



UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

**“PROYECTO DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTACION DE UNA
EMPRESA DE CELEBRACIONES DE FIESTAS EN GENERAL
“DISFRUTA Y CELEBRA” EN LA CIUDAD DE ICA”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR

Bach. DONGO HUAMAN, OSMAR LEONARDO
<https://orcid.org/0000-0002-4447-1360>

ASESOR

Dr. CASTILLO PALACIOS FREDDY WILLIAM
<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>

LIMA – PERÚ
2022

DEDICATORIA

A mi familia porque son mi motivación para
seguir creciendo profesionalmente.

A la memoria de mi madre quien ahora goza
del descanso eterno al lado de Dios Nuestro
Padre Celestial y que me enseñó a ser fuerte
y con sus consejos seguir saliendo adelante
para poder crecer como persona y
profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi guía por el buen camino y darme una familia amorosa. A mi asesor, que gracias a su conocimiento y ayuda pude concluir con éxito una de mis grandes metas. Para finalizar a mis padres, mi esposa, mi hija y hermana, quienes han creído en mí brindándome su apoyo incondicional de superación, sacrificio y humildad.

INDICE GENERAL

CARATULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
INDICE GENERAL.....	iv
INDICE DE TABLAS.....	vii
INDICE DE GRAFICOS.....	ix
RESUMEN.....	x
INTRODUCCION.....	vii
CAPITULO I.....	14
1. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO.....	14
1.1. FORMULACION DE IDEA DE NEGOCIO	14
1.2. DESCRIPCION DE LA EMPRESA	17

1.3. PERFIL DE LA EMPRESA	19
1.4. MISIÒN	20
1.5. VISIÒN	20
1.6. VALORES	21
1.7. EL PRODUCTO	22
1.8. MATRIZ FODA	23
1.9. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES.....	26
1.10 MODELO CANVAS.....	26
CAPITULO II.....	28
2. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	28
2.1 Análisis del microentorno.....	28
2.2 Análisis del macroentorno.....	31
CAPITULO III.....	37
3. ESTUDIO DEMERCADO.....	37
3.1 Oferta.....	37
3.2 Demanda.....	41
CAPITULO IV.....	45
4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	45
4.1 Mercado.....	45
4.2 Marketing Mix.....	46
CAPITULO V.....	50
5. PLAN TÉCNICO.....	50
5.1 Localización de la empresa.....	50
5.2 Tamaño del negocio	53
5.3 Necesidades.....	54

5.4 Costos.....	56
5.5 Proceso de producción u operación.....	58
5.6 Certificaciones necesarias.....	60
5.7 Impacto en el medio ambiente.....	61
CAPITULO VI.....	63
6. PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	63
6.1 Inversiones.....	63
6.2 Ingresos y egresos.....	66
6.3 Deuda.....	69
6.4 Flujo de caja.....	69
6.5 Evaluación económica y financiera.....	70
6.6 Estados financieros proyectados.....	72
CAPITULO VII.....	79
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	79
7.1 Conclusiones.....	79
7.2 Recomendaciones.....	80
7.3 Bibliografía.....	81
7.4 Anexos.....	86

INDICE DE TABLAS

• Tabla N° 01: Matriz Foda.....	24
• Tabla N° 02: Matriz Foda Cruzada	25
• Tabla N° 03: Modelo Canvas	27
• Tabla N° 04: Matriz de Macro localización.....	51
• Tabla N° 05: Matriz Micro localización.....	52
• Tabla N° 06 Maquinaria y Equipos.....	55
• Tabla N° 07 Maquinaria y Equipos.....	56
• Tabla N° 08 Inversión Intangible.....	56
• Tabla N° 09 Materiales.....	57
• Tabla N° 10 Gastos Administrativos.....	57
• Tabla N° 11 Gastos de ventas.....	58
• Tabla N° 12 Mano de obra.....	58

- Tabla N° 13 Activos tangibles.....64
- Tabla N° 14 Activos Intangibles.....65
- Tabla N° 15 Inversión Tangible.....65
- Tabla N° 16 Proyección de ventas anuales representado en soles.....66
- Tabla N° 17 Proyección de costos de producción anual.....67
- Tabla N° 18 Utilidad bruta anual.....67
- Tabla N° 19 Gastos fijos.....68
- Tabla N° 20 Flujo de caja.....69
- Tabla N° 21 Balance General Inicial.....71
- Tabla N° 22 Estados Financieros.....73
- Tabla N° 23 Ratios Financieros.....74
- Tabla N° 24 Elaboración del Van y el Tir mediante fórmulas.....78

INDICE DE GRAFICOS

Figura 1. Descripción de la Segmentación de Mercado.....	16
Figura 2. Logo de la empresa.....	19
Figura 3. Imágenes de decoraciones.....	22
Figura 4. Imágenes de decoraciones.....	23
Figura 5. Logo de la empresa – competidora.....	39
Figura 6. Logo de la empresa – competidora.....	40
Figura 7. Página de la empresa en Facebook.....	49
Figura 8. Localización digital página web.....	53
Figura 9. Tamaño del negocio.....	54
Figura 10. Equipos.....	54
Figura 11. Flujograma del proceso de ventas.....	59

RESUMEN

El presente plan de negocios tiene como finalidad brindar el servicio de celebraciones para fiestas de todo tipo para nuestros clientes, según las técnicas utilizadas hemos llegado a identificar que un gran porcentaje de la población sufre la insatisfacción con el resultado final de la decoración de fiestas infantiles y de todo tipo, ya que brindan referencias de fotos o indican como desean la decoración y sin embargo no obtienen lo pactado, muchas veces aceptando el resultado final por falta de tiempo. Es por eso que se proyecta la creación de **“DISFRUTA Y CELEBRA”**, una empresa dedicada a la decoración de fiestas temáticas de todo tipo y estará ubicada en la av. San Martín 134 en la ciudad de Ica, la empresa estará apta por completo a las necesidades y exigencias del clientes seremos especialistas en el servicio a brindar ; es por ello que la empresa ha realizado un plan de marketing las cuales están enfocados en la creación de nuestra página web, redes sociales como instagram, facebook entre otros, esto ayudara a expandir la marca y servicios para que desde la comodidad de tu hogar de tu empresa puedas solicitar tu decoración y revisar cada detalle de ella,

como el mobiliario, accesorios y la temática, también puedes contactarnos vía WhatsApp si aún no tienes nada claro en mente la empresa te ayudara a plasmarlo y así crear una fiesta única e inolvidable. En la página web, se realiza publicidad tendremos constantes eventos, en los cuales los potenciales clientes podrán registrarse y obtener las ofertas creadas para ellos, con esto vamos a crear una base de datos de los clientes registrados para poder hacerle una invitación un mes antes de su cumpleaños para que puedan solicitar nuestros servicios de decoración. Disfruta y Celebra va a satisfacer las necesidades del mercado en cuanto a decoración y apoyo en los diseños hacia el público objetivo, el mismo que se encuentra deseoso de contar con empresas dedicadas a este giro, después de realizar el estudio y análisis económico, financiero y su FODA se podrá determinar que nuestro proyecto denominado “**DISFRUTA Y CELEBRA**”, podrá en el futuro consolidarse.

