de la organización del evento, pero su gran defecto es lo estandarizado del servicio que lo transforma en una celebración no personalizada y masiva, propuesta muy distinta a la nuestra.

Figura 03. Celebracion de cumpleaños.



Fuente: [google.com/search?q=celebracion+de+cumplea%C3%B1os](https://www.google.com/search?q=celebracion+de+cumplea%C3%B1os)

2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS.

Con el fin de complacer a sus engréidos, los padres peruanos hacen de todo y cuando se trata de celebrar el cumpleaños de sus hijos hay algunos que deciden invertir fuertes sumas de dinero. Según Rita Pullch, especialista en organización de fiestas y eventos hay registros de padres que llegan a gastar hasta 100 mil soles para el caso de un quinceaños.

En el caso de los niños dijo que las fiestas infantiles también tienen buena demanda en lo que respecta a organización y pueden alcanzar los 25 mil soles, dependiendo de la temática que se escoja para la celebración, sea una chicoteca, un parque de diversiones propio o un local temático.

En el mercado local se ha encontrado varias marcas posicionada en el rubro, como son:

Cuadro 03: Negocios que brindan servicios de organización de eventos, 2018

Empresa	Unidad	Precio
Amarela	Evento	S/.1,500
De todo para tu cumpleaños	Evento	S/.1,800
Chomy espectáculos	Evento	S/.1,500

Fuente: elaboración propia

2.4 PROGRAMA DE MARKETING.

2.4.1 El Producto

a) Categorías de productos.

La empresa se dedicará a la realización de eventos infantiles temáticos, para todo tipo de acontecimiento tanto para personas, familias o empresas. Nos encargaremos del Candy bar, sonidos, sorpresas, payasos, dalinas, refrigerio, filmación, animación. Se crearan dos servicios, un básico y un Premium. Para tal actividad se contará con un local amplio, ventilado.

Se busca organizar una reunión sencilla, bonita y llena de amor. Será un motivo para que el cumpleaños se sienta amado y todos felices. Pensemos, entonces, en cada detalle para ese día especial. A continuación detallamos algunos factores que se tendrá en cuenta.

Nos comenta Claudia Schiappa Pietra, directora del nido Alma Mater, que recomienda considerar al niño y sus necesidades en primer lugar. Sugiere que es recomendable limitar la cantidad de adultos invitados para no excitar al bebé, pues a él le molestan los ruidos fuertes y el bullicio, así como el exceso de fotografías y muestras extremas de afecto. (El comercio 2018)

También agrega, que con la familia y los amigos más cercanos será lo mejor. La idea es que el pequeño se rodee de rostros conocidos y un ambiente cálido. Por lo que para el caso de la empresa se ha establecido 35 invitados como límite, considerando su acompañante.(invitado más o mama o papa, o puede darse el caso de un familiar que acompañe al invitado).

Para el caso del horario de la celebración no debe coincidir con el momento de la siesta. Como puede darse el caso que el cumpleaños duerma dos veces en el día, así que se sugiere realizar la actividad un lapso en que esté cumpleaños esté despierto.

Si se duerme durante el festejo, se recomienda dejarlo descansar. No es recomendable mantenerlo despierto, ya que eso le hará sentir incómodo, se pondrá de malhumor y no habrá paz para nadie.

En cuanto a al lugar, la casa es el territorio seguro del cumpleaños, como lugar ideal para el caso de infantes, es el sitio donde se siente más cómodo, así que lo mejor será hacer la fiesta ahí. Se supone que es una celebración de amor e intimidad. En un restaurante la figura será la comida o el lugar. En el parque se pierde la intimidad de la conversación por el espacio abierto, el bebé se expone a corrientes de aire o también podrían ocurrir situaciones fuera de control, como niños jugando, mascotas corriendo, etc.

Si la casa es muy pequeña, la empresa cuenta con un lugar apropiada por tal evento, el mismo que incluye en el monto del contrato. Lugar acondicionado de acuerdo a la temática elegida por el cliente.

La decoración, se usará platos y vasos de colores. Pero si el cliente desea algo más sofisticado, compra el mantel y demás accesorios con los motivos de sus dibujos favoritos. Tal vez Peppa Pig, My Little Pony, Doki, Mi Perro Pat, entre otros. Además, se usará banderines con fotos del pequeño o elaborar pompones de papel para colgar del techo o un cartel bonito con el nombre del cumpleaños.

