



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN NEGOCIOS MULTINEGOCIOS SANTA ISABEL,
IQUITOS - 2018**

Autora:

Giovanna Marisela, Marín Ríos

**Para optar el título profesional
de Licenciada en Administración de Empresas**

IQUITOS-PERÚ

2019

DEDICATORIA.

Dedico este proyecto a Dios por darme todo lo necesario para seguir adelante, por estar conmigo en cada paso que doy para lograr mis metas y objetivos. En segundo lugar, dedicar a mis padres, a mi adorada madre Marisela, a mi hijo Mathias Gabriel, quienes son los pilares fundamentales en mi vida, son mi fortaleza y motivación ya que por ellos me esfuerzo para seguir adelante, lograr mis metas y ser mejor cada día.

Giovanna Marisela

AGRADECIMIENTO.

Un infinito agradecimiento a nuestro Padre Celestial, gracias DIOS, por permitirme concluir mi carrera profesional, a mi querida Universidad Científica del Perú y un enorme agradecimiento a todos los docentes y compañeros que me apoyaron durante mi preparación académica a todos aquellos mis infinitas gracias.

Giovanna Marisela



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

Registrado en el Asiento N° A00010 de la Partida N° 11000316, personas Jurídicas de Iquitos,
Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

FACULTAD DE NEGOCIOS

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL**

Con Resolución Decanal N° 248-2019-UCP-FAC.NEGOCIOS del 03 de junio de 2019, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación a los señores:

- Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán Mgr. **Presidente**
- CPC. José Rubén Ruiz del Aguila Mgr. **Miembro**
- Lic. Adm. Enrique Alván Morí Mgr. **Miembro**

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11 horas del día 07 de Junio 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 Suficiencia Profesional : "PLAN NEGOCIOS MULTINEGOCIOS SANTA ISABEL, IQUITOS 2018"

Presentado por:

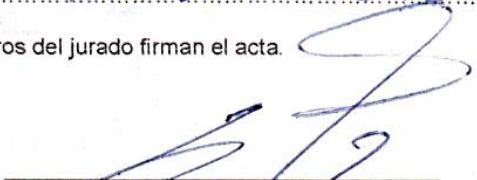
GIOVANNA MARISELA MARIN RIOS

Como requisito para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas. 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:

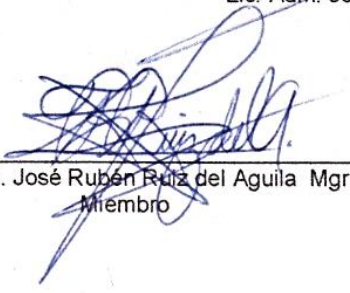
La sustentación es:

APROBADO POR UNANIMIDAD


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



Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán Mgr.
Presidente



CPC. José Rubén Ruiz del Aguila Mgr.
Miembro



Lic. Adm. Enrique Alván Morí Mgr.
Miembro

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

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	01
SUMMARY	03
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2. Actividad empresarial.....	04
1.3. Idea del negocio.....	05
2. PLAN DE MARKETING	
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta actual y tendencias.....	08
2.4 Programa de marketing.....	09
2.4.1. El producto.....	09
2.4.2. El precio.....	15
2.4.3. La promoción.....	15
2.4.4. La cadena de distribución.....	19
3. PLAN DE OPERACIONES	
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	20
3.2 El proceso de atención al cliente.....	22
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1 La organización.....	24
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	24
4.3 Condiciones laborales.....	26

4.4 Régimen tributario.....	27
5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	
5.1 Estudio económico.....	28
5.2 Estudio financiero.....	31
CONCLUSIONES.....	32
BIBLIOGRAFÍA.....	34

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU.....	04
Cuadro N° 02 Demanda proyectada ciudad de Iquitos, 2019.....	07
Cuadro N° 03 Negocios con giros similares en la ciudad de Iquitos, 2019....	13
Cuadro N° 04 Precio de kit que comercializa la empresa, 2019.....	19
Cuadro N° 05 Comportamiento del mercado: Tendencias y participación.....	28
Cuadro N° 06 Ingresos por ventas (soles).....	28
Cuadro N° 07 Costo de ventas (soles).....	28
Cuadro N° 08 Gastos administrativos (soles).....	29
Cuadro N° 09 Gastos comerciales (soles).....	29
Cuadro N° 10 Gastos pre operativos (soles)	30
Cuadro N° 11 Inversión en activos (soles).....	30
Cuadro N° 12 Depreciación (soles).....	30
Cuadro N° 13 Programa de endeudamiento (soles).....	31
Cuadro N° 14 Estado de resultados integrales (soles).....	32
Cuadro N° 15 Flujo de caja (soles).....	32
Cuadro N° 16 VAN y TIR.....	32

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Ubicación de la empresa.....	03
Figura N° 02 Celebración de cumpleaños.....	05
Figura N° 03 La pirámide de las necesidades de Abraham Maslow.....	06
Figura N° 04 Bandejas decorativas para cumpleaños--.....	11
Figura N° 05 Porta cono.....	12
Figura N° 06 Exhibidor tres niveles.....	13
Figura N° 07 Pilotines temáticos.....	13
Figura N° 08 Cajita cuadradas dulceras.....	13
Figura N° 09 Dispensadores para caramelos.....	14
Figura N° 10 Gomitas con sabor a sandía.....	14
Figura N° 11 Logo de la empresa, 2019.....	15
Figura N° 12 Polos con logo de la empresa, 2019.....	16
Figura N° 13 Tazas con logo de la empresa.....	17
Figura N° 14 Llaveros con logo de la empresa	17
Figura N° 15 Fan page de la empresa, 2019.....	17

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico N° 01 La cadena de distribución directa.....	19
Gráfico N° 02 El proceso de aprovisionamiento de la empresa.....	20
Gráfico N° 03 Proceso de atención al cliente.....	22
Gráfico N° 04 Estructura organizacional de la empresa.....	24

PLAN DE NEGOCIOS MULTINEGOCIOS SANTA ISABEL, IQUITOS - 2018

Giovanna Marisela, Marín Ríos

RESUMEN

La presentación investigación evalúa la factibilidad para constituir un negocio dedicado a la venta de artículos y accesorios decorativos para todo tipo de eventos, ya sea para personas, familias o empresas. Con una oferta variada, en la ciudad de Iquitos.