INTRODUCCION

En la sociedad actual y la tendencia de celebración en casa, hemos podido notar la creciente importancia que le brindamos a las celebraciones, puesto que el hecho de haber sobrevivido a una pandemia ha sido motivo de celebración para muchos, y en estas situaciones nos encontramos con muchas problemáticas, como la torta, los bocaditos, la decoración, los recuerdos, las flores, etc., por lo que hemos decidió tomar una de ellas que ha generado mayor realce o importancia por el nivel de insatisfacción que presenta el mercado actual. La empresa ha podido investigar que el mundo de la decoración de fiestas y eventos ha crecido a gran escala, sin embargo, esto ha generado que la mayoría de los clientes al momento de tomar una decisión para llevar a cabo dicha celebración se tope con la problemática más recurrente en todos los

casos; que no se cumpla con sus expectativas al 100%. Esto puede deberse a que, muchas veces se toma como referencia las tendencias en decoraciones infantiles del extranjero y de otros países, y cuando optan por un proveedor este realiza el trabajo acorde al mobiliario y accesorios que tiene disponible y no a lo que el cliente espera, originando así una desconfianza e inseguridad al momento de elegir a la empresa con la que quieren trabajar, generando malestar y malos ratos a los clientes; por tal motivo creemos que es importante satisfacer este tipo de necesidades a las personas que quieren celebrar y crear recuerdos llenos de ilusión. La empresa ha llegado a la conclusión que a lo que nosotros creíamos que era un lujo, el de contratar a un tercero especializado en decoración de fiestas infantiles y eventos de todo tipo, muy pronto se convertirá en una necesidad y una gran tendencia por el alto índice de personas y madres trabajadoras que desean regalarles una fiesta de cumpleaños, o alguna otra celebración a sus hijos o familiares, pero no tienen tiempo de organizarlas, y lo puede hacer desde la comodidad de su hogar con nuestra empresa y asesoría en línea. Para este tipo de negocio principalmente se implementará el servicio en línea donde se podrá interactuar con el cliente dando las mejores recomendaciones y escuchando sus ideas ya que de esa manera se buscará la confianza y satisfacción del cliente y dándoles las comodidades de que puedes buscar la planificación de su evento desde cualquier lugar; y esto permite tener fácil accesibilidad.

CAPITULO I

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

1.1. Formulación De idea del Negocio

Para la creación de una empresa debemos considerar las necesidades que presenta el mercado competitivo y que se dedique a realizar todo tipo de eventos como cumpleaños, fiestas corporativas entre otros con decoraciones temáticas y catering; ofrecer un show para amenizar la reunión y darles a los clientes una atención de primera para lograr satisfacer sus necesidades y peticiones de acuerdo a lo pactado.

Queremos que la empresa “ Disfruta y Celebra ” sea una opción diferente al momento de elegirnos por ello nuestro valor agregado que estaremos brindando es de dar una atención personalizada, brindando promociones por paquetes y variedad

de servicios de primera y por medio de nuestras distintas plataformas virtuales que hemos realizado para dar a conocer nuestro servicio y así poder llegar a todo el público en general y darles facilidades de contactabilidad y de esa manera lograr transmitir las experiencias y emociones que se brindaran en la presentación de cada servicio.

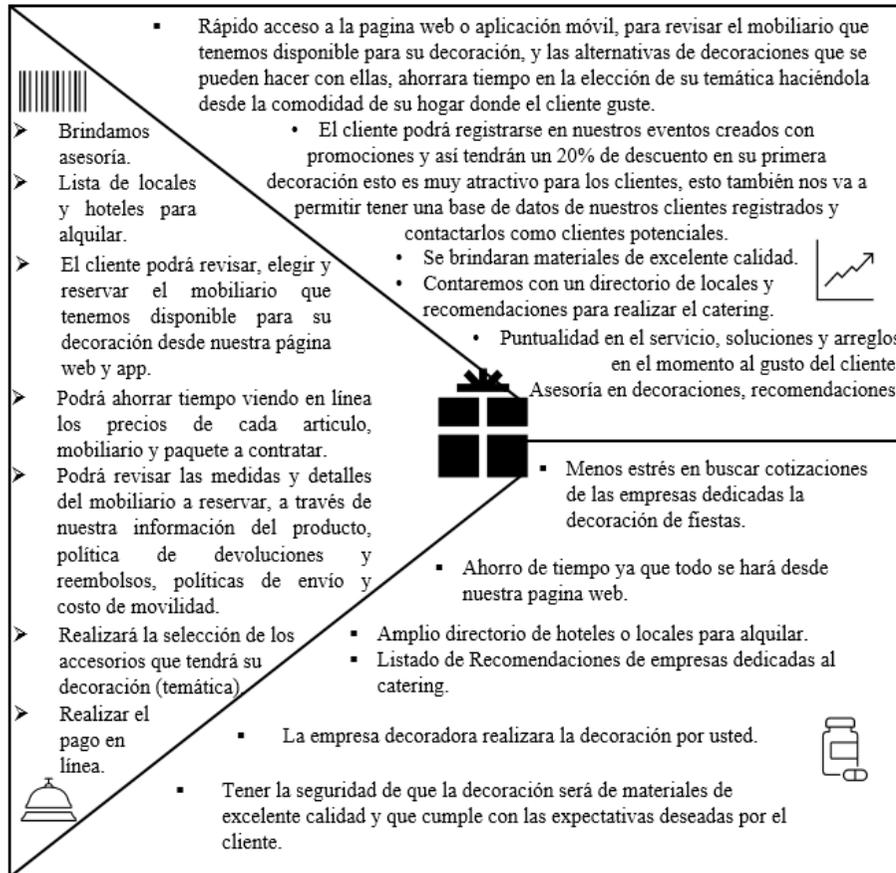
Las empresas cuando se establecen, muchas de ellas se enfocan como objetivo principal el éxito y crecimiento de esta, pero para poder lograrlo se debe tener bien definido el modelo de negocio a seguir y tener clara la propuesta de valor que le van a ofrecer a los clientes, en el cual las variables que se manejan en este modelo dependerán mucho del sistema de las empresas a las cuales podrán ser aplicadas.

Es por ello que la empresa ha detallado el mapa de valor y el perfil de cliente en el lienzo de la propuesta de valor.

Figura 1

Descripción de la Segmentación de Mercado

Mapa de Valor



Nota. Elaboración propia

Perfil del Cliente



El Mapa de empatía describe sobre como una empresa y organización se crea, entrega y captura el valor. Los lienzos de modelo de negocio son historias básicamente que explican cómo trabajarán las empresas, indicando principalmente quienes son nuestros clientes, quienes son nuestros socios claves, cuál será la relación con nuestro cliente, la propuesta de valor, actividades claves a seguir para llegar al desarrollo óptimo de la empresa, cuáles son los recursos claves, los canales, estructura de costos y fuentes de ingresos; con este lienzo podemos ver como las piezas de cada el negocio se ajustan y encajan como un engranaje, con la finalidad de darle consistencia a la empresa, tanto en las bases como para que pueda enfrentar la actividad del mercado y el entorno.

