



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO

“MIL EVENTOS”, CIUDAD DE IQUITOS, 2025

AUTORES:

SILVA VEGA GABRIEL ANTONIO

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

ZUMAETA FLORES MILAGROS DE FATIMA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO Y
HOTELERIA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y
TERRITORIOS.**

IQUITOS – PERÚ

2025

DEDICATORIA

El plan de negocio está dirigido a mis hijos quienes más amo en mi vida, son el mayor motivo que tengo para poder seguir creciendo profesionalmente y poder así lograr muchas cosas buenas a futuro.

Gabriel Silva.

Dedico este logro a mis padres, por su amor incondicional, sus apoyo constante y esfuerzos. A mi hermano por sus consejos que me permitieron ver la realidad de las cosas y su compañerismo inigualable. También dedico el esfuerzo de mi trabajo a mis hijos que me salvaron la vida. Y a mi mejor amiga, cuya compañía, aliento y confianza en mi han sido fundamental para llegar a este día. Este logro es fruto del amor, confianza y presencia que recibí de todos ellos en mi vida. Con todo mi corazón, les dedico este triunfo en mi vida.

Milagros Zumaeta

AGRADECIMIENTO

"Agradecemos la oportunidad de desarrollar este plan de negocio, el cual representa el primer paso hacia la materialización de una idea con gran potencial. Este proyecto refleja el esfuerzo y la dedicación invertidos para crear una propuesta sólida y prometedora."

Los autores.

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 23-2025-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 09 de enero del 2025 se designó jurado.

Con Resolución Decanal N° 288-2025-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 14 de abril de 2025, se autorizó la sustentación.

Siendo las 11.00 horas del día 25 de abril se constituyó de modo virtual el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO "MIL EVENTOS", CIUDAD DE IQUITOS, 2025.

Presentado por:

SILVA VEGA GABRIEL ANTONIO

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

ZUMAETA FLORES MILAGROS DE FÁTIMA

Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADA POR MAYORIA

A las 1.20 pm. horas culminó el acto público.

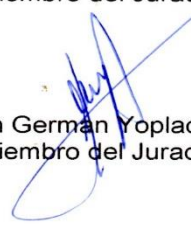
En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta y comunican en acto público.



CPC. Luis Alberto Barriga Roa
Presidente del Jurado



Lic. NIT. Claudia Patricia Lozano Rocha, Mag.
Miembro del Jurado



Lic. Adm. Yvan German Yoplack Arana, Mag.
Miembro del Jurado

“Año de la recuperación y consolidación de la económica peruana”

**CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP**

El presidente del Comité de Ética e Integridad Científica

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

“PLAN DE NEGOCIO MIL EVENTOS, CIUDAD DE IQUITOS, 2025”

De los alumnos: **GABRIEL ANTONIO SILVA VEGA Y MILAGROS DE FATIMA ZUMAETA FLORES**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **13% de similitud**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 21 de marzo del 2025.



**Presidente del Comité de Ética e
Integridad Científica
Mgr. Arq. Jorge L. Tapullima Flores**

UCP_ADMINISTRACION_2025_TSP_GABRIEL_SILVA_MILAGROS_ZUMAETA_V1



Nombre del documento: UCP_ADMINISTRACION_2025_TSP_GABRIEL_SILVA_MILAGROS_ZUMAETA_V1.pdf ID del documento: 44473efaa677e340e601fdd12574c8bde7326819 Tamaño del documento original: 782,62 kB Autores: []	Depositante: Chris Angela Ramirez Flores Fecha de depósito: 21/3/2025 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 21/3/2025	Número de palabras: 4768 Número de caracteres: 33.264
--	---	--

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 repositorio.ucp.edu.pe Plan de Negocio Boutique Vestimenta XI Delivery, Ciuda... http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/2543	1%		 Palabras idénticas: 1% (69 palabras)

Fuente con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 repositorio.ucp.edu.pe http://repositorio.ucp.edu.pe:8080/server/api/core/bitstreams/c94e3b0f-6c50-4d58-9943-419...	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	 https://camaracomercio.org.pe/wp-content/uploads/2021
---	---

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	iv
HOJA DE ANTIPLAGIO.....	v
INDICE	vii
INDICE DE CUADROS	ix
INDICE DE FIGURAS	x
INDICE DE TABLAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	1
1.1 Nombre del negocio.....	1
1.2 Actividad empresarial.....	1
1.2 Idea de negocio	2
CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING	3
2.1 Necesidades de los clientes	3
2.2 Demanda actual y tendencias	5
2.3 Oferta competitiva	8
2.4 Programa de marketing.....	9
2.4.1 El producto	9
2.4.2 El precio.....	9
2.4.3 La promoción.....	11
2.4.4 La cadena de distribución	12
CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES.....	14
3.1 Fuente de aprovisionamiento	14
3.2 Proceso de operaciones comerciales	14
3.3 El proceso de producción	15
CAPÍTULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS	18
4.1 Estructura organizacional	18
4.2 Puestos y funciones	18
4.3 Condiciones laborales.....	19
4.4 Régimen tributario	20
CAPÍTULO V: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.	21
5.1 Estudio económico.....	21
5.2 Estudio Financiero.....	24

CONCLUSIONES	29
BIBLIOGRAFÍA.....	30

INDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Clasificación de negocio	01
Cuadro 2 Mercado Poblacional 2024.....	06
Cuadro 3 Mercado por zona de residencia 2024.....	06
Cuadro 4 Mercado por grupo de edades 2024.....	06
Cuadro 5 Mercado por socioeconómica 2024.....	06
Cuadro 6 Empresas en Loreto 2024.....	07
Cuadro 7 Eventos en el año 2024.....	07
Cuadro 8 Tamaño de demanda en el año 2024.....	07
Cuadro 9 Lista de empresas de eventos en Iquitos.....	08
Cuadro 10 Lista de precios por servicio.....	10
Cuadro 11 Salarios.....	19

INDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Localización de la empresa.....	01
Figura 2. Eventos Empresariales.....	04
Figura 3. Eventos infantiles.....	04
Figura 4. Página de Facebook.....	11
Figura 5. Polo y gorro de la empresa.....	12
Figura 6. Cadena de distribución.....	13
Figura 7. Procesos de operaciones comerciales.....	14
Figura 8. Procesos de productos.....	15
Figura 9. Estructura organizacional.....	18

INDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Demanda del negocio a desarrollar.....	21
Tabla 2. Ventas del negocio a desarrollar.....	21
Tabla 3. Gasto administrativo	22
Tabla 4. Gasto comercial.....	22
Tabla 5. Gasto pre operativo.....	22
Tabla 6. Inversiones en activos	23
Tabla 7. Depreciación y amortización	23
Tabla 8. Programa de endeudamiento.....	24
Tabla 9. Capital de trabajo	25
Tabla 10. Cálculo de la tributación.....	26
Tabla 11. Estado de situación financiera.....	26
Tabla 12. Estado de resultado.....	27
Tabla 13. Flujo de caja.....	27
Tabla 14. Rentabilidad del negocio.....	28
Tabla 15. Rentabilidad operativa de la inversión (ROI).....	28

RESUMEN

Plan de negocio “Mil Eventos”, ciudad de Iquitos, 2024

Gabriel Antonio, Silva Vega

Milagros de Fatima, Zumaeta Flores

Es una idea de negocio dedicada a ofrecer servicios integrales de planificación y catering para eventos sociales y corporativos, con una propuesta centrada en la calidad, la personalización y la excelencia. Se especializa en crear experiencias únicas para sus clientes, adaptándose a sus necesidades y gustos. Desde bodas y aniversarios hasta eventos empresariales, Mil Eventos se encarga de todos los detalles, ofreciendo menús exquisitos, decoración innovadora y un servicio de atención al cliente excepcional. Su compromiso con la satisfacción y el buen sabor la posiciona como una opción preferida en el mercado de eventos y catering en Loreto."

Mediante el plan económico y financiero, las ratios son los siguientes: valor actual neto económico (VANE) S/. 3,899,280; Tasa interna de retorno económico (TIRE) 1416%; índice de Beneficio de Costo (B/C) 51.17; Valor Actual Neto Financiero (VANF) S/. 3,800,521; tasa interno financiero 1592%, índice de beneficio de caja 46.47, lo que demuestra la viabilidad de nuestra empresa.

Palabras claves: eventos, catering

ABSTRACT

"Mil Eventos" business plan, Iquitos city, 2024

Gabriel Antonio, Silva Vega

Milagros de Fatima, Zumaeta Flores

"Mil Events is a business idea dedicated to offering comprehensive planning and catering services for social and corporate events. With a proposal focused on quality, customization and excellence, the company specializes in creating unique experiences for its clients, adapting to their needs and tastes. From weddings and anniversaries to corporate events, Mil Eventos takes care of all the details, offering exquisite menus, innovative decoration and exceptional customer service. Its commitment to satisfaction and good taste positions it as a preferred option in the events and catering market in Loreto."

Through the economic and financial plan, the ratios are as follows: What is the economic net present value (VANE) S/. 3,899,280, the Internal Economic Return Rate (TIRE) 1416%, the Cost Benefit Index (B/C) 51.17, and the Financial Net Present Value (VANF) S/. 3,800,521, the internal financial rate is 1592% and the cash benefit index is 46.47, which demonstrates the viability of our company.

Keywords: Events, Catering

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio.

Nombre comercial: *MIL EVENTOS, ciudad de Iquitos, 2024*

Razón social: S.A.C

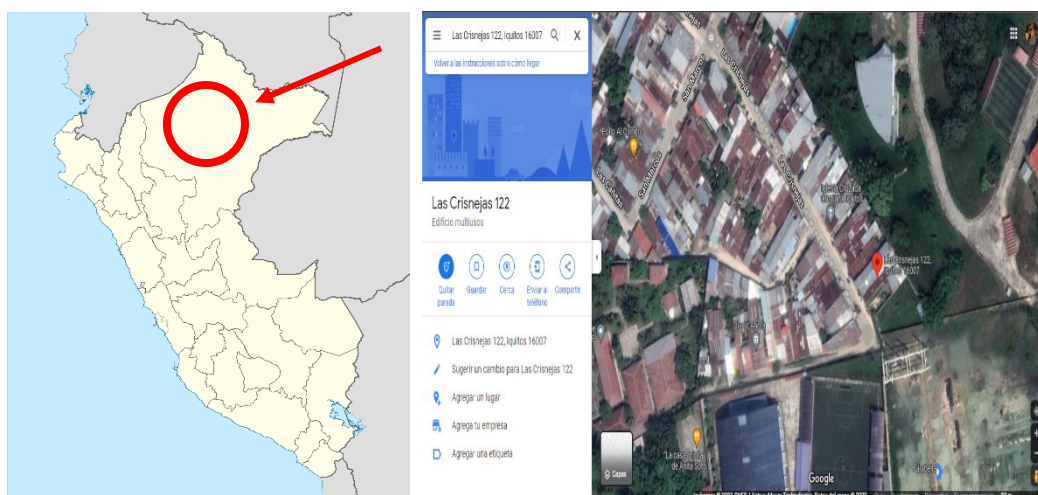
Sector de actividad: servicio de organización de eventos

Localización: calle las crisnejas 122-A, distrito de San Juan Bautista, provincia de Maynas, departamento de Loreto, Perú

Actividad: servicio

Figura 1

Localización de MIL EVENTOS



Fuente: www.googlemaps.com (2024)

1.2 Actividad empresarial.

Cuadro 1

Clasificación del negocio

S		OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS
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 (2021)

1.2 Idea de negocio

Se busca satisfacer las siguientes necesidades.

La atención eficiente en las actividades sociales, culturales y empresariales que puedan tener los diferentes tipos de negocios. La necesidad de una atención integral que comprenda desde la convocatoria, el evento central y efectos siguientes (local, decoración, menajería, etc.). Satisfacer la necesidad de tener variedad de alternativas organizativas de eventos, para adecuarlas a las circunstancias que se celebra y para la capacidad económica del cliente. Generar sentimientos de pertenencias con las empresas por parte de sus trabajadores cuando se realiza los acontecimientos sociales.