El segmento objetivo son las personas dependientes e independientes de la población económicamente activa, mayores de 18 y menores de 55, que desean realizar cualquier tipo de evento, ya sea familiar o del centro de trabajo.

Los procesos fueron diseñados de la manera más sencilla, ordenada y eficiente. Procesos que se ajustan a una micro empresa, que buscan como finalidad principal la satisfacción de las necesidades del cliente. La promoción se realizará a través del fan page de la empresa.

La estructura organizacional es simple, con las funciones plenamente determinadas para cada área. Los resultados económicos financieros, muestran que el análisis reporta un valor actual neto (VAN) positivo de ciento setenta mil quinientos sesentiseis con 00/100 soles, con una tasa interna de retorno (TIR) de 26%, y la relación Beneficio Costo (B/C) igual a 3.02, que indica que por cada sol invertido se recuperara la inversión más tres con 02/100 soles de beneficio

Palabras claves: Plan de negocios, eventos, accesorios de decoración, familias.

BUSINESS PLAN MULTINEGOCIOS SANTA ISABEL, IQUITOS - 2018

Giovanna Marisela, Marin Ríos

SUMMARY

The research presentation evaluates the feasibility to set up a business dedicated to the sale of decorative items and accessories for all types of events, whether for individuals, families or companies. With a varied offer, in the city of Iquitos.

The target segment is the dependent and independent persons of the economically active population, over 18 and under 55, who wish to carry out any type of event, be it family or work center.

The processes were designed in the simplest, most orderly and efficient way. Processes that are attached to a micro company, which seek as the main purpose the satisfaction of the client's needs. The promotion It will be done through the company's fan page.

The organizational structure is simple, with the functions fully determined for each area. The financial economic results show that the analysis reports a positive net (NPV) value of one hundred seventy thousand five hundred and sixty with 00/100 soles, with an internal rate of return (IRR) of 26%, and the Benefit Cost (B / C) ratio equal to 3.02, which indicates that for each sun invested, the investment plus three were recovered with 02/100 soles of profit

Keywords: Business plan, events, decoration accessories, families.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio.

Nombre comercial : Multinegocios Santa Isabel

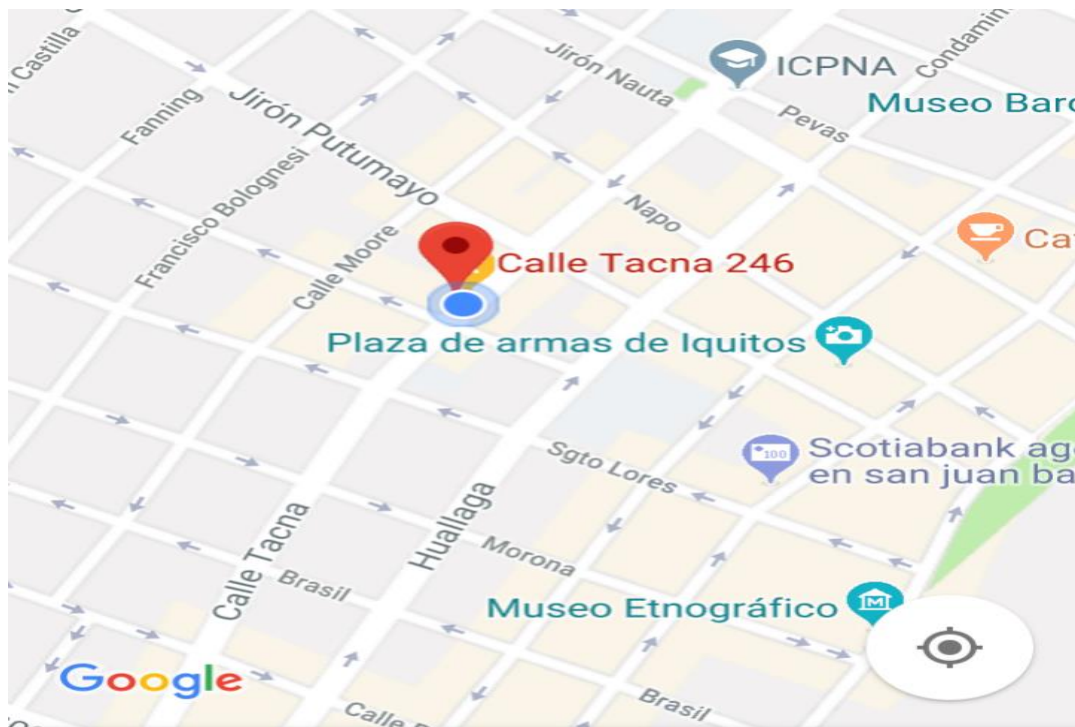
Razón social : Inversiones Marín S.A.C.

Sector de la actividad : Venta de artículos para eventos

Localización : Calle Tacna Nro.246, distrito Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad : Comercio

Figura 01: Ubicación de la empresa, 2,019



Fuente: [google.com/maps/place](https://www.google.com/maps/place)

1.2 Actividad empresarial.

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2017.

G	Actividades deportivas, de esparcimiento y artísticas.		
	47	Comercio al por menor, excepto el de vehículo	
		472	Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados
			4721 Venta al por menor de alimentos en comercios especializados

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea de negocios

Se busca satisfacer la necesidad de comprar artículos y accesorios de decoración para realizar cualquier tipo de evento, tanto para celebraciones familiares, personales o empresariales.

El principal segmento serán las personas con trabajo dependiente e independiente, de la población económicamente activa, mayores de 18 años y menores de 55 años. También las familias y las empresas, públicas y privadas quienes desean celebrar algún acontecimiento y necesitan artículos y accesorios para decorar su local, domicilio o centro de trabajo, para la realización de algún evento como, cumpleaños, matrimonio, bautizos, aniversarios, baby shower entre otros.