1.2. Descripción De La Empresa

Para este prototipo de negocio principalmente la empresa se dedicara a brindar servicio de celebraciones de fiestas de todo tipo se implementara un marketing mediante la creación de las redres sociales y visitas a nuestras redes sociales como el Facebook e Instagram donde podrán hacer consultas, ver fotos de nuestras decoraciones, tendencias en decoración, recomendaciones en temáticas, entre otros y de esa manera los clientes se puedan comunicar y puedan interactuar en resolver sus inquietudes sobre su evento que desean realizar y tener la comodidad de realizar la planificación de su evento mientras están en la oficina, el gimnasio, en una sala de aeropuerto, almorzando en un restaurante, etc. La empresa tomo la decisión de hacer uso de estas redes sociales porque tiene más alcance al segmento que hemos seleccionado; personas hombres y mujeres de 18 a 55 años.

Disfruta y Celebra realizará brindara eventos para celebraciones de fiestas infantiles, cumpleaños, eventos corporativos y de todo tipo para ese evento tan especial, en la ciudad de Ica y nos adaptamos por completo a las necesidades y exigencias del cliente; especializados en la decoración y en el servicio en general, cuidamos todos los detalles de este gran día, creando ambientes únicos para que este momento resulte el más especial de nuestros recuerdos y haciendo pasar un momento de fiesta a las personas agasajadas e invitados.

En la página web y redes sociales de la empresa tendrá constantes eventos, en los cuales los potenciales clientes podrán registrarse y obtener las ofertas creadas para ellos, con esto vamos a realizar una lista de clientes potenciales para poder hacerle una invitación un mes antes de su cumpleaños para que puedan solicitar nuestros servicios de decoración.

Los clientes podrán visualizar los eventos realizados por la empresa y ver la calidad de los acabados, mobiliario y artículos para alquilar, el cliente podrá seleccionar la mejor a su gusto y podrá hacer la reserva poniéndose en contacto con la empresa para coordinar, ultimar detalles y se ofrecerá asesoramiento personalizado en línea vía WhatsApp a nuestros clientes, brindando un trabajo de calidad en los servicios brindados.

Disfruta y Celebra no es sólo decoración y alquiler, es una empresa creativa que te ayuda a mantener todos los aspectos del evento en armonía y coherencia.

El prototipo de la empresa es de alta fidelidad ya que permite navegar en él y ver varios detalles de la funcionalidad, como la selección de producto, ver nuestras decoraciones, planillas de diseño, políticas entre otros.

Figura 2

Logo de la empresa



Nota. Elaboración Propia. (<https://sites.google.com/view/disfrutaycelebra/inicio>)

1.3. PERFIL DE LA EMPRESA

La empresa “ Celebra y Disfruta ” será una Empresa de Responsabilidad Limitada (EIRL) se busca iniciar esta empresa individualmente y sin socios, es un tipo de organización en el que cualquier persona natural puede adquirir personalidad jurídica la razón de una EIRL es siempre comercial y cuenta con un patrimonio propio, distinto al del titular y se ubicara en la categoría empresarial de Microempresa y contara entre 1 a 10 trabajadores como máximo sus ventas anuales será de hasta el monto máximo de 150 UIT (unidades impositivas tributarias). Este tipo de negocio ya existe en el mercado de Ica pero solo se dedican a la decoración, y lo que nuestra empresa se va a diferenciar del resto es que la empresa va a tener el tiempo de

organizar, planificar y elegir los detalles de su fiesta soñada desde la comodidad de su hogar, teniendo en cuenta que es una ventaja diferencial ante la competencia; permitiendo elegir el mobiliario y los artículos de decoración; desde los colores, tipos y diseños de globos hasta el mobiliario que tenemos disponibles como, sillones, cómodas y fondos decorativos, revisando en nuestra plantilla final como quedaría la decoración.

Según la investigación que la empresa pudo realizar tenemos varios puntos a considerar, que nos ayudan a resolver y darle solución a la insatisfacción de la decoración de fiestas infantiles y temáticas de todo tipo, como en el área de marketing, los pasos a seguir para guiarnos y llegar a la satisfacción total del cliente como definir el tipo o el tema de la fiesta, elaborar el presupuesto, establecer las metas, comparar los precios del mercado disponible, utilizar la tecnología y la creatividad, para así poder brindar una experiencia única al cliente.

1.4. Misión

Ser la empresa que brinde todo tipo de fiestas con creatividad y ofrecer variedades de servicio de calidad acorde a sus necesidades y que pueda cubrir todas sus expectativas.

1.5. Visión

Convertirnos en la primera opción y posicionarnos como una de las pioneras en el mercado de la zona de Ica logrando satisfacer y ocasionar impacto a los usuarios en un plazo de 4 años.

1.6. Valores

La empresa “Disfruta y Celebra” tiene como proyección de acuerdo a sus bases con los siguientes valores:

- **Puntualidad:** cumplir con las horas pactadas con nuestros clientes. La empresa demostrará el compromiso que se tiene de principio a fin.
- **Excelencia:** La calidad se llevará al máximo para demostrar la excelencia. Si nos exigimos lo mejor, podremos dar lo mejor. Y que nuestros clientes vean que les ofrecemos algo excelente les impulsará a quedarse con nosotros.
- **Escucha:** La escucha es un valor empresarial que nuestra empresa pondrá en marcha para poder interactuar con nuestros clientes y que ellos se puedan sentir a gusto con la interacción que se tendrá de cliente a empresa y se brindara una atención personalizada.
- **Honestidad:** Este valor empresarial es importante, ya que siempre se debe ser sinceros con nuestros usuarios, con nosotros mismos y con el equipo de trabajo para que nazca desde casa los principios éticos y así buscar mejoras.
- **Creatividad:** será uno de los valores que se debe reflejar a los usuarios para poder diferenciarnos de la competencia y demostrar originalidad. Por ello **la empresa “Disfruta y Celebra” buscara generar un sello diferencial.**

1.7. El Producto

Entre los servicios que brindará la empresa “Disfruta y Celebra” se encuentran los siguientes:

- Paquetes por celebraciones
- Servicio de catering (aperitivos, buffet, entre otros)
- Decoraciones temáticas
- Eventos corporativos

Figura 3

Imágenes de decoraciones



Nota. Imágenes proporcionadas por página de google

Figura 4

Imágenes de decoraciones



Nota. Imágenes proporcionadas por página de google

1.8. Matriz Foda

A continuación, se hace un análisis de la matriz FODA. Con ellas se podrán elaborar estrategias que maximicen nuestras fortalezas aprovechando las oportunidades que encontramos en el mercado disminuyendo nuestras debilidades contrarrestando las amenazas que encontramos en el mercado.