En cuanto a la comida para un primer año, se sugiere una mesa con alimentos saludables. No se llenará a los invitados ni al cumpleaños de dulces. Se servirá cosas que los pequeños pueda disfrutar, como sándwiches de queso y de pollo, papitas y choclo con queso, fruta, vasitos de yogurt, gelatina, galletas sin crema y muffins. Para beber, mucha agua y chicha natural.

En cuanto a los juegos, para los primeros años no conviene abrumar al bebé con payasos ni chicas con micrófono. Lo más íntimo y personalizado será lo mejor. Si van otros niños, te conviene colocar juguetes que estimulen su psicomotricidad. Pero mucho cuidado con el juguete preferido del pequeño, porque a esa edad tal vez no lo quiera compartir y eso podría generar una pequeña riña.

Se organizaran juegos de acuerdo a las edades, para los primeros años por ejemplo carrera de gateo o animar a los pequeños a lanzar pelotas de plástico a una bolsa grande. O simplemente, estar todos juntos, conversando y

pasándola bien. Lo importante es mantener la alegría y que el cumpleaños se sienta contenido. Actividades pocas comunes en nuestro medio, ya que todo se basa en concursos de baile, dulces por exceso.

La empresa contará con dos servicios:

- **Cumpleaños Feliz-Show básico, incluye:**

03 horas de pura diversión (se empieza y concluye hora exacta), horarios a escoger:

De lunes a viernes, primer horario y los sábados y domingos segundo horario a elegir.

Local

40 Sillas

Decoración, sobre la temática elegida

01 Sonido

01 Disjockey (Dj)

01 Candy Bar – según temática elegida

01 Payaso + una dalina + un muñeco

37 Sorpresas

06 regalos para los ganadores de los concursos

02 Mesas para los bocaditos

01 Anfitriona

01 Mozos

03 juegos educativos para niños según la edad

- **Cumpleaños Feliz Show-premium**

04 horas de pura diversión (se empieza y concluye hora exacta), horarios a escoger:

De lunes a viernes, primer horario y los sábados y domingos segundo horario a elegir.

Local

50 Invitaciones

100 Sillas

Decoración, sobre la temática elegida

- 01 Sonido
- 01 Disjockey (Dj)
- Candy Bar – según temática elegida
- 01 Payaso + dos dalina + un muñeco
- 50 Sorpresas
- 12 regalos para los ganadores de los concursos
- 02 Mesas para los bocaditos
- 01 Anfitriona
- 02 Mozos
- 06 juegos educativos según la edad

Figura 04. Celebración de cumpleaños



Fuente: [google.com/search?q=cumplea%C3%B1os+infantil&client=firefox](https://www.google.com/search?q=cumplea%C3%B1os+infantil&client=firefox)

Figura 05. Candy bar, temática estrellas del mar



Fuente: [google.com/search?client=firefox-b-ab&tbm=isch&q=candy+bar+para](https://www.google.com/search?client=firefox-b-ab&tbm=isch&q=candy+bar+para)

Línea del producto.

Se ha creado dos línea de servicios, un servicio básico y un servicio premium.

b) La marca

Por su parte, Philip Kotler considera que "ya sea que se trate de un nombre, una marca comercial, un logotipo u otro símbolo, una marca es en esencia la promesa de una parte vendedora de proporcionar, de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios"

En el mercado local se cuenta con varia empresas dedicadas al mismo rubro dentro de ellas:

- Amarela – decoraciones y eventos
- De todo para tu cumpleaños
- Chomy producciones

En el presente plan de negocios se cuenta con el siguiente logo:

Figura 06. Logo empresa, 2019



Fuente: Elaboración propia

2.4.2 El precio

a.- Objetivos del precio

Kotler (2000, pag.520) señala cinco objetivos que se busca alcanzar través de precio y esto son:

- Supervivencia
- Maximización de los beneficios
- Maximización de la cuota de mercado
- Maximización desnatado del mercado
- Liderazgo en la calidad del producto

El principal que buscamos alcanzar en cuanto al precio será la maximización de mercado

Cuadro 04: Productos de la empresa, 2018

Producto	Medida	Precio
Cumpleaños feliz básico	Evento	S/.1,800
Cumpleaños feliz Premium	Evento	S/.2,500

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción.