Los tipos de clientes son los siguientes. Las familias quienes tienen eventos de integración social durante un año, ya sea; los cumpleaños, matrimonios, inauguración, etc. También tenemos las empresas, que celebrar acontecimientos sociales, culturales o de vida empresarial, con sus trabajadores o sus clientes.

El negocio ofrece. Primero; ofrecer y tomar pedidos de forma remoto o presencial, con diversidad de alternativas en función del tipo de acontecimiento. Segundo; ofrecemos diversas formas de pago, al contado y en partes. Tercero, brindamos una asesoría personalizada de acuerdo al evento a realizar, ya sea mediante un catálogo de ideas y escalonada de acuerdo al presupuesto del cliente.

CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

Los clientes tienen diversas necesidades que buscan satisfacer al contratar estos servicios. Algunas de las necesidades más comunes de los clientes son:

- a) La eficiencia personalizada: Los clientes buscan un trato personalizado y servicios adaptados a sus necesidades específicas. Quieren sentirse escuchados y que se tenga en cuenta sus preferencias y requerimientos.
- b) Profesionalismo y experiencia: Los clientes esperan trabajar con un equipo de profesionales con experiencia en la organización de eventos y catering, que puedan ofrecer soluciones creativas, eficientes y de calidad.
- c) Variedad de opciones: Los clientes desean contar con una amplia variedad de opciones en cuanto a menús, servicios adicionales, decoración, estilos de eventos, entre otros, para poder personalizar su evento de acuerdo a sus gustos y presupuesto.
- d) Calidad gastronómica: La calidad de la comida y las bebidas es una necesidad fundamental para los clientes de una empresa de catering. Esperan disfrutar de alimentos frescos, bien presentados y con un sabor excepcional.
- e) Logística y coordinación: Los clientes valoran que la empresa de eventos y catering cuente con una logística eficiente y una coordinación precisa para garantizar que el evento se desarrolle sin contratiempos y de acuerdo a lo planificado.
- f) Innovación y creatividad: Los clientes buscan propuestas originales, innovadoras y creativas que les ayuden a diferenciarse y sorprender a sus invitados. Esperan ideas frescas y soluciones creativas para hacer de su evento algo único.
- g) Flexibilidad y adaptabilidad: Los clientes aprecian la capacidad de la empresa de eventos y catering para ser flexibles y adaptarse a cambios de último minuto, ajustes en el presupuesto, modificaciones en los requerimientos del evento, entre otros.

Figura 2
Eventos empresariales



Fuente: <https://camaracomercio.org.pe/wp-content/uploads/2021>

Figura 3
Eventos infantiles



Fuente: <https://www.google.com/search?q=eventos+infantiles2021>

2.2 Demanda actual y tendencias

En Perú, la demanda actual de servicios de eventos y catering se ha visto afectada desde la pandemia de COVID-19, que en su momento provoco la cancelación o postergación de muchos eventos y esto llevo a un cambio en la forma en que se realizan los eventos.

Se observan algunas tendencias y demandas emergentes en el país:

- a) Eventos virtuales: Con la imposibilidad de realizar eventos presenciales en muchos casos, se ha incrementado la demanda de eventos virtuales, como conferencias, seminarios, lanzamientos de productos, reuniones corporativas, entre otros.
- b) Experiencias gastronómicas a domicilio: La tendencia del delivery y las experiencias gastronómicas en casa ha cobrado fuerza en los últimos 3 años. Las empresas de catering han diversificado sus servicios para ofrecer cenas gourmet en casa, kits de cóctails, degustaciones de vinos, entre otros, con el fin de llevar la experiencia culinaria directamente a los clientes en sus hogares.
- c) Catering saludable y sostenible: Existe una creciente demanda por parte de los consumidores por opciones de catering saludables, balanceadas y sostenibles. Las empresas de eventos y catering en Perú están incorporando cada vez más opciones orgánicas, vegetarianas, veganas y de origen local en sus menús, en respuesta a esta tendencia.
- d) Énfasis en la personalización: Los clientes buscan cada vez más eventos y experiencias personalizadas y únicas. Las empresas de eventos y catering están incorporando la personalización en todos los aspectos del servicio, desde la decoración hasta los menús, adaptándose a los gustos y necesidades específicas de cada cliente.

Cuadro 2
Mercado Poblacional 2024

Distrito que conforma el mercado a atender	Personas al 2024
Distrito Iquitos	150,484

Fuente: elaboración propia (2024)

Cuadro 3
Mercado por zona de residencia 2024

	Población urbana (participación)
Distrito Iquitos (al 2025)	98.79%
TOTAL DE POBLACION	148663

Fuente: elaboración propia (2024)

Cuadro 4
Mercado por grupo de edades 2024

	25 a 39 años
Distrito Iquitos (%)	24.72%
Total de población por edades	36753

Fuente: elaboración propia (2024)

Cuadro 5
Mercado por socioeconómica 2024

Tipo de segmento	Participación
Segmento A/B ciudad Iquitos	4.5%
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%
Segmento E ciudad de Iquitos	66.0%
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2023)	100.0%

TOTAL DE MERCADO POR GRUPO DE EDADES Y POBLACION SOCIO ECONOMICO	36753
--	-------

Fuente: elaboración propia (2024)

Cuadro 6
Empresas en Loreto 2024

	2024	Porcentaje
En Loreto	1700	100%
Medianas empresas	170	10%
Pequeñas empresas	1530	90%

Fuente: elaboración propia (2024)

Cuadro 7
Eventos en el año 2024

	2024	Porcentaje
Eventos al año	100	100%
Interés en evento	70	70%
Demanda de eventos	30	30%

Fuente: elaboración propia (2024)

Cuadro 8
Tamaño de demanda en el año 2024

Total, de empresas en la ciudad de Iquitos	1,700
Interés en evento (70%)	1,190
Frecuencia de asistencia al año	12
Servicio del evento	14,280

Fuente: elaboración propia (2024)

2.3 Oferta competitiva

La oferta competitiva en Iquitos es mínima ya que son pocas las empresas formales que dan este tipo de servicios.

Puede estar fundamentada en la creatividad, la calidad gastronómica, el servicio excepcional, la innovación, la sostenibilidad, las relaciones estratégicas y la adaptabilidad a las necesidades del mercado.