Tabla 01

MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Conocimiento del negocio	O1. Crecimiento del público objetivo
F2. Plataformas virtuales	O2. Tendencia creciente por la demanda de festividades
F3. Buena organización de eventos y subidas en las redes sociales	O3. Exposición masiva de los productos y servicios en la plataforma virtual.
F4. Variedad de opciones en decoraciones	O4. Expansión de nuestro servicio en otras localidades
F5. Asesoría en Línea	O5. Padres y madres que desean celebrar todo tipo de fiestas
F6. Variedad de Accesorios	O6. Incremento del poder adquisitivo del consumidor peruano
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Empresa nueva en el mercado	A1. Alta competencia por otras empresas ya existentes en el giro del negocio
D2. Falta de proveedores	A2. Alza de los precios en los accesorios
D3. Falta de personal especializado en decoraciones temáticas	A3. Ingreso de nuevos competidores
D4. Falta de accesorios para la cobertura de decoraciones	A4. Inestabilidad económica y política

Nota. Elaboración propia

Tabla 2

FODA CRUZADA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p style="text-align: center;">FOZA CRUZADO</p> 	<p>F1. Conocimiento del negocio F2. Plataformas virtuales F3. Buena organización de eventos y subidas en las redes sociales F4. Variedad de opciones en decoraciones F5. Asesorio en línea F6. Variedad de Accesorios</p>	<p>D1. Empresa nueva en el mercado D2. Falta de proveedores D3. Falta de personal especializado en decoraciones tematicas D4. Falta de accesorios para la cobertura de decoraciones</p>
OPORTUNIDADES	1 Estrategias FO	2 Estrategia DO
<p>O1. Crecimiento del publico objetivo O2. Tendencia creciente por la demanda de festividades O3. Exposición masiva de los productos y servicios en la plataforma virtual. O4. Expansion de nuestro servicio en otras localidades O5. Padres y madres que desean celebrar todo tipo de fiestas O6. Incremento del poder adquisitivo del consumidor peruano</p>	<p>FO1: F1+F2+F5+O1+O5+O3 * Conocer nuestro negocio nos permitira brindar servicios de primera impulsando nuestros eventos y brindar promociones mediante nuestras rederes soliciales para poder llegar a nuestro publico objetivo * brindar asesoria personalizada y brindando un trato ameno para darles a nuestros clientes la importancia de realizar sus eventos con un servicio de calidad.</p> <p>FO2: F4+F6+O2+O4+O6 * Brindaremos variedad y diversificacion de accesorios de primera para los servicios que prestaremos para las festividades y que nustrs clientes cuenten con decoraciones a la banguardia y de primera calidad * Mediante nuestras paltformas virtuales podremos expandir nuestros servicios a nuevos lugares en la ciudad de ica para abarcar nuevos nichos de mercado potenciales</p>	<p>DO1 : D1+D2+O2+O1 * Realizar alianzas con nuevos proveedores para contara con stock en accesorios para brindar un servicio de primera y poder comopetir con otras empresas en el mercado * Abarcar nuevos nichos de mercado nos va a permitir que nuestra empresa se pueda consolidar mejor en el mercado competitivo</p> <p>DO2 : D3+D4+O3 * Realizaremos capacitaciones constantes para que nuestro personal este preparado para brindar servicios de calidad * Subiremos a nuestras plataformas todos los evnetos que brindaremos para poder marketiar nuestros servicios de festividades y asi poder llegar a nuestro publico objetivo</p>
AMENAZAS	3 Estrategias FA	4 ESTRATEGIAS DA
<p>A1. Alta competencia por otras empresas ya existentes en el giro del negocio A2. Alza de los precios en los accesorios A3. Nuevos competidores A4. Inestabilidad economica y politica</p>	<p>FA 1 : F2+F3+A1+A3 * Buscaremos alianzas con colegios empresas para poder contar con clientes ya fijos y asi poder coberturar el mercado competitivo * Analizaremos sobre las tendencias de nuestros clientes y una investigacion continua de la demanda para adelantanos a nuestros competidores principles</p> <p>FA 2 : F5+F1+A2 * Realizaremos asesorias gratuitas paara poder ganar la confianza de nuestros clientes y asi poder ganar mas espacio en el mercado de festividades frente a nuestros competidores * Innovaremos nuevas formas de accerosio tematicos para combatir el alza de precios por ellos y con el conocimiento profunso de nuestro negocio podremos realizar nuevos formatos de festividades para impulsar nuestros servicio</p>	<p>DA 1 : D1+D2+A3 * Impulsaremos nuestra marca por todas nestras redes sociales para que asi nuestra empresa pueda ser mas conocida y competitiva para lograr posicioarnos en el mercado de Ica</p> <p>* Buscaremos alianzas con nuevos proveedores para lograr coberturar todos nuestros servicios al 100 % y de calidad</p> <p>DA 2 : D4+A2 * Impulsaremos nuevos formatos de accesorios con reciclaje y que esten a la banguardia para poder coberturar nuestros accesorios con la finalidad de brindar un servicio de calidad * Buscaremos ferias que puedan impulsar accerios decorativos para que los precios no suban en el mercado mediante alianzas estrategicas que permita estabilizar el alza de los precios</p>

Nota. Elaboración propia

1.9. Objetivos estratégicos generales

- ✓ **Canales de Distribución.** Respecto a los canales de distribución propuestos, nuestros clientes podrán utilizarían los canales virtuales y no visitarían una tienda física.
- ✓ **Relación con los clientes.** En este punto los clientes están de acuerdo con lo ofrecido para ellos, como mantener constantes promociones, les brindaremos materiales de excelente calidad, ahorra tiempo revisando precios de cada artículo mobiliario y paquete, elegir la temática de su preferencia.
- ✓ **Recursos clave.** Según lo revisado en este punto, son factores fundamentales los recursos físicos, intelectuales, financieros, humanos y tecnológicos por lo que necesitamos poner más énfasis en las redes sociales ya que por ese medio podemos tener más visitas y registros en nuestra página web, promocionando de manera frecuente nuestro sitio.
- ✓ **Asociaciones clave.** En el punto de las asociaciones claves hemos decidido tener alianzas con empresas, colegios entre otros ya que de esa manera podremos ganar más clientes y abarca más en el mercado de festividades
- ✓ **Acondicionamiento de local.** Pondremos un local l cual nos generara un costo contaremos con paneles publicitarios, paneles digitales donde se pueda visualizar nuestros eventos.