Las reducciones del precio, regalos, sorteos u otras *promociones* ofrecen múltiples beneficios a fabricantes, distribuidores y clientes. La *promoción* de ventas es una estrategia de marketing que consiste en ofrecer incentivos a corto plazo, a los consumidores, al canal de distribución y/o a los equipos de ventas.

a.- Objetivos de la promoción.

La principal herramienta de comunicación serán las redes sociales, por ser una herramienta de menor costo y de largo alcance entre los clientes, se utilizarán las principales redes sociales más usadas por nuestros clientes.

Por medio de las cuales se difundirá las ofertas con que cuenta la empresa, los descuentos y canjes. Además de los sorteos que se realizarán a todos los que den un like o compartan las publicaciones, imágenes o videos. Dentro de ellas tenemos:

- ✓ **Facebook:** Creación de una Fan page, la cual proporcionará información sobre la empresa y las actividades que se realizarán subiendo fotos y videos, además de tener el beneficio de ganar muchos seguidores.
- ✓ **Twitter:** Su objetivo principal es tener un gran número de seguidores y se realizarán publicaciones constantes para que lo puedan ver nuestros clientes y seguidores.
- ✓ **Instagram:** Su objetivo también es ganar seguidores, además de publicar fotos para que nuestros seguidores los vean.

En el presente proyecto se ha considerado sortear los siguientes souvenirs:

Figura 07. Polos con logo de la empresa, 2018



Fuente: [google.com/search?client=firefox-b&biw=15](https://www.google.com/search?client=firefox-b&biw=15)

Figura 08. Tasas con logo de la empresa, 2018



Fuente: [google.com/search?client=firefox-b&](https://www.google.com/search?client=firefox-b&)

Figura 09. Gorro con logo de la empresa, 2018



Fuente: google.com/search?client=firefox-b&biw=1525&bih

b.- Acciones de publicidad

Para el mercado regional se seguirán utilizando los medios tradicionales de publicidad como:

- Spot radial. Para nuestra ciudad en Radio amazonia, en el programa Loreto en la Noticia, por ser el más escuchado por nuestros clientes.
- Spot televisivo. Par nuestra ciudad, Omagua TV, programa en el programa más visto por nuestros clientes.

Figura 10. Fan page de la empresa, 2019



Fuente: facebook.com

2.4.4 La Cadena de Distribución

La cadena de distribución es el conjunto de actuaciones que llevamos a cabo desde que terminamos la elaboración de un plato, hasta que dicho bien se adquiere por el consumidor final. Para el caso de nuestra empresa la distribución es directa, vale decir que no habrá intermediarios.

Figura 11. La cadena de distribución, directa.



Fuente: elaboracion propia

III.- PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

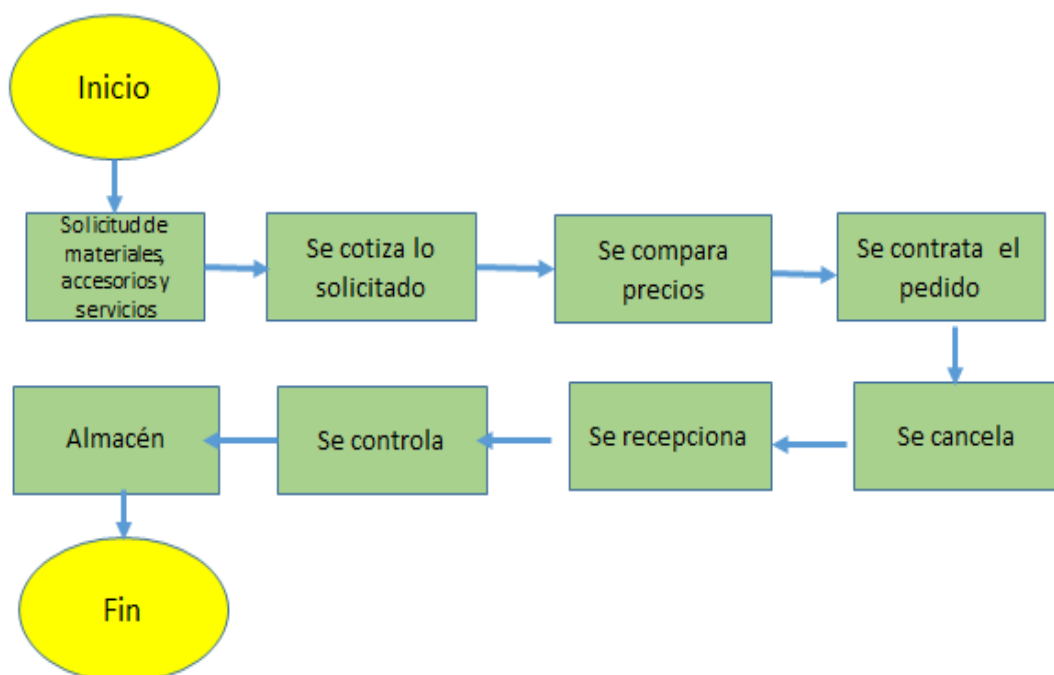
El aprovisionamiento de los materiales, insumos, accesorios, bienes y servicios que requiera la empresa para atender a sus clientes lo adquirirá de nuestra ciudad. La compra se realizará a las empresas distribuidoras, mayoristas y empresas de la ciudad que brinden los diversos servicios que la empresa solicite.