La empresa se enfoca en destacar estos aspectos y comunicarlos de manera efectiva a los clientes potenciales, con esto ayuda a diferenciar a la empresa y a generar un valor añadido que la posicione favorablemente en un mercado competitivo.

La combinación de estos elementos es la clave para ofrecer una propuesta atractiva y diferenciada en el sector de eventos y catering en Iquitos.

Cuadro 9

Lista de empresas de eventos en Iquitos

Empresas	Por cantidad de estrellas
El Cauchero hotel	4,0
D´ Maysa salón de recepciones	4,5
El Dorado plaza y hotel	4,5
El Sombrero de Paja	5,0
Parthenon	4,0
Topazio	4,5
Hotel Samiria Jungle	4,5

Fuente: elaboración propia (2024)

Leyenda	Máximo de estrella: 5
---------	-----------------------

Fuente: elaboración propia (2024)

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

La empresa abarca una amplia gama de servicios que van desde la gastronomía y la planificación de eventos, pasando por la ambientación y decoración, hasta los servicios complementarios que contribuyen a la creación de experiencias memorables y exitosas para los clientes y sus invitados

2.4.2 El precio

Como empresa estamos en todo el derecho de brindar precios que serán de acuerdo a la necesidad o la magnitud del evento.

Aparte de ello nos enfocamos en 5 objetivos que nos permitirá alcanzar nuestra meta anual, pero más que eso se busca alcanzar una maximización de mercado; es por ello que nuestro objetivo de precios debe ser específico, alcanzable y conmensurables. Con estos tres puntos en mente, se puede plantear cualquiera de los 5 objetivos que señala Kotler para alcanzar el éxito a través de los precios que se asigne al producto o servicio; estos son:

- a) Supervivencia
- b) Maximización de los beneficios
- c) Maximización de la cuota de mercado
- d) Maximización desnatada del mercado
- e) Liderazgo en la calidad del producto

Lo que nosotros buscamos alcanzar teniendo en cuenta el precio será la maximización de mercado:

Cuadro 10
Lista de precios por servicio

Servicio	Descripción	Costo
GENERAL	• Local • Ceremonia. • Decoración. • Comida y Bebida. • Etc.	S/.2,000.00
PREMIUM	• Local • Ceremonia. • Decoración. • Comida y bebida. • Staff. • Camarógrafo. • Etc.	S/.4,000.00
PLATINUM	• Local • Ceremonia. • Decoración. • Comida y bebida. • Staff. • Camarógrafo. • Recordatorio. • Etc.	S/.8,000.00

Fuente: elaboración propia (2024)

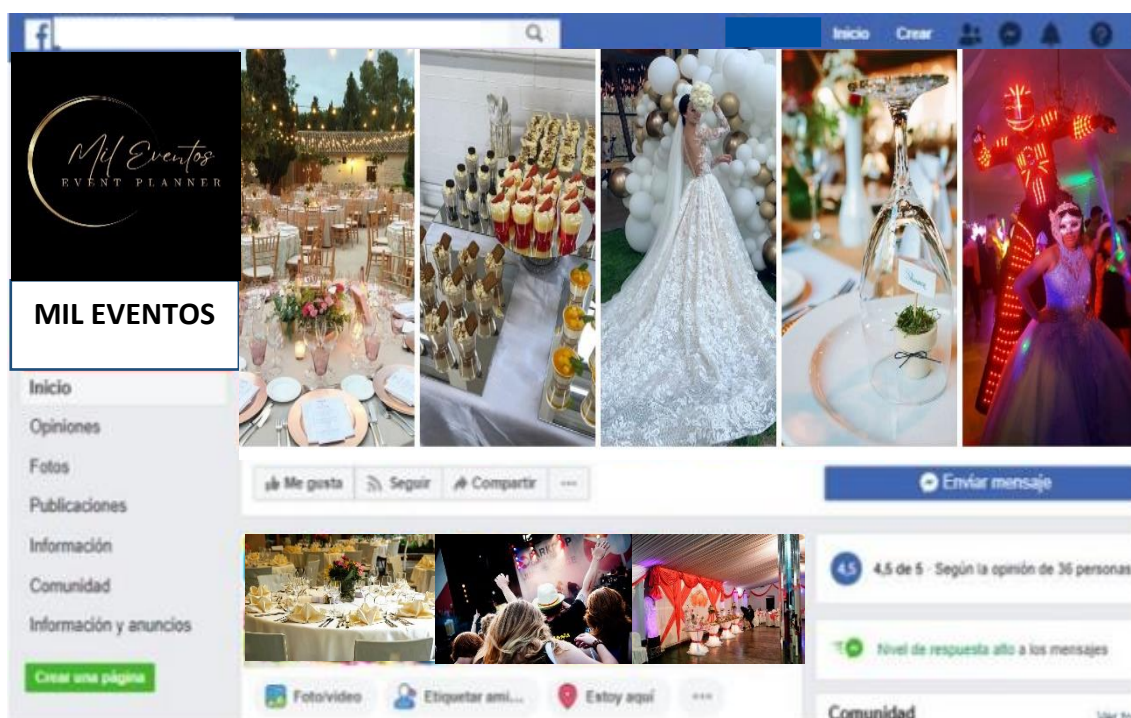
2.4.3 La promoción

La promoción de la empresa puede variar dependiendo de la estrategia de marketing que utilicemos.

Algunas de las promociones que se ofrece incluyen descuentos por reserva anticipada, servicios adicionales gratuitos, paquetes especiales para eventos con un número determinado de personas, promociones de temporada, o descuentos por referir a nuevos clientes. También estaremos participando en ferias, exposiciones o eventos de la industria, donde se ofrecerá degustaciones gratuitas de nuestro producto y servicio, se hará sorteos o concursos, o incluso se dará descuentos especiales para reservas realizadas durante el evento.

Además, se utilizará las redes sociales y el correo electrónico como herramientas de promoción, compartiendo fotografías de los eventos, testimonios de clientes satisfechos, promociones especiales, o invitaciones a eventos exclusivos para los seguidores.

Figura 4
Pagina de Facebook



Fuente: elaboración propia (2025)

Para llegar a personas que no utilizan redes sociales optaremos por un spot radial y televisor, haciendo promoción obsequiando polos y gorras con nuestro logo.