1.10. Modelo Canvas

Tabla 3

Canvas

ASOCIACIONES CLAVE Proveedores de mobiliario e insumos Convenios con colegios, universidades entre otros	ACTIVIDADES CLAVE Mantener vigente nuestro dominio URL y páginas web sobre nuestros eventos. Ofrecer un servicio de calidad.	PROPUESTA DE VALOR Asesoría en decoraciones y recomendaciones Puntualidad en nuestros servicios soluciones y arreglos en el momento al gusto del cliente	RELACIÓN CON CLIENTES - Promociones por paquetes - Comunicación con nuestros clientes mediante redes sociales	SEGMENTO DE CLIENTE Pobladores de entre 18 y 55 años.
	RECURSOS CLAVE Personal calificado y especializado Contar con equipos de mobiliario		CANALES - Tienda física - Tienda virtual - Llamadas telefónicas	
ESTRUCTURA DE COSTOS Costos Fijos: - Alquiler de Local - Sueldos de personal Costos Variables: - Pago de servicios (sunat, luz, internet, etc.) - Pago de proveedores			FUENTES DE INGRESO - Servicio en decoraciones - Elaboración de fiestas de todo tipo	

Nota. Elaboración propia

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1. Análisis del micro entorno

En el análisis del micro entorno se tomará como modelo las cinco fuerzas de Porter (2004): poder de negociación con los proveedores y con los clientes, amenaza de nuevos competidores y servicios sustitutos, además de la rivalidad entre competidores.

✓ **Clientes**

Los servicios que brindará “**Disfruta y Celebra**” será para todos los usuarios que desean celebrar todo tipos de fiestas, por ello se tendrá que enfocar un mercado objetivo para realizar estrategias de publicidad, que puedan tener llegada a los usuarios y así tomar su atención y atracción; impulsando nuestros servicios más acertados, lo cual conllevará a la estructura de costos y gastos e ingresos, para validar este plan de negocios.

El perfil del cliente es el siguiente: personas hombres y mujeres de 18 a 55 años de edad; del nivel socioeconómico A, B, C y D; que vivan en la ciudad de Ica y sus distritos como Parcona, Tinguña. Todo esto pensando en el perfil demográfico del cliente. Sin embargo, también debemos tener en cuenta el perfil psicológico del cliente y para lo cual aplicaremos los estilos de vida que nos presenta el estudio Arellano. En el caso de “Disfruta y Celebra”, los clientes que se han detectado son: “Los Sofisticados”, que siempre están dispuestos a utilizar los nuevos productos que generen una mayor comodidad y que este respaldado por la tecnología; y a su vez también consideramos a “Las Modernas”, mujeres con espíritu emprendedor que gustan de tener buenos productos y servicios que le aligeren su estilo de vida.

Hoy en día los usuarios utilizan herramientas tecnológicas para estar informados de los beneficios que pueden tener al consumir algún tipo de, su interés por festejar y celebrar todo tipo de eventos que está a sus medidas o estilo de vida, tomando ventajas a los accesos por las páginas web y a varias plataformas que lleven al E-Commerce.

✓ **Competidores**

Los competidores son las empresas que producen y comercializan bienes o servicios, con las cuales la propia organización disputa por ganar la preferencia de clientes y consumidores. Principalmente existen dos tipos de competidores: aquellos que producen o fabrican bienes o servicios similares a los que ofrece la propia empresa; y aquellos que pueden influir en los cambios de preferencia de los clientes para modificar sus intenciones de compra.

En el mercado de Ica hay varias empresas que se dedican al rubro de decoraciones, pero la empresa "Disfruta y Celebra" se diferencia en brindar atención personalizada y busca ser una de las pioneras en el mercado.

✓ **Poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación de los proveedores es una de las cinco fuerzas de la teoría económica sobre el modelo competitivo que desarrolló Porter. En pocas palabras, este poder es la capacidad que tienen los proveedores para negociar el precio de los insumos o servicios que ofrecen con las empresas a las que suministran.

Generalmente, un proveedor buscará ofrecer menor calidad o trasladar costos a sus clientes para aumentar su rango de ganancias, lo que encarecerá el producto de la empresa o comercializadora final. Cuando la influencia de los proveedores es mayor, los clientes tendrán desventaja a la hora de negociar los costos o condiciones comerciales. Por esta razón, es muy importante que los negocios realicen un análisis para conocer sus ventajas y desventajas frente a sus proveedores.

✓ **Amenaza de nuevos competidores**

La posibilidad y facilidad con la que pueden entrar nuevos competidores es un elemento importante para medir la rentabilidad de un mercado. Esta facilidad o dificultad está determinada por las barreras de entrada. Las barreras pueden ser de muchos tipos y pueden dificultar o impedir la entrada de nuevos competidores. Estas barreras pueden ser naturales o creadas.

Por ello es importante realizar un valor agregado a nuestros servicios para que al momento de ingresar nuevos competidores podamos diferenciarnos de ellos y controlar el mercado.

✓ **Productos sustitutos**

En el mercado competitivo ha ido evolucionando de manera paulatina y por captación de los usuarios a los medios digitales para celebrar sus eventos por medios virtuales, obedeciendo a una creciente necesidad de estar reunidos a pesar de la distancia. Por esto, han visto luz muchos proyectos y negocios de eventos virtuales circulantes por la red u organizados por los mismos consumidores valiéndose de medios digitales. Generando un nicho de mercado altamente competitivo que busca la captación de estos consumidores ávidos de encontrar o explorar nuevas formas de establecer reuniones virtuales cada vez más populares entre la población.

✓ **Rivalidad entre los Competidores**

Una rivalidad entre competidores tiene como objetivo mejorar la posición de una empresa utilizando tácticas que conlleve a manejar el mercado competitivo. Cada competidor establece sus estrategias con las que destacara sobre los demás. De modo que una fuerte rivalidad se traduce en muchas estrategias.

La rivalidad aumenta si los competidores son muchos, están muy bien posicionados o tienen costos fijos, entre otros factores

Es importante que la empresa se pueda diferenciar de las demás dando un valor agregado lograr que la marca se pueda posicionar en el mercado logrando ventajas de la competencia y tener un liderazgo.

2.2. Análisis Macro entorno

En el análisis del macro entorno son las características demográficas, las variables económicas, la situación política de país, el entorno legal en el que opera, los factores tecnológicos y los factores culturales. El Macro entorno son los factores

externos de la empresa, que determinaran situaciones que afectan a la empresa, ya sea de forma positiva o negativa creando oportunidades o amenazas. Es por ello que es muy importante analizar todos estos factores para poder determinar estrategias que beneficie a la empresa Disfruta y Celebra.

✓ **Factores Económicos**

Uno de los importantes factores para una empresa es la evolución del PBI ya que podría traer varias repercusiones negativas o positivas, la economía peruana habría crecido 1.5%, lo que refleja el crecimiento de producción y la mejora de las expectativas empresariales. La contracción del PBI es resultado de la aplicación de las medidas del Estado de Emergencia Nacional para afrontar los efectos de la COVID19, que determinaron la reducción de este indicador en los últimos cuatro trimestres. El gasto de consumo de las familias decreció en -1,5%, como consecuencia de la disminución del ingreso total real de los trabajadores (-15,3%), asociado a la caída del empleo en -5,4%.