La empresa se dedicará a la comercialización de artículos, accesorios, para decoración para todo tipo de evento, como también, al alquiler de mobiliario (mesas vintage, pallets, etc.) en diversas presentaciones a precios muy competitivos, además; contaremos con la venta de golosinas de colores temáticos y personalizados.

II. EI PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes.

Kotler y Armstrong (2003, pág. 19) explican en funciones del marketing, una de ellas es la de identificar las necesidades y los deseos de los clientes, y con dicha información determinar los mercado meta que mejor puedan servir a la organización, y diseñar productos y programas apropiados para servir a esos mercados.

Tal como se detalló en el capítulo anterior, las familias presentan la necesidad de realizar eventos sociales que integren a todos sus miembros en una relación de mayor acercamiento y aprecio (estima).

Los eventos surgen como un reclamo de la sociedad que necesita reunirse por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, en colectivos y grupos. Son hechos económicos y culturales que permiten un intercambio social, técnico, profesional y científico (Agüero, 2007).

En Perú, se cuenta con una fuerte costumbre social, el celebrar onomásticos de la persona más importante de la familia.

Figura 02. Celebración de un cumpleaños



Fuente: [google.com/search?biw=1024&bih=489&tbm=isch&sa](https://www.google.com/search?biw=1024&bih=489&tbm=isch&sa)

Abraham Maslow, doctrinario de la mercadotecnia explica las cinco categorías de clasificación las necesidades humanas: fisiológicas, seguridad, sociales, estima y de auto-realización, también distingue estas necesidades en “deficitarias” (fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima) y de desarrollo del ser (auto-realización).

A continuación, se describe las necesidades para los eventos sociales en cada una de las categorías señaladas líneas arriba

Figura Nro. 03 La pirámide de las necesidades de Abraham Maslow,



Fuente: elaboración propia colores

Esta clasificación servirá para definir los productos que se deben ofrecer a los clientes de acuerdo a su nivel de necesidades. Como los clientes personas emprendedoras, minoristas, particularmente aquellos que se dedican al servicio de organización de eventos, es importante estudiar las necesidades de abastecimiento que tienen ellos de parte de sus proveedores. Por ejemplo la entrega en el punto de venta del minorista.

2.2 Demanda actual y tendencias.

En el cuadro siguiente podemos apreciar la proyección de la demanda al 2019. En la primera parte la población total y urbana al 2015 de los distritos de Iquitos, San Juan Bautista, Villa Puncha y Belén, y en conjunto forman la gran urbe de la ciudad de Iquitos. Para el presente proyecto sólo se considera la población de la zona urbana de cada distrito, esta población urbana censada al 2015 ascendió a 352,712 personas. El promedio de crecimiento poblacional en el Perú es de 2%, por lo que la población proyectada al 2019 asciende a 381,787.

Nuestro producto está diseñado principalmente para las familias y por familia se cuenta con 4 personas en promedio, que asciende a un total de 95,447 familias. En promedio las familias celebran dos veces al año, llegando a un total de 190,893. Los niveles socio-económico al cual nos dirigimos (segmento del mercado) son el C y D, que representan un 14.1% y 15.40%, respectivamente, llegando a un total de consumo del mercado objetivo de 56,314 unidad/familia.

Cuadro 02: Demanda proyectada ciudad de Iquitos, 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 Belen	75,685	80%	60,548
Población ciudad de Iquitos (censada al 2015)	471,730		352,712
Promedio de crecimiento poblacional al año			2.0%
Población ciudad de Iquitos (proyectada al 2019)			381,787
Promedio de personas por familias			4
Numero de familias (proyectado al 2019)			95,447
Celebraciones de las familias en promedio al año			2
Consumo del producto ciudad de Iquitos (unidad/familia) al año			190,893
Segmento B ciudad de Iquitos			14.10%
Segmento c ciudad de Iquitos			30.00%
Consumo del mercado objetivo (unidad/familia)			84,184

Fuente: elaboración propia.

Mercado potencial

Está constituido por las familias que residen en los distritos de Iquitos, Belén, Villa Punchana y San Juan mientras que nuestras oficinas se encontrarán ubicadas en el distrito de Iquitos.

Consumidores potenciales

De acuerdo a lo evaluado, los consumidores potenciales son las personas y empresas, personas dedicadas al rubro de decoraciones entre 18 y 55 años de edad, de los géneros masculinos y femeninos.

Pueden ser personas naturales y jurídicas, es decir personas y empresas públicas y privadas, el contacto con los clientes potenciales se establecerá por redes sociales, whatsapp, messenger, e-mail, etc.

2.3 Oferta actual y tendencias.

En el cuadro 03. Se puede apreciar que en la ciudad de Iquitos se encuentran localizados diversas empresas dedicadas a la comercialización de Artículos para decoración, ubicados solo en el distrito de Iquitos, los cuales forman parte de la competencia para el presente Plan de Negocio. Sólo dos de ellos con presencia en el mundo virtual, que es usado como uno de los medios de comunicación con los clientes prospectos.

La empresa La Restinga es una de las principales del medio, ha logrado posicionarse en el mercado en dicho rubro, logrando ganar una aceptable participación en el mercado, ya que tiene más de 20 años en la ciudad de Iquitos.

Cuadro 03. Negocios con giros similares en la ciudad de Iquitos, 2019.

Productos	Unidad	Empresas		
		La Restinga (soles)	Decopack (soles)	Dulces y Empaques (soles)
Kit básico	Kit	S/.380	S/.400	S/.420
Kit Premium	Kit	S/.700	S/.680	S/.730

Fuente: elaboración propia

2.4 Programa de marketing.

2.4.1 El producto.

a) Categorías de productos.

La empresa comercializará diversos tipos de artículos y accesorios para decoración de eventos y fiestas infantiles, golosinas de colores temáticas, alquiler de mobiliario para decoración y así mismo brindará asesoramiento gratuito para todos nuestros clientes, grato ambiente e infraestructura muy acogedora y una ubicación en el centro de la ciudad de Iquitos.

Nuestras instalaciones contarán con un pequeño espacio de show room donde tendremos en exhibición los diferentes tipos de decoraciones, así como la exhibición del mobiliario que ofreceremos para el alquiler.