Figura 5
Polo y gorra de la empresa, 2025



2.4.4 La cadena de distribución

El servicio de catering incluye la preparación de los alimentos, su presentación en bandejas o platos individuales, el transporte de los alimentos al lugar del evento, y el servicio de los mismos durante el evento.

En el caso de eventos más complejos, se trabaja en colaboración con otras empresas o proveedores, como agencias de decoración, empresas de alquiler de mobiliario, servicios de sonido e iluminación, entre otros.

Finalmente, la cadena de distribución culmina con la entrega del servicio en el lugar del evento, donde el personal se encarga de servir los alimentos y garantizar que todo esté listo y se desarrolle según lo planeado. Una vez finalizado el evento, se hace el desmontaje, la recogida de los materiales utilizados y la limpieza del lugar.

En cuanto a la distribución del servicio de catering, se puede utilizar nuestro propio medio de transporte o contratar servicios de mensajería o logística para garantizar la entrega puntual de los alimentos. También es importante establecer una comunicación efectiva con el cliente para coordinar los detalles del evento y asegurarse de que se cumplan todas las especificaciones y necesidades del mismo.

Figura 6: Cadena de distribución



Fuente: elaboración propia (2025)

CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES

3.1 Fuente de aprovisionamiento

Se escogió la ciudad de Iquitos porque tiene una gran demanda en eventos, ya que la población siempre tiene un evento a realizar, y haciendo un cálculo, en este último año 2023, de un 100% de la población, se pudo observar que hubo un 60% que realizó eventos y al concluir el año con las promociones de instituciones que hay en diciembre se obtendrá a un 85% de eventos realizados en un año, de esa manera se va a contar con una sucursal en la ciudad para que la población pueda obtener asesoramiento de primera calidad.

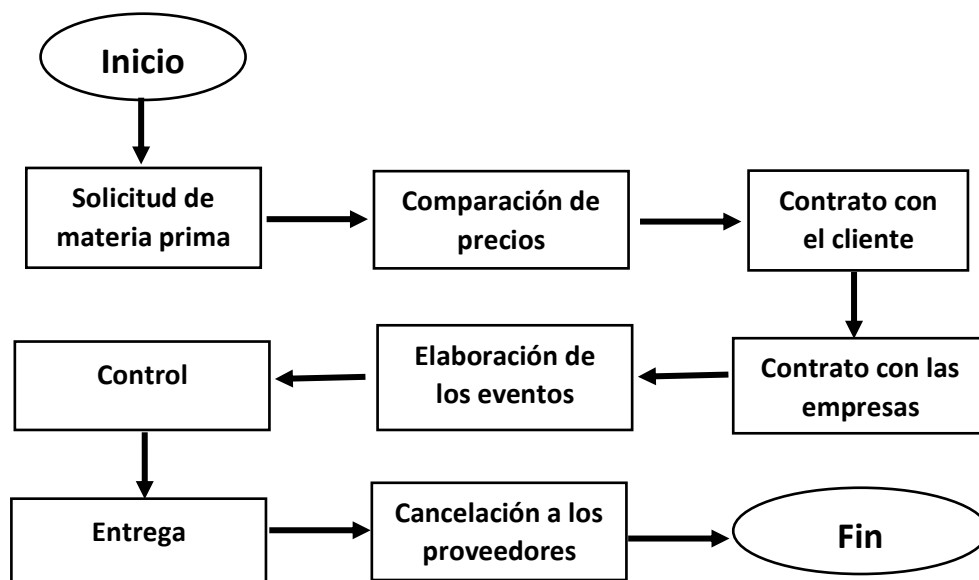
El aprovisionamiento de la empresa es satisfacer y dar una muy buena impresión a los clientes, por ello se desarrolló este plan de negocio, con el fin de buscar abarcar gran parte del mercado de Iquitos, brindando un excelente servicio de eventos y posicionarse como uno de las mejores empresas organizadoras de catering y eventos, asociándose con los mejores prestadores de servicios.

3.2 Proceso de operaciones comerciales

A continuación, mencionaremos nuestro proceso de aprovisionamiento para la empresa MIL EVENTOS, 2025

Figura 7

Procesos de operaciones comerciales



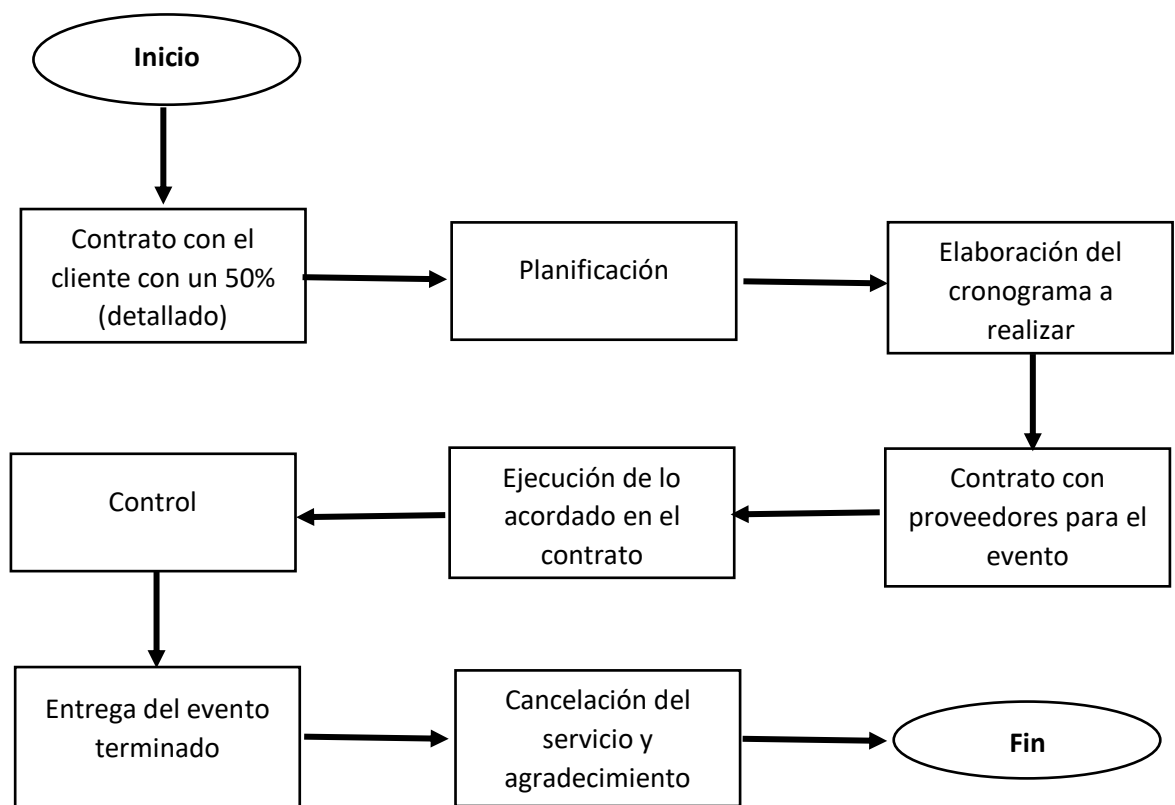
Fuente: elaboración propia (2025)