Es importante para nosotros dar tranquilidad a los mercados e inversionistas. La estabilidad macroeconómica se va a mantener y es esencial que podamos tener una coordinación estrecha con el BCRP, dentro de un marco de responsabilidad fiscal y monetaria, pues el objetivo de todos es que la economía siga recuperándose y crezca para poder generar los puestos de trabajo que la población requiere. (Pedro Francke, Perú21, 2021)

✓ **Factores Político – Legales**

Los factores políticos determinan la medida en que un gobierno puede influir en la economía o en un determinado sector empresarial, por ejemplo, podrá imponer un nuevo arancel o impuesto que afecte a las empresas, así como promover productos o servicios. En el 2020 la tasa de informalidad en el Perú llegó a 74,3% en junio, subiendo 1.7 puntos porcentuales con relación al año 2019. En busca de combatir el incremento de la informalidad, la Sunafil se fijó como meta integrar a 88,745 trabajadores al mercado formal en lo que resta del año, además, proyectan formalizar 200.000 puestos de trabajo para este 2021. Como indicó el Instituto Peruano de Economía, 199 mil empleos que estaban en el rubro privado de la formalidad se deterioraron entre marzo y junio del 2020, por lo que, si las autoridades que se encargan de supervisar cumplen con lo proyectado, al cierre del año se verá con un incremento de la informalidad.

✓ **Factores Social y Demográficos**

Son los factores relativos a los aspectos y modelos culturales, creencias, actitudes etc., así como las características demográficas: volumen de población, inmigración, natalidad, mortalidad, etc.

Este tipo de factores son importantes en una empresa ya que va destinado al consumo directo del usuario o de las empresas, pero dependemos directamente de ellos, ya que constantemente la población va evolucionando y adquiriendo nuevas características, entonces en este sentido es relevante conocer el entorno demográfico en las empresas.

Disfruta y Celebra dirige sus productos a hombre y mujeres de clase A, B, C y D entre 18 y 55 años de edad del Distrito de Ica para el año 2019 eran 817,700 y hasta junio del 2022 se proyecta 1 millón 20 mil 50 ciudadanos.

En el año 2022, la población peruana alcanzó los 33 millones 396 mil 700 habitantes, siendo más del doble de la población registrada en el año 1972, así lo informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática, al presentar los resultados del estudio: “Perú: 50 años de cambios y tendencias demográficas”, elaborado en conmemoración del Día Mundial de la Población, que se celebra el 11 de julio de cada año. Agregó, que, en medio siglo de múltiples transiciones, sustentadas con información estadística, su 5dinámica está en permanente interacción con las variables económicas, sociales, culturales, entre otras. De esa manera, señala que los cambios poblacionales en el país muestran tendencias heterogéneas, en especial a nivel de departamentos, provincias y distritos.

✓ **Factor cultural y social**

Retornando a la normalidad nos ha demostrado nuevos cambios en el sistema empresarial, y variando el comportamiento de los usuarios, con sus necesidades, estilos de consumo y hacia diferentes productos o servicios. Preferencias en compras on-line, a causa de las medidas de distanciamiento social, el e-commerce será una tendencia que marcará el consumo en los próximos años en diferentes sectores empresariales.

✓ **Factores Tecnológicos**

Dentro del mercado, se han creado nuevas tecnologías y desarrollado Apps (aplicación para dispositivo móvil) para monitorear el desarrollo del servicio ante,

durante y después del producto adquirido, buscando dotar de opciones a los hombres y mujeres para darles una sensación de seguridad respecto al servicio requerido. Una de estas App es Disfruta y Celebra, y también se podrá utilizar por medios de pago mediante transferencia interbancarias Plin y Yape, esta aplicación de servicio posee una guía completa para su aventura, siendo el recurso que prefieren más de 1 millón de personas en todo Ica. Se brindará asesoría desde el primer paso, para brindar respuesta clara y concisa que el usuario necesita, cuando las necesitas. Por otro lado, las aplicaciones de comunicación, comercio y entretenimiento han sido las más requeridas, durante el aislamiento obligatorio, de acuerdo con el informe realizado por la Consultora de Comunicaciones Mileniun Group, quien su director de Comunicaciones, Alonso Medina señaló: De acuerdo con los datos de Sensor Tower (firma de análisis de aplicaciones), en junio de 2020, la aplicación Tik Tok fue una de las pioneras en descarga. La cual arrojó un aumento del 21,4% en comparación del año 2019. La aplicación Facebook obtuvo menos descargas en junio del año 2020 en comparación con julio de 2019, (Alonso Medina; director de Comunicaciones Mileniun Group; El Comercio 2020).

✓ **Factor Medioambiental**

El gobierno peruano ha aprobado la Agenda Ambiental al Bicentenario (ANAA), buscando promover el uso sostenible de los recursos naturales del país, priorizando la reforestación de árboles y una mejor gestión de pasivos ambientales entre otras acciones. Se busca planificar las acciones estratégicas en la conservación del medio ambiente, promoviendo el uso sostenible de los recursos naturales del país en los próximos años, este instrumento se divide en dos partes. En la primera se detalla el marco legal, la finalidad, metodología aplicada y un recuento de la situación ambiental

del Perú del 2016 al 2017, esta data permitió definir las prioridades ambientales que se tomaron en cuenta. En la segunda parte se detallan las fichas estratégicas que contiene los resultados, productos e indicadores, señalando las responsabilidades de los actores involucrados, programación anual y entidades responsables, esto servirá para el proceso de seguimiento y evaluación. La entidad responsable del documento fue la Dirección General de Políticas e Instrumentos de Gestión Ambiental (DGPIGA).

✓ **Factor legal**

Como su nombre lo indica hacen referencia a elementos normativos, jurídicos o legales. Básicamente, son los trámites o procesos que se deben realizar para obtener los permisos o documentos necesarios para la operación de la empresa. En Disfruta y celebra se acoge al régimen laboral de las MYPES. Leyes y aspectos del Derecho que toda empresa debe conocer es el Decreto Supremo N° 007-2002-TR (**Ley** de Jornada de Trabajo, Horario y Trabajo en Sobre tiempo), Decreto Legislativo N° 713 (Legislación sobre descansos remunerados de los trabajadores sujetos al Régimen Laboral de las Actividad Privada)

Como Disfruta y Celebra es una empresa que se desarrollará por medio de la red virtual, mantendrá una amplia base de datos de nuestros clientes, la cual estará sujeta al marco legal “LA LEY DE POTECCION DE DATOS PERSONALES” 5. Con lo cual protegeremos que la información brindada por lo clientes sea ética y legalmente protegida a cualquier uso indebido.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad.

3.1. Oferta

El objetivo es:

- ✓ ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo

- ✓ organizar estrategias comerciales
- ✓ Obtener fortalezas y debilidades de la competencia
- ✓ Brindar precios diferenciados de los competidores
- ✓ Dar valores agregados a nuestras ofertas para diferenciarnos de los competidores

3.1.1 Análisis de la Competencia Directa

Es obtener conocimiento de las diferentes propuestas que existen en el mercado de la ciudad de Ica para cubrir la demanda local en servicios de celebraciones de todo tipo de fiesta con decoraciones temáticas y Catering. Por un lado, se encuentran las empresas D Valencia Eventos y Decoraciones, Fiestas y Eventos Country Club Ica, las cuales brindan servicios de celebraciones y decoraciones de todo tipo.