A continuación se detallaran los dos procesos principales diseñados dentro de la empresa:

- ✓ El proceso para la compra de materiales, insumos y
- ✓ EL proceso de servicio.

3.2 El proceso de abastecimiento

Gráfico 02. Proceso de abastecimiento de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

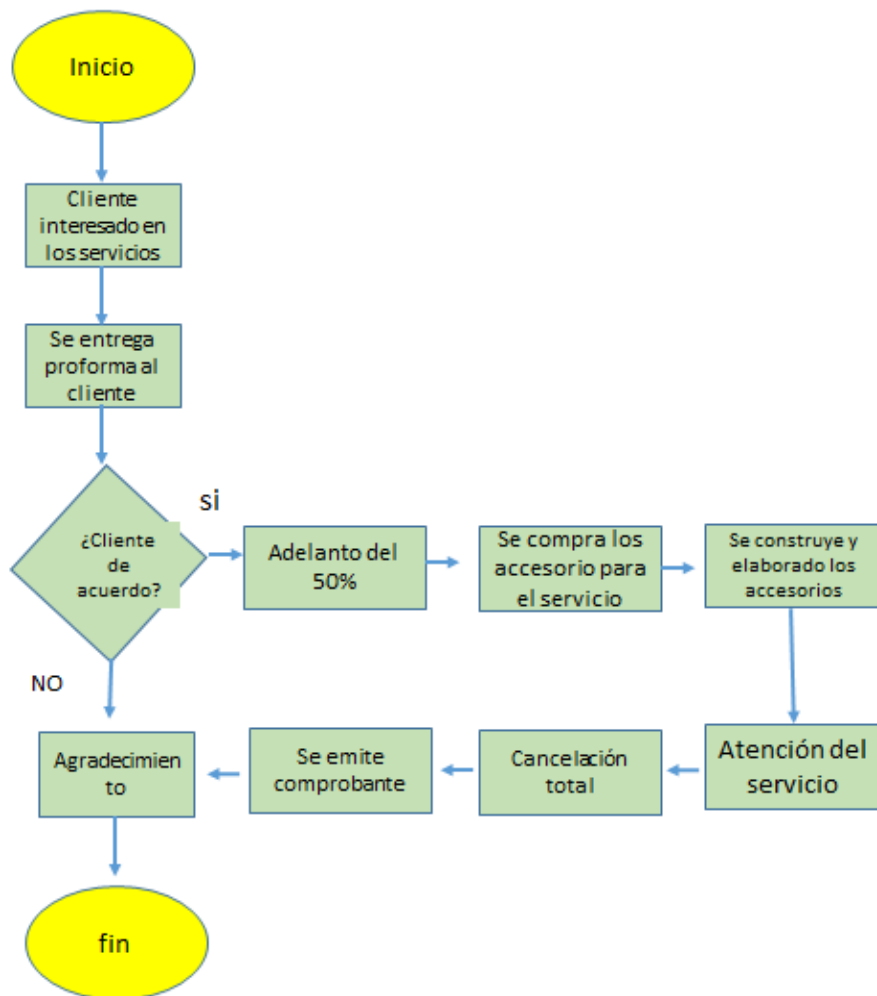
El aprovisionamiento empieza con la solicitud de los materiales, de los accesorios de los servicios que requiere la empresa según el servicio contratado, luego se procede a cotizar como mínimo en tres proveedores, el

siguiente paso es comparar los precios según lo cotizado a los proveedores. Se realiza el contrato, para posteriormente cancelar, se programa la recepción, se controla y se procede a ingresar a nuestros almacenes.