- a) Nuestro proceso de aprovisionamiento inicia con la solicitud de nuestra materia prima como: laptop, escritorio, tarjeta de presentación y hojas de contrato.
- b) Como segundo punto tenemos la comparación de precios en nuestros proveedores, para proceder a la selección y empezar a hacer contratos con nuestros clientes.
- c) El siguiente paso después del contrato con el cliente será la realización de contratos con nuestros proveedores de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.
- d) Luego seguiremos con la elaboración del evento pedido y al finalizar realizaremos un control para proceder a la entrega del servicio.
- e) Como último paso al ver que nuestros proveedores cumplieron con todo lo pedido procedemos a la cancelación de sus servicios al momento de realizar el evento pedido.

3.3 El proceso de producción

Figura 8

Procesos de producción



Fuente: elaboración propia (2025)

a) Contrato con el cliente (detallado):

En este primer paso que es el contrato, se tiene que ver con anticipación dependiendo la ocasión; teniendo en cuenta donde, cuando y cuál es el propósito y la temática del evento, teniendo en cuenta la cantidad de sus invitados. En este primer paso el cliente debe hacer la cancelación de un 50% del costo para poder tener un contrato más seguro.

b) Planificación:

Como siguiente paso tenemos la planificación, donde se pondrá en orden de acuerdo a fechas el proceso para la elaboración lo cual debe ser elaborado al día siguiente del contrató, ya que sin ese paso no se podrá llevar un buen control en el siguiente punto.

c) Elaboración del cronograma de producción:

Teniendo realizado lo anterior, se pone en ejecución este proceso, la cual nos permitirá distribuir los puntos a ver de acuerdo a las fechas establecidas en la planificación, ya que de esta manera se lleva un mejor control para la organización del evento.

d) Hacer contrato con los proveedores:

En este punto, teniendo un cronograma elaborado, ya se podrá definir con quienes trabajar y en qué momento contactarlos para empezar con los preparativos que se necesita ver con tiempo y de acuerdo al prepuesto del cliente.

e) Ejecución de lo acordado en el contrato:

Aquí es donde debemos ser muy cuidadosos y presionar a nuestros prestadores de servicios a cumplir con lo acordado en el contrato para que nuestros clientes estén satisfechos.

f) Control:

Como antepenúltimo pasó está el control, este paso es el más importante ya que sin este punto no se puede hacer entrega del evento, y se debe ser minucioso en cada área, porque en caso algo no se halla elaborado de manera correcta estamos en toda la obligación de arreglar ese trabajo antes de la entrega.

g) Entrega del evento:

Como penúltimo paso, se da la entrega del evento a la persona con la que se hizo el contrató, aquí el cliente suele ser muy minucioso, ya que al faltar cancelar la mitad del monto acordado será más detallista y tratara de buscar un error para solicitar un descuento por el servicio. Por esa razón es que nosotros se debe hacer un control antes que ellos.

h) Cancelación:

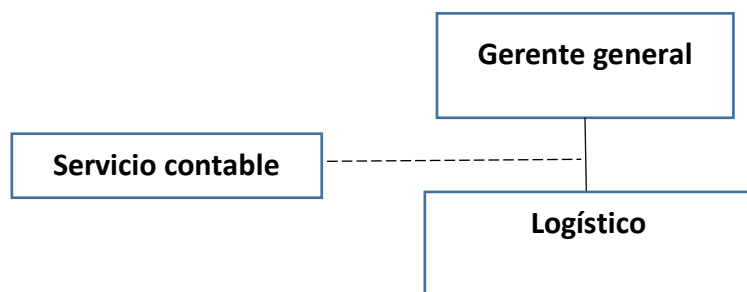
Para finalizar el proceso de organización, tenemos la cancelación del contrato y esto se debe al buen control y organización que como empresa se da y logra alegrar y satisfacer al cliente.

CAPÍTULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional

Figura 9

Estructura organizacional



Fuente: elaboración propia (2025)

4.2 Puestos y funciones

Puesto: Gerente general.

Perfil:

- a) Tener mínimo experiencia de 1 año en el puesto.
- b) No contar con antecedentes penales ni judiciales.
- c) Nivel de estudios: título en administración, gestión empresarial y mercadotecnia.
- d) Adaptabilidad al puesto; ya que tendrá a su cargo diferentes personas y debe desempeñarse como un buen jefe y motivador.
- e) Edad entre los 25 y 40 años de edad.

Función:

- a) El gerente se encargará de la supervisión de todos los aspectos que se incluye en la organización del evento pedido.
- b) Estará a cargo de la contratación, formación, asesoramiento y revisión de disciplina del personal del evento (proveedores)

Puesto: Logístico.

Perfil:

- a) Experiencia mínima en el puesto de 1 año.
- b) No contar con antecedentes penales ni judiciales.

- c) Contar con nivel de estudio técnico o egresado en carreras de negocios.
- d) Facilidad para resolver problemas.
- e) Agilidad y buena presentación.
- f) Capacidad creativa y responsable.
- g) Edad entre 25 a 40 años de edad.