La empresa contará con productos básicos para iniciar sus operaciones en esta primera etapa:

a. Venta de Kit básico para decoración:

- 02 bandejas decorativas
- 01 exhibidor 3 niveles
- 01 porta conos
- 01 carrito porta dulces
- 02 abanicos con etiquetas temáticas
- 01 abanico central temático
- 01 banderín scrap 9 letras como máximo
- 01 tapper scrapp para torta
- 06 letreritos scrapp para dulces de la mesa
- 25 pirotines temáticos
- 25 tappers temáticos con palito
- 12 cajitas cuadradas dulceras
- 12 etiquetas para paletas

- 12 etiquetas cua cua o doña pepa
- 40 etiquetas para moneditas o besos de moza
- 12 cabeceras para bolsitas de galletas o gomitas

Los servicios que requiere el cliente serán tercerizados, con un margen de utilidad del 15%.

b. Venta de Kit Premium para decoración:

- 01 mesa vintage grande
- 02 mesitas pequeñas
- 02 bandejas decorativas
- 02 exhibidor 3 niveles
- 01 porta conos
- 01 carrito porta pop corn
- 01 carrito porta dulces
- 50 invitaciones 10 x 14 cm sobre transparente
- 04 abanicos con etiqueta temática
- 01 abanico central temático
- 01 banderín scrap 9 letras como máximo
- 01 tapper scrapp para torta
- 12 letreritos scrapp para dulces de la mesa
- 75 pirotines temáticos
- 50 tappers scrap temáticos con palitos
- 50 cajitas cuadradas dulceras
- 50 cajitas pirámide para dulces
- 50 cajitas pop corn

- 50 etiquetas para paletas
- 50 etiquetas cua cua o doña pepa
- 50 etiquetas para botellas de 250 ml
- 25 etiquetas de silueta para tubitos
- 50 etiquetas para moneditas o besos de moza
- 25 cabeceras para bolsitas de galletas o gomitas
- 01 Piñata temática

Los servicios que requiere el cliente serán tercerizados, con un margen de utilidad del 15%.

Figura 04. Bandejas decorativas para cumpleaños



Fuente: <https://www.google.com/search?q=bandejas+decorativas+parak>

Figura 05. Porta cono



Fuente: <https://www.google.com/search?q=porta+conos&rlz=1C1CHBD:>

Figura 06. Exhibidor 3 niveles



Fuente: <https://www.google.com/search?q=exhibidor+3+niveles+para+cumplea%C3%:>

Figura 07. Pilotines temáticos



Fuente: https://www.google.com/search?q=pirotines+tematicos&rlz=1C1CHBD_esPE850:

Figura 08. Cajitas cuadradas dulceras



Fuente: https://www.google.com/search?q=cajitas+cuadradas+dulceras&rlz=1C1CHBD_esP:

b) Línea de servicio.

La empresa contará con diversas líneas de productos para los clientes, desde decoración, accesorios, golosinas, mensajería, muebles, con el objetivo de satisfacer plenamente las necesidades de los clientes.

Figura 09. Dispensadores para caramelos



Fuente: elaboración propia

Figura 10. Gomitas con sabor a sandía



Fuente: elaboración propia

c) La marca.

Nombre, término, letrero símbolo, diseño o una combinación de dichos elementos, que identifican los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores para diferenciarlos de los de sus competidores.

Para el presente proyecto la marca será:

Figura 11. Logo empresa, 2019



Fuente: elaboración propia.

2.4.2 El precio.

a) Objetivos del precio.

El precio se ha establecido teniendo en cuenta la estructura de costo de la empresa como las exigencias en el margen de utilidad de inversionista, como también se tuvo en cuenta el precio de la competencia.

Cuadro 04. Precio de kit que comercializa la empresa, 2019

Detalle	Unidad de medida	Productos (soles)
Kit básico	juego	350
Kit Premium	juego	650

Fuente: Elaboración propia.

2.4.3 La promoción.

La promoción del proyecto, se materializará a través de diferentes medios de difusión, por ejemplo publicitar el proyecto, con el objetivo de masificar la marca, y que genere recuerdos en la mente de los clientes.

Nuestra principal promoción será por la compra de cualquier kit, el segundo sale con un descuento del 20%.

a) Objetivos de la promoción.

Para el presente proyecto la principal herramienta de promoción son las redes sociales, específicamente el Facebook. Se ha creado un fan page para la difusión de nuestras ofertas y promociones. Se ofrecerán sorteos a todas las personas que adquieran nuestro servicio, así como para aquellos que compartan y den like a nuestras publicaciones. Se premian y sortean suvenir como polos, pelotas, vasos, llaveros, horas gratis, entre otros.

Figura 12. Polos con logo de la empresa, 2019



Fuente: https://www.google.com/search?q=POLOS+BLANCOS&rlz=1C1CHBD_e1

Figura 13. Tazas con logo de la empresa.



Fuente: https://www.google.com/search?q=tazas+blancas&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&s:

Figura 14. Llaveros con logo de la empresa.



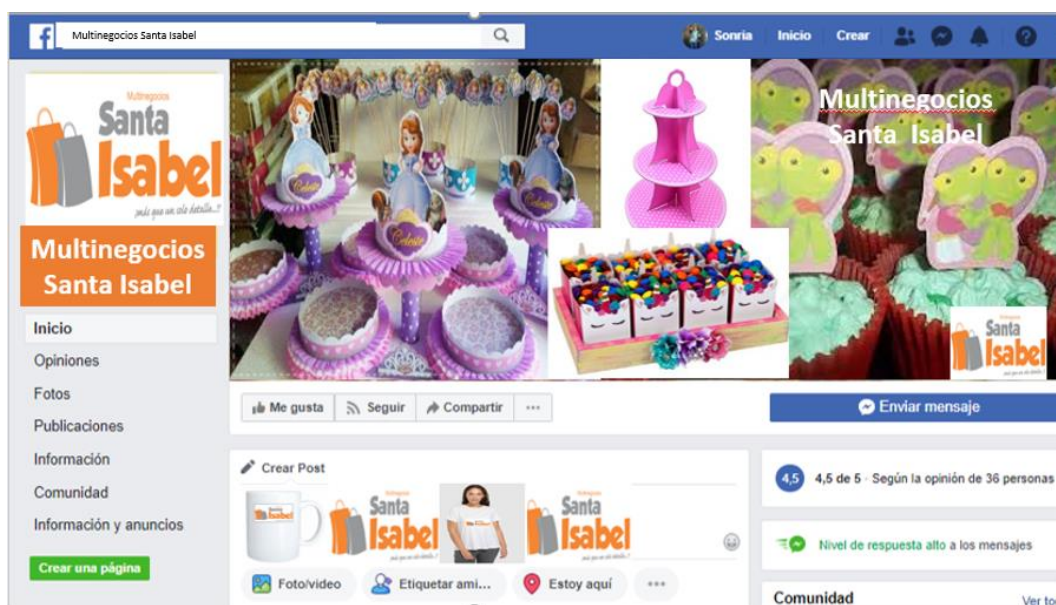
Fuente: https://www.google.com/search?q=llaveros&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850:

b) Acciones de publicidad.

Se realizarán las siguientes acciones de publicidad:

- Spot radial para el mercado local, en radio Loreto, programa Loreto en la noticia
- Spot televisivo para el mercado local, en Amazonia TV. En el Programa más sintonizado
- Publicidad en el periódico de mayor circulación en el mercado local
- Los mismos que se pasaran por el fan page del Facebook

Figura 15. Fan page de la empresa, 2019.



Fuente: Facebook.com

2.4.4 La cadena de distribución.

a) Objetivo de distribución.

El objetivo de la distribución para nuestro plan negocios empieza en el negocio, el mismo que estará ubicado en la calle Tacna Nro. 242, de la ciudad de Iquitos. Zona ubicada en el radio urbano de la ciudad, con calles empistadas, entre dos mercados de abastos y con alto movimiento comercial, vehicular y peatonal.

b) Funciones que debe cumplir el canal.

La principal función de canal será de generar clientela para la empresa, ya que presenta excelente ubicación comercial, por las características de la zona.

En el siguiente plan de negocios el canal de distribución es directo, es decir no se cuenta con intermediarios entre la empresa y el cliente.

Gráfico 01. La cadena de distribución directa.



Fuente: elaboración propia.

III. PLAN DE OPERACIONES.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.

El administrador es el responsable del desarrollo de los procesos de la empresa, así como manejar el margen de utilidad exigida por la inversionista como también buscar el financiamiento de los fondos que necesite la empresa.

El proceso de aprovisionamiento comprende la compra de materiales, accesorios que para el presente caso se centra en dos distribuidoras de dichos insumos, ubicados en la nuestra ciudad, a continuación, se detallan.

Principales proveedores.

- El paisa El Paisa, Jr. Próspero 786
- Centro Comercial Quispe, Jr. Próspero 935
- Grupo Galdiaz – Jr. Puno 638 - Lima

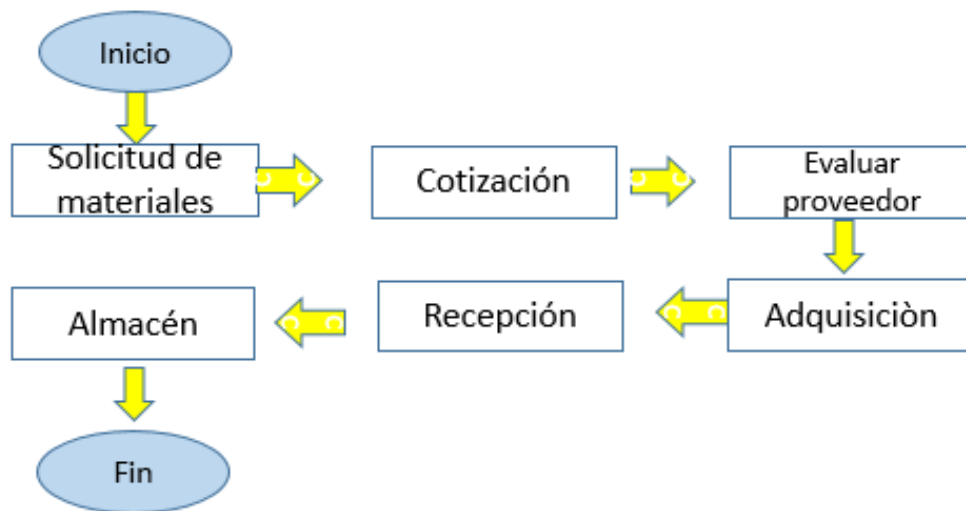
Las adquisiciones de nuestros materiales se realizarán al contado y para el caso de los proveedores han sido elegido consideración factores, como: calidad, precio, tiempo de entrega, y forma de pago.

Tras la compra y recepción de las mercancías habrá que almacenarlos y conservarlos hasta que sean necesarios para la venta. Hay que tener en cuenta que en este tipo de negocios la actividad se concentra en los fines de semana, por lo que se debe organizar el aprovisionamiento de manera más eficiente y planificada para esos días. Como también se cuenta con proveedores de la ciudad de Lima.

También se debe buscar que en la zona de ubicación sea posible abastecerse de materias primas y otros productos. También que, haya posibilidad de subcontratación de los servicios o trabajos con otras empresas.

Los procesos serán dinámicos y eficientes, se contará con un local amplio y se contará con una oficina administrativa. En el local comercial se contará con un espacio para el show room.

Gráfico 02. Proceso de aprovisionamiento de la empresa.



Fuente: elaboración propia

Proceso de aprovisionamiento

En el gráfico anterior se puede apreciar el proceso de aprovisionamiento de los materiales, insumos, y demás bienes que necesite la empresa para la venta de sus kit básico y premium. El que empieza con la solicitud de materiales por el área de almacén, el que debe mantener cierto nivel de inventario que permitan atender tres kits por cada uno.