3.3 El proceso del servicio

Proceso de servicio:

Gráfico 03. Proceso de servicio de la empresa



Fuente: elaboración propia

Proceso del servicio de la empresa:

A continuación detallaremos el proceso de servicio de la empresa:

1. Cliente interesado en los servicios:

Cliente muestra interés por nuestros servicios y se contacta con nuestra empresa, ya sea por teléfono, correo electrónico, llamada telefónica, messenger, Whats app, entre otros.

2. Se entrega proforma al cliente:

Según lo solicitado se le hace llegar las opciones que cuenta el cliente, de acuerdo al presupuesto con que cuenta.

3. ¿Cliente de acuerdo?

- No, si el cliente no acepta ningunas de la opciones se procede agradecer al cliente
- Si, cuando es aceptado por el cliente, se procede a poner los detalles.

4. Adelanto del 50% :

Para garantizar el servicio se solicita el adelanto del 50%, el que debe ser abonado a nuestra cuenta o cancelado en efectivo.

.

5. Se compra los accesorios para el servicio:

De acuerdo al contrato firmado, para brindar el servicio se procede a comprar los materiales, insumos, herramientas, equipos a usar en el mismo. Según la temática escogida por el cliente, según sus exigencia, características y detalles.

6. Se elabora los accesorios:

Se procede a elaborar todos los accesorios a utilizar, esto se debe dar con una semana de anticipación. En caso el cliente ha solicitado algún servicio adicional se debe proceder a contratar los servicios.

7. Se procede a atender el servicio:

De acuerdo a lo contratado se procede a atender el servicio, el local debe estar habilitado 2 horas antes de brindar el servicio.

8. Cancelación del servicio:

Una vez brindado el servicio se procede a exigir la cancelación del servicio.

9. Se emite comprobante:

De acuerdo a lo solicitado por el cliente se emite boleta o factura por el servicio brindado.

10. Agradecimiento al cliente:

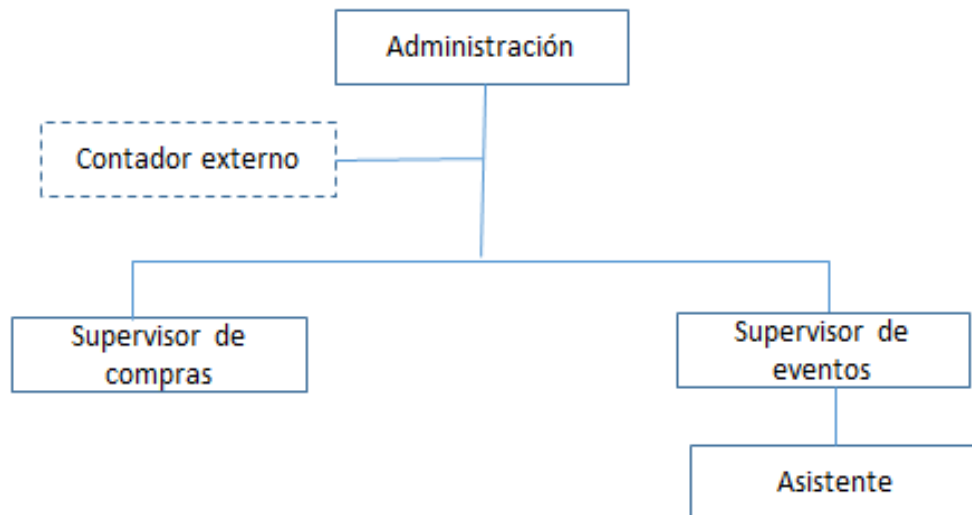
Para finalizar el proceso se procede a agradecer al cliente.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 LA ORGANIZACIÓN.

Para la empresa se ha considerado la siguiente estructura orgánica.