Funciones:

- a) Encargado de la ejecución del evento.
- b) Coordinación y organización del evento.
- c) Revisar la lista de pendientes y programar eventos.
- d) Contactar proveedores necesarios para organizar el evento.
- e) Realizar informes de los eventos realizados cada trimestre.

Cuadro 11

Salarios

Personal	Remuneración mensual (soles)
Gerente	1,200
Logístico	1,025

4.3 Condiciones laborales

Modalidades de contrato:

- a) Contrato de trabajo sujeto a modalidad por necesidad del mercado: 03 meses.
- b) Contrato de trabajo sujeto a modalidad por servicio específico: 03 meses.
- c) Contrato de trabajo sujeto a modalidad ocasional: 01 mes.
- d) Contrato de trabajo en régimen de tiempo parcial.

Beneficios y obligaciones de los trabajadores:

- a) Capacitación, asensos y bonificaciones.
- b) Remuneración mínima vital.
- c) CTS.
- d) Gratificaciones por fiestas patrias y navidad.
- e) Descanso vacacional.
- f) Asignación familiar.
- g) Seguro de vida.

4.4 Régimen tributario

La Empresa se acogerá al régimen MYPE tributario, por lo siguiente:

Va a regir a la Ley N°28015 “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeñas empresas”, ya que tiene por objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo para incrementar el empleo sostenible, su productividad, su rentabilidad y por todos los beneficios que brinda tanto contables como tributarios y laborales.

Al regir nuestra empresa a esta ley estamos en la obligación de cumplir con la remuneración de S/.1,025.00 soles, horario de trabajo de 08 horas diarias, descanso semanal obligatorio, descanso en feriados, descansos vacacionales establecido en el artículo 10 del decreto legislativo 713, entre otros

CAPÍTULO V: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1 Estudio económico.

Tabla 1

Demanda del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (Servicio)	14,280		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	2%	1%
Demanda estimada (servicio)	14,280	14,566	14,711
Participación de mercado (decisión empresa)	5.00%	6.00%	7.00%
Demanda del proyecto (soles)	714	874	1,030

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 2

Ventas del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	714	874	1,030
Precio de servicio-decisión empresarial (soles)	8,000.00	8,000.00	8,400.00
Tendencia del precio en el mercado	0%	5%	8%
Precio de venta	S/.8,000.00	S/.8,400.00	S/.9,072.00
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.5,712,000	S/.7,341,062	S/.9,342,236

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 3
Gastos administrativos

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente – propietario	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,500	S/. 2,000
Logístico	1	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,025	S/. 1,025	S/. 1,025
Remuneraciones del personal	S/. 2,225	S/. 3,550	S/. 4,050
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 2,418	S/. 3,858	S/. 4,401
Servicios públicos	S/. 280	S/. 350	S/. 400
Útiles oficina	S/. 998	S/. 210	S/. 250
Servicio contable	S/. 100	S/. 200	S/. 400
Servicio Proveedores	S/. 11,080	S/. 11,400	S/. 11,900
Vestuarios	S/. 430	S/. 450	S/. 500
Total mensual	S/. 15,306	S/. 16,468	S/. 17,851
TOTAL ANUAL	S/.183,670	S/.197,612	S/.214,212

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 4
Gastos comerciales

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 515.00	S/. 520.00	S/. 550.00
Promociones	S/. 220.00	S/. 250.00	S/. 300.00
Otros	S/. 4,320.00	S/. 4,400.00	S/. 4,600.00
Total mensual	S/. 5,055.00	S/. 5,170.00	S/. 5,450.00
TOTAL ANUAL	S/.60,660.00	S/.62,040.00	S/.65,400.00

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 5
Gastos pre operativos

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 2,500.00	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/. 3,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 6
Inversión en activos

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Equipos	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 400
Vehículos	S/. 6,000	2	S/. 12,000	5	S/. 2,400
Muebles	S/. 1,500	3	S/. 4,500	5	S/. 900
Total			S/. 18,500		S/. 3,700

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 7
Depreciación y amortización

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/. 18,500	-S/. 3,700	-S/. 3,700	-S/. 3,700	S/. 7,400
Amortización activo intangible	S/. 3,000	-S/. 600	-S/. 600	-S/. 600	S/. 1,200
Total	S/. 21,500	-S/. 4,300	-S/. 4,300	-S/. 4,300	S/. 8,600

Fuente: elaboración propia (2024)

5.2 Estudio Financiero.

Tabla 8

Programa de endeudamiento

Deuda a tomar	S/. 10,000		DECISIÓN	
34.49%	Anual	2.5%	Mensual	ENTORNO
		37	Meses	DECISIÓN
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	10,000	250	270	520
2	9,730	243	270	514
3	9,459	236	270	507
4	9,189	230	270	500
5	8,919	223	270	493
6	8,649	216	270	486
7	8,378	209	270	480
8	8,108	203	270	473
9	7,838	196	270	466
10	7,568	189	270	459
11	7,297	182	270	453
12	7,027	176	270	446
		2,554	3,243	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	6,757	169	270	439
14	6,486	162	270	432
15	6,216	155	270	426
16	5,946	149	270	419
17	5,676	142	270	412
18	5,405	135	270	405
19	5,135	128	270	399
20	4,865	122	270	392
21	4,595	115	270	385
22	4,324	108	270	378
23	4,054	101	270	372
24	3,784	95	270	365
		1,581	3,243	

N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	3,514	88	270	358
26	3,243	81	270	351
27	2,973	74	270	345
28	2,703	68	270	338
29	2,432	61	270	331
30	2,162	54	270	324
31	1,892	47	270	318
32	1,622	41	270	311
33	1,351	34	270	304
34	1,081	27	270	297
35	811	20	270	291
36	541	14	270	284
		608	3,243	
37	270			

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 9
Capital de trabajo

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	3.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.171,360	-S/.16,291	-S/.20,012	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.111,067	-S/.31,676	-S/.38,912	
Inventario					
Número de días		45	45	45	
Monto		S/.0	S/.0	S/.0	
Cuentas x pagar					
Número de días		15	15	15	
Monto		S/.0	S/.0	S/.0	
TOTAL	-S/.171,360	-S/.127,357	-S/.51,688	-S/.38,912	S/.389,317

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 10
Cálculo de la tributación