✓ D Valencia Eventos y Decoraciones EIRL:

Es una empresa privada y está ubicada en Calle Los Cerezos 173 en la provincia de Ica y brinda servicios de decoraciones y celebraciones de todo tipo. Presenta trayectoria en el rubro, por lo que trabaja con tendencias más avanzadas tanto en decoraciones de moda y con temáticas a la vanguardia. Entre los servicios que brinda: paquetes matrimoniales, bautizos eventos corporativos entre otros. El servicio que brinda es de calidad con los equipos de primera generación y que brinda gran acogida con sus clientes.

Figura 5

Logo de la empresa - competidora



Nota. Extraído de la página web de D Valencia Eventos y Decoraciones (2022).

Como se puede observar en la Figura 5, la empresa D Valencia Eventos y Decoraciones cuenta con una marca la cual se encuentra posicionada en el mercado brindando celebraciones de todo tipo, siendo una de las pioneras ante sus competidores a nivel local.

✓ **Fiestas y Eventos Country Club Ica:**

Es una empresa privada y está ubicada en Calle Conde de Nieva 154 en la provincia de Ica y brinda servicios de decoraciones y celebraciones de todo tipo. Así también, cuenta con un local propio donde realiza sus eventos de festividades de todo tipo.

Figura 6

Logo de la empresa - competidora



Nota. Extraído de la página web de Fiestas y Eventos Country Club Ica (2022).

3.1.2. Análisis de competencia indirecta:

Se refiere a empresas similares que ofrecen los mismos servicios, pero con diferentes calidades pero que logran satisfacer algunas necesidades de distintas formas por lo tanto abarcar el mercado competitivo, Aunque los servicios no son iguales, pero cumplen funciones similares.

Aquí la decisión de adquirir el servicio es por los gustos del cliente, lo más económico, por la cercanía a sus alrededores y practicidad que le ofrece un artículo u otro.

Con relación a los competidores indirectos podemos mencionar algunos como: galerías de decoraciones, personas naturales que ofrecen sus servicios como decoradores entre otros.

3.2. Demanda

3.2.1. Perfil del cliente objetivo:

Es aquella persona o empresa que tiene una necesidad específica por la que está dispuesto a pagar y que el negocio puede solucionar a la perfección, tanto por servicio como por precio. Es un recorte demográfico, socioeconómico y comportamental de un grupo compuesto por los futuros consumidores del producto o servicio de la empresa. Es para esta muestra que van dirigidas las acciones de Marketing y Ventas. Celebra y Disfruta se dirige a una Demanda segmentada, local y de largo plazo.

3.2.2. Objetivos de la Demanda:

Se tiene como objetivo los siguientes puntos:

- ✓ Tener la aceptación que tiene el servicio prestado.
- ✓ Conocer el comportamiento de los usuarios sobre su frecuencia de consumo al público objetivo.
- ✓ Saber sus características de los usuarios al momento de obtener un servicio
- ✓ Conocer sus costumbres
- ✓ Realizar estrategias de ventas.
- ✓ Estimar metas a corto plazo.

3.2.3. Características del Público Objetivo.

- ✓ El INEI y obtuvo un Censo de la población y Vivienda en el 2019 eran 817,700 y hasta junio del 2022 se proyecta 1 millón 20 mil 50 ciudadanos.

- ✓ Al comparar los censos 2007 y 2017, decrece la población comprendida en el grupo de edad de 0 a 4 años mostrando reducción de la natalidad. Este mismo comportamiento, se presenta en los grupos de 10 a 29 años, observándose un decrecimiento considerable en el grupo de edad de 10 a 19 años. A partir del grupo de 30 a 34 años de edad, se observa un incremento progresivo de la población lo que indica que existe un aumento de las personas en edad de trabajar. En el grupo comprendido de 30 a 39 años de edad, se observa incremento solo de la población masculina; para el resto de grupos de edad, es decir de 40 a 80 y más años de edad, el aumento es tanto de hombres y mujeres.
- ✓ El público objetivo para Disfruta y Celebra se va enfocar a hombre y mujeres de clase A, B, C y D entre 18 y 55 años de edad del Distrito de Ica y comprende un total de 817,700 habitantes.

3.2.4. Determinación del Mercado Local

Se realizará una investigación mixta (cuantitativa y cualitativa) la cual nos permitirá conocer el lado número y la percepción que tiene los clientes y no clientes del proyecto de atención presencial y virtual cuyo objetivo de estudio serán los consumidores de 18 a 55 años de edad y de NSE A, B, C Y D de la provincia de Ica.

El resultado del estudio podrá determinar:

- ✓ Segmentación del mercado objetivo.
- ✓ Conocer sus costumbres.
- ✓ Tipos de servicios que contrarían.
- ✓ Necesidades y preferencias.

- ✓ Metodología de pagos

Metodología de recolección de datos (técnica cuantitativa)

1. Edad: 18 a 55 años

2. Zona Geográfica: Provincia de Ica y sus distritos

3. Género: masculino y femenino

4. Gasto promedio que pagaría por un servicio de eventos

- ✓ 150 a 250
- ✓ 255 a 300
- ✓ 350 a 450
- ✓ 500 a 650
- ✓ 700 a 1000
- ✓ Mayor a 1000

5. Medio de pago

- ✓ Transferencia
- ✓ Efectivo
- ✓ Yape
- ✓ Plin
- ✓ Tarjeta de crédito o debito

6. Importancia de adquirir el servicio por online

- ✓ Variedad de servicios
- ✓ Ahorro de tiempo
- ✓ Información de variedad del servicio

Metodología de recolección de datos (técnica cualitativa)

1.- Perfil del Publico Objetivo

Conocer su entorno, sus preferencias, su modalidad de vivencia sus costumbres y edades.

2.- Preguntas frecuentes

¿Alguna vez ha contratado un servicio de organización de eventos?

Si la respuesta a la pregunta fue Sí, ¿Para qué tipo de evento?

¿Te gustaría celebrar el evento con tus familiares y amigos que se encuentren lejos?

¿Te gustaría que una empresa se encargue de toda la organización de tu evento?

¿Qué servicios te gustaría incluir en la organización de tu evento?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por la realización de un evento?

¿Qué medio de pagos le gustaría utilizar con más frecuencia?

CAPITULO IV

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

4.1. Mercado

En la actualidad el crecimiento del mercado competitivo está evolucionando gracias a las tecnologías que hoy existe En este sentido, una buena estrategia comercial debe contener una identificación clara y precisa del mercado que se desea impactar y el tipo de cliente potencial que estará interesado en los productos y servicios que se presentarán. El Mercado está conformado por la Segmentación geográfica, demográfica. Se podrá segmentar a clientes potenciales de Disfruta y Celebra, serán nuestro mercado objetivo.