Grafico 04. Estructura organizacional de la empresa, 2019



Fuente: elaboración propia

4.2 PUESTOS Y FUNCIONES

a) **Puesto : Administrador**

Funciones :

- a. Planifica, organiza, dirige y controla la empresa,
- b. Dirige las actividades internas, es decir con el cliente interno,
- c. Realiza actividades externas, con proveedores, entidades financieras.
- d. Supervisa al encargado de compras y cocinero
- e. También tiene bajo su control la supervisión al trabajo del contador, con quien coordina el pago de los impuestos, declaraciones.
- f. Atiende quejas de los clientes
- g. Realiza los contratos laborales

b) Puesto : Supervisor de compras

Funciones :

- a. Tiene bajo su responsabilidad el aprovisionamiento y control de los insumos, accesorios, herramientas, equipos y servicios que necesite la empresa, que necesite la empresa.
- b. Realiza el cuadro comparativo de la cotizaciones
- c. Coordinación y reporta al administrador, con quien decide las compras.
- d. Tener actualizado el registro de nuestros proveedores, manteniendo las principales características, precio justo, calidad, tiempo de entrega.
- e. Llevar el control de todas las herramientas, muebles, accesorios entre otros de propiedad de la empresa.

c) Puesto : Supervisor de eventos

Funciones :

- a. Elaborar el cronograma de atención de la semana
- b. Solicita a área de compras todos los requerimientos a necesitar
- c. Solicita el requerimiento de los servicios a utilizar
- d. Elabora el presupuesto por cada actividad
- e. Coordina con el cliente, lugar fecha y hora del evento
- f. Prepara el local con el tema elegido, y alista cada uno de los puntos que contiene el contrato por el servicio.
- g. Coordina con las empresas para los servicios que se necesitan para atender nuestro servicio
- h. Atiende y soluciona las quejas y reclamos de los clientes.

d) Puesto : Asistente de eventos

Funciones :

- a. Apoyo permanente al supervisor de eventos
- b. Coordina con el responsable del área de administración, todos los requerimientos
- c. Apoya la instalación del local, sobre la temática elegida
- d. Alista los materiales, equipos y herramientas y lo regresa al almacén

4.3 CONDICIONES LABORALES

La empresa se va acoger a la Ley Nro.28015 Ley promoción de la micro y pequeña empresa, por todos los beneficios que brinda, tanto contables como tributarios y laborales. Principalmente por los beneficios laborales, es decir se asume el 50% de todos los beneficios que por derecho recibe el trabajador. Para posterior evaluación a acogernos al régimen laboral general. Es decir asumir al 100% todos los derechos del trabajador.

La jornada laboral será de 8 horas diarias. En el caso del contador será por servicio profesional, es decir no forma parte de la empresa.

4.4 RÉGIMEN TRIBUTARIO.

Las micros y pequeñas empresas que desean formalizar o constituir formalmente puede acogerse 5 regímenes tributarios, como son:

- Nuevo régimen simplificado - NRUS
- Régimen especial de renta –RER
- Régimen general
- Régimen de la amazonia
- Régimen Mype tributario - RMT

Cuadro 05. Regímenes tributarios en el Perú, 2018

CONCEPTOS	NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO	RÉGIMEN ESPECIAL DE RENTA	RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO	RÉGIMEN GENERAL	RÉGIMEN DE LA AMAZONIA
PERSONA NATURAL	Si puede acogerse	Si puede acogerse	Si puede acogerse	Si puede acogerse	Si puede acogerse
PERSONA JURÍDICA	Sólo pueden las EIRL 1	Si puede acogerse	Si puede acogerse	Si puede acogerse	Si puede acogerse
LIMITE DE INGRESOS	Hasta s/.96,000 anuales o S/.8,000 mensual	Hasta s/.525,000 anuales	Ingresos netos no superan 1700 UIT en el ejercicio gravable	Sin limite	Sin limite
LIMITE DE COMPRAS	Hasta s/.96,000 anuales o S/.8,000 mensual	Hasta s/.525,000 anuales	Sin limite	Sin limite	Sin limite
COMPROBANTES A EMITIR	. Boleta de venta . Tickets que no dan derecho a crédito fiscal	Factura, boletas y todos los demás permitidos	Factura, boletas y todos los demás permitidos	Factura, boletas y todos los demás permitidos	Factura, boletas y todos los demás permitidos
DECLARACIÓN JURADA ANUAL-RENTA	No	No	Si	Si	Si
PAGO DE TRIBUTOS MENSUALES	Pago mínimo de s/.20 y máximo de s/.50, de acuerdo a una tabla de ingreso y/o compras por categorías.	Renta: cuota de 1.5% de ingresos neto mensuales IGV: 18%	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagaran 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes.	Renta: Pagos a cuenta mensuales.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5 % según la ley del IR IGV: 18%
TRABAJADORES	Sin Limite	Máximo 10 por turno	Sin limite	Sin limite	Sin limite
VALOR DE LOS ACTIVOS	S/.70,000	S/.126,000	Sin limite	Sin limite	Sin limite