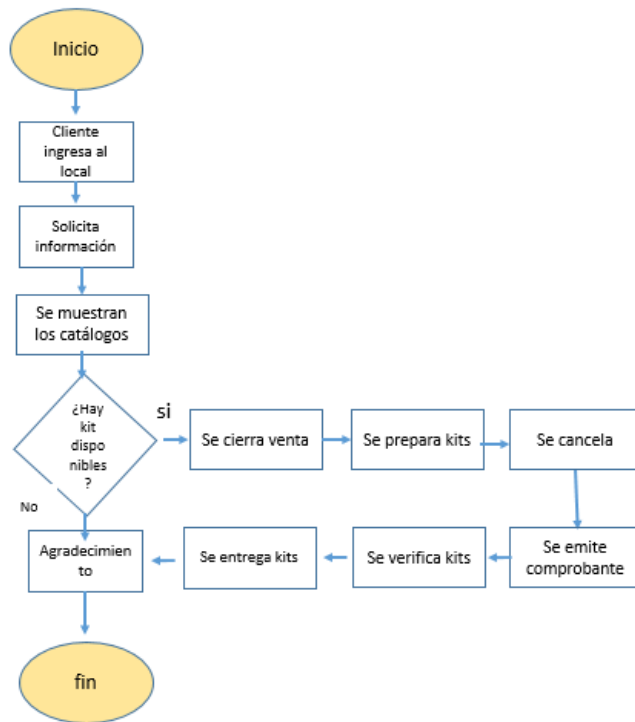
Posteriormente, se procede a cotizar en tres de nuestros proveedores, para luego evaluar la compra, en aquel proveedor que nos brinde beneficios o ventajas. Se debe mantener ciertos criterios básicos como precio, tiempo de entrega, calidad, durabilidad, productos no tóxicos, entre otros.

Luego, se realiza la compra de los insumos solicitados, para luego programar la recepción, ya que puede ser inmediata o para unos días más. Se recibe y luego se procede a ingresar al almacén, llevando el control con el método de control de inventario (PEPS).

3.2. El proceso de atención al cliente.

El servicio de atención al cliente será un proceso simple

Gráfico 03. Proceso de atención al cliente.



Fuente: elaboración propia.

Proceso de atención al cliente:

En las siguientes líneas abajo se detallará el proceso de atención al cliente:

1. Cliente ingresa al local:

El cliente ingresa al local para interesado por nuestros productos

2. Solicita información:

Solicita información de nuestros productos

3. Se le muestras los catálogos:

Le mostramos los catálogos, las fotos, los videos de los clientes atendidos. Para tal se contará con un catálogo en papel A-4, para mostrar los clientes que compraron los productos con que cuenta la empresa.

4. ¿Se cuenta con kit disponible?:

Si: Se procede al siguiente paso

No: Se le agradece al cliente y se le invita a su pronto retorno

5. Se cierra la venta:

Se procede a cerrar la venta con todas las características y condiciones del cliente. Sin afectar la rentabilidad de la empresa.

6. Se prepara el kit:

Se procede a preparar el kit solicitado por el cliente

7. Se cancela:

Se le invita a pasar a caja al cliente para cancelar el kit solicitado

8. Se emite comprobante:

Se procede a emitir el comprobante según las exigencias del cliente

9. Se verifica kit:

Previo a la entrega al cliente se vuelve a verificar el kit solicitado por el cliente

10. Se entrega el kit:

Se procede a entregar el kit adquirido por el cliente

11. Se agradece al cliente:

Se procede agradecer al cliente

El horario de atención al cliente, es el siguiente:

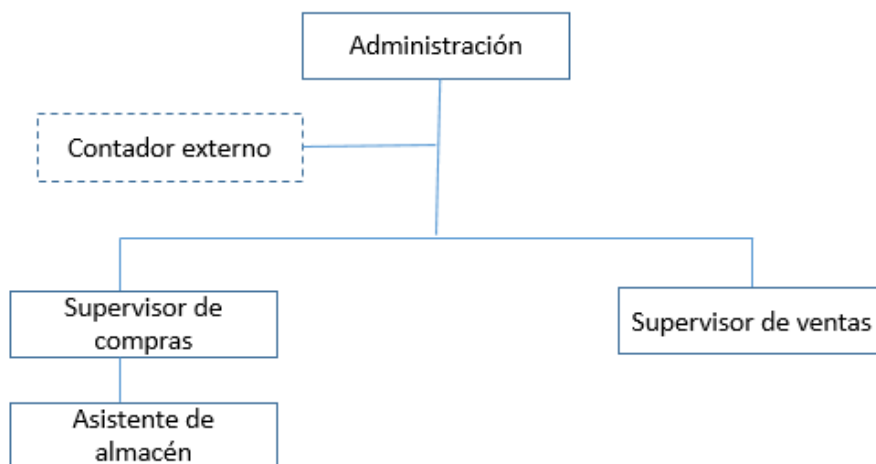
- Lunes a Sábado : 9:00 am a 1:00 pm/3:00 pm a 7:00 pm
- Domingos y feriados : 8:00 am a 1:00 pm

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 La organización.

La organización de la empresa se propone en el presente punto. El mismo que propone una estructura orgánica simple, funcional en vista de tratarse de una microempresa y con el tiempo ir expandiendo en la medida que la empresa lo necesite.

Gráfico 04. Estructura organizacional de la empresa.



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones.

Puesto: Administrador.

Funciones:

01. Planeamiento y diseño de estrategias de marketing.
02. Definir políticas de ventas y el Plan de Ventas.
03. Establecer indicadores de procesos de cada área.
04. Controlar los resultados operativos
05. Diseñar programas de mejora del ambiente laboral y de motivación del personal
06. Controlar la permanencia de las personas en el centro laboral.
07. Controlar el manejo de los costos de la empresa.
08. Pagar remuneraciones del personal y facturas de proveedores.
09. Supervisar el trabajo del contador.
10. Gestionar financiamientos, a través de las instituciones financieras.

Puesto: Supervisor de compras

Funciones:

1. Realizar las compras y control de los insumos, productos y servicios que necesite la empresa.
2. Supervisar el trabajo del personal a su cargo.
3. Realizar el cuadro comparativo de las cotizaciones.
4. Coordinar y reportar directamente al administrador de todas sus actividades laborales.
5. Mantener actualizado el registro de nuestros proveedores.
6. Llevar el control de los inventarios de los insumos, a través del método PEPS.
7. Reportar los deterioros encontrados en los bienes e instalaciones del negocio.
8. Otras relacionadas a sus funciones que disponga el Administrador.