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN				
		Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)		8%	8%	8%
Impuesto a la renta (más de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (TAX)		35.14%	35.14%	35.14%
Para efectos de pago a SUNAT Régimen MYPE				
Participación utilidades (menos de 20 trabajadores)		0.00%	0.00%	0.00%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)		10%	10%	10%
Impuesto a la renta (más de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2020	Cantidad	Importe	
Unidad Impositiva Tributaria	4,300	15	64,500	

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 11
Estado de situación financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Balance				
Activo corriente	S/171,360	S/3,714,302	S/8,304,547	S/14,180,438
Caja Bancos	S/171,360	S/3,603,235	S/8,161,804	S/13,998,784
Cuentas por cobrar		S/111,067	S/142,743	S/181,655
Inventarios		S/0	S/0	S/0
Activo no corriente	S/21,500	S/17,200	S/12,900	S/8,600
TOTAL	S/192,860	S/3,731,502	S/8,317,447	S/14,189,038
Pasivo corriente		S/0	S/0	S/0
Pasivo No Corriente	S/10,000	S/6,757	S/3,514	S/270
TOTAL PASIVO	S/10,000	S/6,757	S/3,514	S/270
Patrimonio				
Capital	S/182,860	S/182,860	S/182,860	S/182,860
Utilidades retenidas		S/0	S/3,849,875	S/8,838,123
Resultado del ejercicio		S/3,849,875	S/4,988,248	S/6,385,690
TOTAL PATRIMONIO	S/182,860	S/4,032,735	S/9,020,983	S/15,406,673
TOTAL	S/192,860	S/4,039,492	S/9,024,497	S/15,406,943

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 12

Estado de resultado

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.5,712,000	S/.7,341,062	S/.9,342,236
Costo ventas	S/.0	S/.0	S/.0
Margen Bruto	S/.5,712,000	S/.7,341,062	S/.9,342,236
Gastos administrativos	-S/.183,670	-S/.197,612	-S/.214,212
Depreciación	-S/.4,300	-S/.4,300	-S/.4,300
Gastos comerciales	-S/.60,660	-S/.62,040	-S/.65,400
Margen operativo	S/.5,463,370	S/.7,077,110	S/.9,058,324
Pago tributos	(1,919,828)	(2,486,897)	(3,183,095)

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 13

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.5,712,000	S/.7,341,062	S/.9,342,236	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.21,500				S/.8,600
Capital de trabajo	-S/.171,360	-S/.127,357	-S/.51,688	-S/.38,912	S/.389,317
Compras		S/.0	S/.0	S/.0	
Gastos administrativos		-S/.183,670	-S/.197,612	-S/.214,212	
Gastos comerciales		-S/.60,660	-S/.62,040	-S/.65,400	
Pago impuestos		-1,919,828	-2,486,897	-3,183,095	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.192,860	S/.3,420,484	S/.4,542,826	S/.5,840,617	S/.397,917
Préstamo recibido	S/.10,000				-S/.270
Amortización		-S/.3,243	-S/.3,243	-S/.3,243	
Gastos financieros		-S/.2,554	-S/.1,581	-S/.608	
Escudo fiscal		S/.897	S/.556	S/.214	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.182,860	S/.3,415,585	S/.4,538,557	S/.5,836,980	S/.397,647
FCE	-S/.192,860	S/.3,420,484	S/.4,542,826	S/.6,238,534	
FCF	-S/.182,860	S/.3,415,585	S/.4,538,557	S/.6,234,626	

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 14
Rentabilidad del negocio

VAN Económico	S/.11,136,017
Tasa de descuento (CAPM)	11.01%
TIR Económica	1806%
Índice B/C	58.74

Fuente: elaboración propia (2024)

VAN Financiero	11,008,426
Tasa de descuento (WACC)	11.60%
TIR Financiero	1900%
Índice B/C	61.20

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 15
Rentabilidad operativa de la inversión (ROI)

	Año 1	Año 2	Año 3
Rentabilidad Operativa de la Inversión (ROI)	28.3282	1.8966	1.0891
Estructura del capital (Relación D/E)	0.0547	0.0017	0.0004
Costo del pasivo (interes pagado/deuda)	0.2554	0.2340	0.1731
ROE (usando formula)	2986.34%	189.94%	108.94%

CONCLUSIONES

- a) El plan de negocio en sector de los eventos y el catering tiene una demanda constante tanto en celebraciones privadas (bodas, cumpleaños) como en eventos corporativos.
- b) El plan de negocio de la empresa tiene potencial para expandirse a medida que crece la reputación y se incrementan las oportunidades de colaboración con otras empresas del sector (floristas, fotógrafos, lugares para eventos, etc.).
- c) El plan de negocio puede generar ingresos recurrentes con contratos a largo plazo para eventos periódicos, además de la venta de servicios adicionales como decoración, música, y alquiler de equipos.
- d) La competencia en el mercado es alta, por lo que será crucial contar con una estrategia de marketing eficaz, una excelente red de proveedores y una gestión eficiente de los recursos y el personal.

BIBLIOGRAFÍA

Apolinario Eventos y Catering (2004): Proveedor de servicios de la más alta calidad y atención personalizada en toda clase de producciones y eventos sociales (2004). Obtenido en:

<https://apolinarioeventos.com/nosotros/>

Compuempresa (2008): Indicador de número de Empresas registradas en Loreto (2024). Obtenido en:

<https://compuempresa.com/empresas/localidad/160108/loreto-maynas/>

Evaristo Catering y Eventos (2022): Servicios de Catering y Eventos en General (2022). Obtenido de:

<https://evaristocatering.pe/servicios-para-eventos-sociales/>

Instituto Nacional de Estadísticas e Informática- INEI (2021). Clasificación Industrial Internacional Uniforme, enero (2010). Obtenido de:

[file:///C:/Users/user/Downloads/CLASIFICACION%20INDUSTRIAL% 20INTERNACIONAL.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/CLASIFICACION%20INDUSTRIAL%20INTERNACIONAL.pdf)

Zolimar Catering y Eventos (2020): Servicios de soluciones rápidas y positivas para eventos (2004). Obtenido de:

<https://zolimareventos.com.pe/quienes-somos/>