La empresa se acogerá al régimen especial de renta cuyo pagos mensuales es de 1.5%.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

Cuadro 06. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Demanda actual anual por unidades	52,025		
Tendencia del mercado	0%	5%	7%
Demanda estimada anual por unidades	52,025	54,626	58,450
Participación de mercado	0.50%	0.70%	0.80%
Demanda del proyecto unidades	260	382	468

Fuente: elaboración propia

Cuadro 07. Ingresos por ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	260	382	468
Precio mercado soles	1,800.00	1,800.00	1,836.00
Tendencia del precio	0%	2%	3%
Precio de venta efectiva unidades	S/.1,800.00	S/.1,836.00	S/.1,891.08
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.468,225	S/.702,057	S/.884,271

Fuente: elaboración propia

Cuadro 08. Costo de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	260	382	468
Costo compra	S/1,300	S/1,339	S/1,393
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/338,163	S/512,012	S/651,162

Fuente: elaboración propia

Cuadro 09. Gastos administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,600	S/. 1,800
Supervisores	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,400
Asistente de eventos	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000
Remuneraciones del personal	S/. 4,900	S/. 5,000	S/. 5,600
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 5,325	S/. 5,433	S/. 6,085
Contador	S/. 200	S/. 200	S/. 200
Servicios públicos	S/. 150	S/. 200	S/. 200
Utiles oficina	S/. 200	S/. 200	S/. 200
Otros	S/. 300	S/. 300	S/. 300
Total mensual	S/. 6,175	S/. 6,333	S/. 6,985
TOTAL ANUAL	S/.74,096	S/.76,000	S/.83,824

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10. Gastos comerciales

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 200.00	S/. 230.00	S/. 250.00
Alquiler local	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00
Promociones	S/. 150.00	S/. 180.00	S/. 200.00
Otros	S/. 250.00	S/. 250.00	S/. 250.00
Total mensual	S/. 900.00	S/. 960.00	S/. 1,000.00
TOTAL ANUAL	S/.10,800.00	S/.11,520.00	S/.12,000.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Gastos pre operativos

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12. Inversión en activos

	Valor adquisic	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0	1	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 15,000	1	S/. 15,000	5	S/. 3,000
Vehiculos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Muebles	S/. 7,000	1	S/. 7,000	5	S/. 1,400
Total			S/. 28,000		S/. 5,600

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13. Depreciación

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.28,000.00	-S/.5,600.00	-S/.5,600.00	-S/.5,600.00	S/.11,200.00
Amortización activo intangible	S/.2,000.00	-S/.400.00	-S/.400.00	-S/.400.00	S/.800.00
TOTAL	S/.30,000.00	-S/.6,000.00	-S/.6,000.00	-S/.6,000.00	S/.12,000.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero

Cuadro 14. Programa de endeudamiento

Deuda a tomar S/. 80,000				
35.00% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	50,000	1,000	1,389	2,389
2	48,611	972	1,389	2,361
3	47,222	944	1,389	2,333
4	45,833	917	1,389	2,306
5	44,444	889	1,389	2,278
6	43,056	861	1,389	2,250
7	41,667	833	1,389	2,222
8	40,278	806	1,389	2,194
9	38,889	778	1,389	2,167
10	37,500	750	1,389	2,139
11	36,111	722	1,389	2,111
12	34,722	694	1,389	2,083
		10,167	16,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	33,333	667	1,389	2,056
14	31,944	639	1,389	2,028
15	30,556	611	1,389	2,000
16	29,167	583	1,389	1,972
17	27,778	556	1,389	1,944
18	26,389	528	1,389	1,917
19	25,000	500	1,389	1,889
20	23,611	472	1,389	1,861
21	22,222	444	1,389	1,833
22	20,833	417	1,389	1,806
23	19,444	389	1,389	1,778
24	18,056	361	1,389	1,750
		6,167	16,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	16,667	333	1,389	1,722
26	15,278	306	1,389	1,694
27	13,889	278	1,389	1,667
28	12,500	250	1,389	1,639
29	11,111	222	1,389	1,611
30	9,722	194	1,389	1,583
31	8,333	167	1,389	1,556
32	6,944	139	1,389	1,528
33	5,556	111	1,389	1,500
34	4,167	83	1,389	1,472
35	2,778	56	1,389	1,444
36	1,389	28	1,389	1,417
		2,167	16,667	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Estado de resultados integrales