Puesto: Supervisor de ventas.

Funciones:

1. Planificar, organizar y controlar todas las tareas propias para la atención de los clientes.
2. Supervisar el trabajo del personal a su cargo.
3. Dirigir y planificar el conjunto de actividades de su área.
4. Supervisar y controlar el mantenimiento y uso de a, materiales, utillaje del departamento, realizando los correspondientes inventarios y propuestas de reposición.
5. Colaborar en la instrucción del personal a su cargo.
6. Reportar directamente al administrador.
7. Otros relacionados a sus funciones que disponga el administrador.

Puesto: Asistente de almacén

Funciones:

1. Recibe, revisa y organiza los materiales y equipos adquiridos por la Institución.
2. Colabora en la clasificación, codificación y rotulación de materiales y equipos que ingresan al almacén.
3. Registra y lleva el control de materiales y equipos que ingresan y egresan del almacén.
4. Distribuye y moviliza materiales
5. Colabora en la realización de inventarios periódicos.
6. Recibe, verifica y despacha las requisiciones de materiales y equipos de las unidades de la Institución.
7. Elabora guías de despacho y órdenes de compras.
8. Custodia la mercancía existente en el almacén.
9. Lleva el archivo de la unidad.
10. Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
11. Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
12. Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
13. Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

4.3 Condiciones laborales.

La empresa en esta primera etapa se acogerá a la Ley 26015 – Ley Promoción de la Micro y Pequeña Empresa, previo a eso debe registrarse en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa – Remype, Además la empresa contará con contratos a tiempo completo con sus trabajadores a excepción del contador con quien se trabajará con contrato de locación de servicios profesionales.

Se especifica esta condición ya que impactara sobre el costo laboral del trabajador a tomar.

4.4 Régimen tributario.

Las empresas formales pueden acogerse a 5 regímenes que se cuenta en nuestro país. Como son:

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

Para el presente proyecto la empresa se acogerá al Régimen de la Amazonia, la que efectuará el pago del 1.5% al mes, calculado sobre los ingresos declarados.

En el tema laboral también nos vamos a acoger al beneficio del Régimen Laboral a las Micro y pequeñas empresas que se encuentra regulado por el Decreto Legislativo Nro. 1086 y los Decretos Supremos Nro. 007-2008-TR y 008-2008-TR Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al empleo Decente-Ley MYPE y su respectivo reglamento, los cuales se encuentran vigentes al día de hoy.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1 Estudio económico.

Cuadro 05. Comportamiento del mercado: Tendencias y participación.

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Demanda actual anual (unidades)	84,184		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual (unidades)	84,184	85,868	87,585
Participación de mercado	2.00%	2.50%	3.00%
Demanda del proyecto (unidades)	1,684	2,147	2,628

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 06. Ingresos por ventas (soles).

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas anuales (unidades)	1,684	2,147	2,628
Precio mercado soles (kit)	350.00	350.00	355.25
Tendencia del precio	0%	1.5%	1.5%
Precio de venta efectiva (unidades de kit)	S/. 350.00	S/. 355.25	S/. 360.58
VENTA TOTAL EMPRESA	S/. 589,288	S/. 762,612	S/. 947,439

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 07. Costo de ventas (soles).

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas (unidades de kit)	1,684	2,147	2,628
Costo compra	S/. 200.00	S/. 206.00	S/. 214.24
COSTO DE LA MERCADERIA VENDIDA	S/. 336,736	S/. 442,219	S/. 562,927

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 08. Gastos administrativos (soles).

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,600	S/. 1,600
Supervisores	2	3	3
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,400
Asistente de almacen	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,100
Remuneraciones del personal	S/. 4,900	S/. 6,300	S/. 6,900
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 5,325	S/. 6,846	S/. 7,498
Contador	S/. 200	S/. 250	S/. 300
Servicios públicos	S/. 500	S/. 550	S/. 600
Útiles oficina	S/. 200	S/. 250	S/. 280
Otros	S/. 300	S/. 320	S/. 350
Total mensual	S/. 6,525	S/. 8,216	S/. 9,028
TOTAL ANUAL	S/.78,296	S/.98,592	S/.108,336

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 09. Gastos comerciales (soles).

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Publicidad	S/. 200.00	S/. 250.00	S/. 300.00
Alquiler local	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00
Promociones	S/. 200.00	S/. 220.00	S/. 250.00
Otros	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00
Total mensual	S/. 1,200.00	S/. 1,270.00	S/. 1,350.00
TOTAL ANUAL	S/.14,400.00	S/.15,240.00	S/.16,200.00

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 10. Gastos pre operativos (soles).

	Hoy	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Estudio de mercado	S/. 800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/.500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,300.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 11. Inversión en activos (soles).

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 10,000	1	S/. 10,000	20	S/. 500
Terreno	S/. 0	-	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Vehículos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Muebles	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 400
Total			S/. 24,000		S/. 3,300

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 12. Depreciación (soles).

	Hoy	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Residual
Depreciación activo fijo	S/. 24,000.00	-S/. 3,300.00	-S/. 3,300.00	-S/. 3,300.00	S/. 14,100.00
Amortización activo intangible	S/. 1,300.00	-S/. 260.00	-S/. 260.00	-S/. 260.00	S/. 520.00
Total	S/. 25,300.00	-S/. 3,560.00	-S/. 3,560.00	-S/. 3,560.00	S/. 14,620.00

Fuente: elaboración propia.

5.2 Estudio financiero.

Cuadro 13. Programa de endeudamiento (soles).

Deuda a tomar				
S/. 70,000				
35.00% Anual		2.0%	mensual	
		48	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	70,000	1,400	1,458	2,858
2	68,542	1,371	1,458	2,829
3	67,083	1,342	1,458	2,800
4	65,625	1,313	1,458	2,771
5	64,167	1,283	1,458	2,742
6	62,708	1,254	1,458	2,713
7	61,250	1,225	1,458	2,683
8	59,792	1,196	1,458	2,654
9	58,333	1,167	1,458	2,625
10	56,875	1,138	1,458	2,596
11	55,417	1,108	1,458	2,567
12	53,958	1,079	1,458	2,538
13	52,500	1,050	1,458	2,508
14	51,042	1,021	1,458	2,479
15	49,583	992	1,458	2,450
16	48,125	963	1,458	2,421
17	46,667	933	1,458	2,392
18	45,208	904	1,458	2,363
19	43,750	875	1,458	2,333
20	42,292	846	1,458	2,304
21	40,833	817	1,458	2,275
22	39,375	787	1,458	2,246
23	37,917	758	1,458	2,217
24	36,458	729	1,458	2,188
25	35,000	700	1,458	2,158
26	33,542	671	1,458	2,129
27	32,083	642	1,458	2,100
28	30,625	612	1,458	2,071
29	29,167	583	1,458	2,042
30	27,708	554	1,458	2,013
31	26,250	525	1,458	1,983
32	24,792	496	1,458	1,954
33	23,333	467	1,458	1,925
34	21,875	437	1,458	1,896
35	20,417	408	1,458	1,867
36	18,958	379	1,458	1,838

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Estado de resultados integrales (soles)

	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ingresos por ventas	S/.589,288	S/.762,612	S/.947,439
Costo ventas	-S/.336,736	-S/.442,219	-S/.562,927
Margen Bruto	S/.252,552	S/.320,394	S/.384,513
Gastos administrativos	-S/.78,296	-S/.98,592	-S/.108,336
Depreciación y amortización	-S/.3,560	-S/.3,560	-S/.3,560
Gastos comerciales	-S/.14,400	-S/.15,240	-S/.16,200
Margen operativo	S/.156,296	S/.203,002	S/.256,417
Gastos financieros	-S/.14,875	-S/.10,675	-S/.6,475
Margen antes de tributos	S/.141,421	S/.192,327	S/.249,942
Tributos	-S/.2,121	-S/.2,885	-S/.3,749
Margen neto	S/.139,300	S/.189,442	S/.246,192

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Flujo de caja (soles).

	Año 0	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.589,288	S/.762,612	S/.947,439	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.25,300				S/.14,620
Capital de trabajo	-S/.88,393	-S/.50,552	-S/.34,946	-S/.7,701	S/.181,593
Compras		-S/.336,736	-S/.442,219	-S/.562,927	
Gastos administrativos		-S/.78,296	-S/.98,592	-S/.108,336	
Gastos comerciales		-S/.14,400	-S/.15,240	-S/.16,200	
Pago impuestos		-S/.2,344	-S/.3,045	-S/.3,846	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.113,693	S/.106,959	S/.168,571	S/.248,429	S/.196,213
Préstamo recibido	S/.70,000				-S/.17,500
Amortización		-S/.17,500	-S/.17,500	-S/.17,500	
Gastos financieros		-S/.14,875	-S/.10,675	-S/.6,475	
Escudo fiscal		S/.223	S/.160	S/.97	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.43,693	S/.74,807	S/.140,556	S/.224,551	S/.178,713
FCE	-S/.113,693	S/.106,959	S/.168,571	S/.444,642	
FCF	-S/.43,693	S/.74,807	S/.140,556	S/.403,264	

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 16. VAN y TIR.

Valor económico	S/.390,604
Tasa de descuento (CAPM)	15.81%
TIR Económica	131%
Indice B/C	4.44
VAN Financiero	S/.295,202
Tasa de descuento (WACC)	27.63%
TIR Financiero	243%
Indice B/C	7.76

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

- a) El mercado de eventos en la ciudad de Iquitos, tiene una demanda con tendencia creciente cada año y que dinamiza la economía de la región, dada la costumbre del peruano y del poblador Loreto de celebrar todos sus acontecimientos generados en su primera familia (padres, Hermanos).
- b) En cuanto al plan de operaciones, se han diseñado procesos que son de gran importancia para la empresa, ya que de estos depende la comercialización de los productos al cliente. El aprovisionamiento de los insumos, accesorios y materiales se dan principalmente en fuentes que radican en la ciudad, con políticas de precios competitivos, manteniendo una calidad adecuada.
- c) En cuanto al plan de recurso humano se han determinado las políticas para los colaboradores de la empresa como las condiciones laborales, ya que estos juegan un papel importante en la empresa, por ello se realizará la selección, contratación e inducción del personal. Se considerará un sueldo fijo con todos los beneficios que la ley exige
- d) En cuanto al plan económico y financiero el plan de negocios arroja aceptables ratios financieros, buena capacidad de pago para asumir sus compromisos en los 3 años. El análisis reporta un valor actual neto (VAN) positivo de **ciento setenta mil quinientos sesentiseis con 00/100 soles (S/.170,566.00)**, con una tasa interna de retorno (TIR) de 26%, y la relación Beneficio Costo (B/C) igual a **3.02**, que indica que por cada sol invertido se recuperara la inversión más **tres con 02/100 soles de beneficio**. Estos indicadores muestran que el negocio es viable.

BIBLIOGRAFIA:

- Agüero, Maure (2007) Definiciones y tendencias del turismo de eventos. en Contribuciones a la Economía, N° 82.
- Cayo, Ricardo. 2017. *Implementar Supply Chain Management puede reducir costos hasta 8% en la cadena de abastecimiento*. En: Conexiones, 12 de mayo del 2017. Lima, Perú.
- Clasificación Industrial Internacional Uniforme en https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev4s.pdf
- GARAY, Luís Jorge. 1998 Programa de estudio: la industria de América Latina ante la Globalización. Colombia Estructura Industrial e Internacionalización. Cargraphics, s.a. Bogotá 1998
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda*. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *IV Censo Nacional Económico por departamento*. Lima, Perú.
- J. I. Arango “Hacia un concepto de pequeña y mediana empresa” U. Nacional. 1993.
- Marketing, Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000. © 1993-1999 Microsoft Corporación. Reservados todos los derechos.
- Phillip, Kotler, 1995 Gestión del Marketing en una empresa en la década de los 70.
- Velásquez Salazar, German. 2018. *Cadena de abastecimiento: ¿Un factor crítico de éxito?* En: Conexione san, 8 de marzo del 2018. Lima, Perú.