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.468,225	S/.702,057	S/.884,271
Costo ventas	-S/.338,163	-S/.512,012	-S/.651,162
Margen Bruto	S/.130,063	S/.190,045	S/.233,108
Gastos administrativos	-S/.74,096	-S/.76,000	-S/.83,824
Depreciación	-S/.6,000	-S/.6,000	-S/.6,000
Gastos comerciales	-S/.10,800	-S/.11,520	-S/.12,000
Margen operativo	S/.39,167	S/.96,525	S/.131,284
Gastos financieros	-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167
Margen antes de tributos	S/.29,000	S/.90,358	S/.129,118
Tributos	-S/.1,450	-S/.4,518	-S/.6,456
Margen neto	S/.27,550	S/.85,840	S/.122,662

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16. Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.468,225	S/.702,057	S/.884,271	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.30,000				S/.12,000
Capital de trabajo	-S/.70,234	-S/.54,584	-S/.37,075	-S/.7,592	S/.169,485
Compras		-S/.338,163	-S/.512,012	-S/.651,162	
Gastos administrativos		-S/.74,096	-S/.76,000	-S/.83,824	
Gastos comerciales		-S/.10,800	-S/.11,520	-S/.12,000	
Pago impuestos		-S/.1,958	-S/.4,826	-S/.6,564	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.100,234	-S/.11,376	S/.60,624	S/.123,128	S/.181,485
Préstamo recibido	S/.80,000				S/.0
Amortización		-S/.16,667	-S/.16,667	-S/.16,667	
Gastos financieros		-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167	
Escudo fiscal		S/.508	S/.308	S/.108	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.20,234	-S/.37,701	S/.38,099	S/.104,403	S/.181,485
FCE	-S/.100,234	-S/.11,376	S/.60,624	S/.304,613	
FCF	-S/.20,234	-S/.37,701	S/.38,099	S/.285,888	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17. VAN y TIR

Valor economico	S/.96,137
Tasa de descuento (CAPM)	22.60%
TIR Económica	55%
Indice B/C	1.96
VAN Financiero	S/.95,924
Tasa de descuento (WACC)	32.50%
TIR Financiero	113%
Indice B/C	5.74

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

a.- El proyecto de negocios fue elaborado con el objetivo de constituir la empresa Magical Word Events, la que se dedicará a brindar servicio de organización de eventos infantiles, con temática personalizada. El producto está diseñado para personas, familias y empresas; que deseen realizar alguna actividad, por diversos motivos y en un lugar acondicionado, preparado para tal evento.

b.- La empresa ha creado su Fan page, para la promoción de los servicios por ser un instrumento de baja inversión y de alto radio de acción. El que es usado por nuestros clientes. A través de ellos se sortearan premios y regalos a todas las personas que interactúen con esta herramienta.

c.- Los procesos elaborados en el presente plan de negocios son procesos simples, cortos, eficientes, diseñados con la finalidad de contar con un servicio de calidad que satisfaga la necesidad de los clientes. El aprovisionamiento de los materiales, insumos, equipos y herramientas lo haremos de nuestros proveedores locales.

d.- En cuanto al plan de recursos humanos se ha determinado las condiciones para los colaboradores, con funciones claras, específicas para cada uno de los miembros de cada área. Se cumplirá con el horario de 8 horas. Se han establecidos la condiciones que respeten los derechos laborales y garanticen su calidad de vida.

e.- El plan económico y financiero fue proyectado a tres años, lo mismo que los estados financieros. Los ratios nos arrojan que el plan cuenta con rentabilidad. El endeudamiento se ha programado para tres año siguientes, el que se cancelará con los ingresos que genera el negocio.

BIBLIOGRAFÍA:

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en:
www.inei.gob.pe

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - INEI, Censos Nacionales 1993 y 2007, Disponible: www.inei.gob.pe

Kotler, Philip-KELLER, Kevin L. Dirección de Marketing. México. 2006. Pearson Educación. Décima Edición.

Menon K. & Pandalai K. (1990). The Coconut Palma Monograph Indian Central Coconut Comitee.

<https://www.capital.com.pe/actualidad/cuanto-gastan-los-peruanos-en-fiestas-infantiles-noticia-971893>