4.1.1. Segmentación Geográfica

Las Segmentación Geográfica demuestra el potencial de clientes que se tendría como objetivos, en otras palabras, la ubicación geográfica donde Disfruta y Celebra se desenvolverá para realizar sus ventas. Disfruta y

Celebra es una empresa peruana que realizará sus operaciones en la ciudad de Ica. Se ha seleccionado algunos distritos, los cuales son los que conforma: la Tinguiña, Parcona, San Juan Bautista, Guadalupe.

4.1.2. Segmentación Demográfica

Consiste en dividir el mercado en grupos más pequeños, este tipo de segmentación toma en cuenta variables como la edad, ingresos, grado de estudios, nacionalidad, raza, religión, ocupación, etc. Por ello es muy importante segmentar al público objetivo. Para el caso de Disfruta y Celebra tomará al público objetivo en cuestión de sus géneros, tanto mujeres y hombres, que tiene como costumbres realizar celebraciones de todo tipo y se realice un gran evento con los familiares y amigos para festejar. Con respecto a la edad se determinó que el público objetivo será entre los 18 y 55 años. Se tomó este rango de edad por las siguientes razones; desde los 18 años porque es desde esa edad que ya pueden tener ingresos y que puedan solventar sus gastos.

4.2. Marketing mix

4.2.1. Producto

En el producto se implementará una empresa que brinde servicio de decoraciones para todo tipo de celebraciones tanto presencial como virtual para los consumidores de la provincia de Ica.

4.2.2. Precio

Es importante ya que es una variable determinante tanto para la empresa

como para los usuarios, de esta forma, se quiere lograr que los servicios ofertados sean competitivos para nuestro mercado objetivo y que pueda estar al alcance de nuestros clientes. Para optar los precios se hizo un estudio sobre los costos con los proveedores. Los precios, varían en caso el cliente desee una decoración o catering distinta, cuyo valor supere el de los ofrecidos.

Precio de servicios: Se utiliza la estrategia de psicología del precio, que va ligado con la percepción y la respuesta emotiva del cliente. Se utiliza la estrategia del número impar colocando 9 en la terminación, para que se perciba un menor precio. Cabe resaltar, que en el gran porcentaje para la toma de decisiones del consumo son inconscientes y se aplica el neuromarketing para poder producir este efecto.

4.2.3. Plaza

Disfruta y Celebra estará ubicada en av. San Martín 134 en la ciudad de Ica, Al ser una empresa que también brinde sus servicios digitales, las actividades comerciales se realizarán a través de la nuestra tienda física y virtual, bajo el dominio de Disfruta y Celebra. Con la manera de impulsar nuestra marca tendrá presencia en las redes sociales como Facebook e Instagram, donde se podrá ver todos los tipos de servicios que se brindará con la intención de que sea visto por todos los usuarios y tenga mayor acogida.

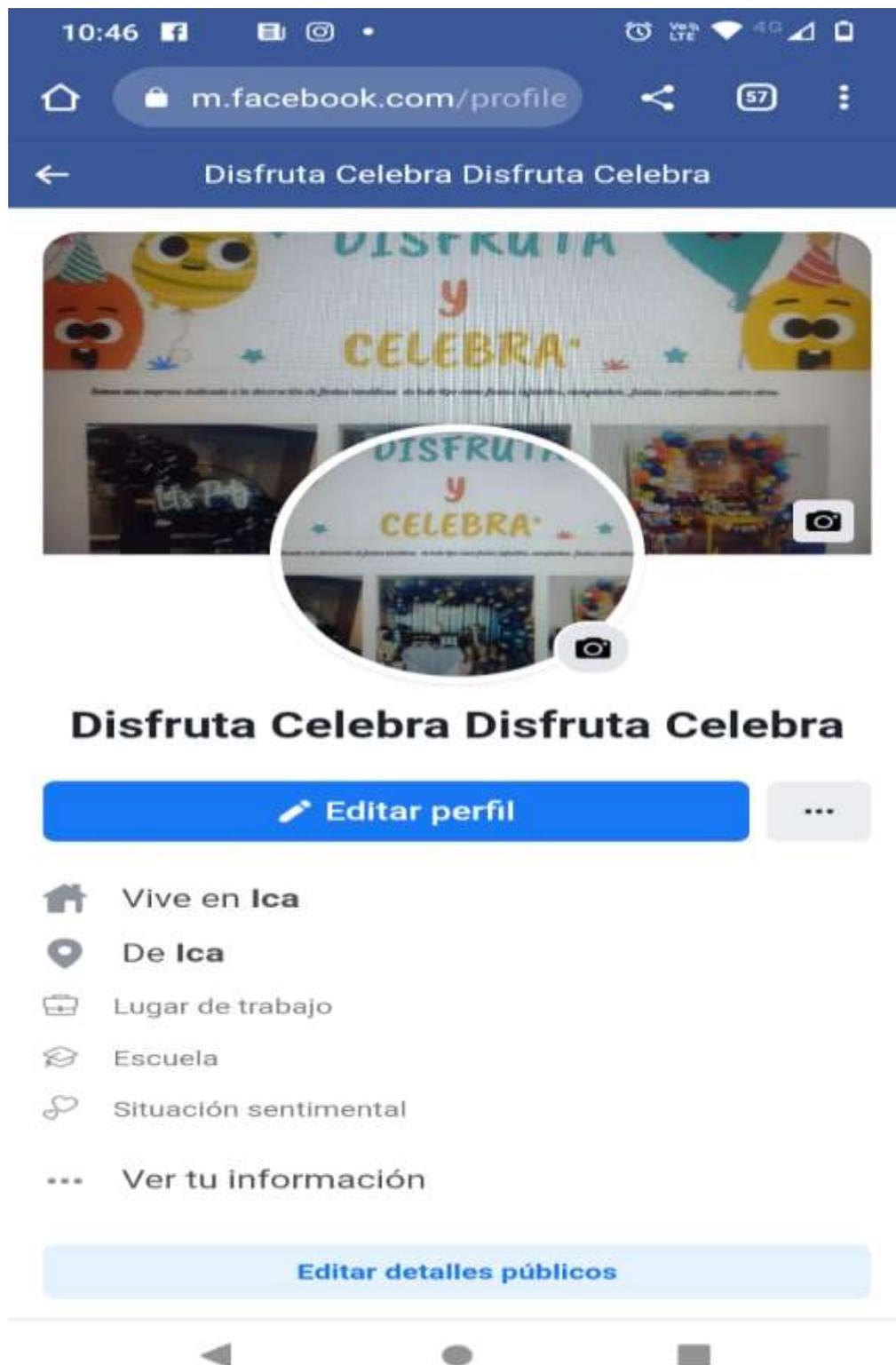
4.2.4 Promoción

Para impulsar nuestro marketing por las redes sociales, como Instagram y Facebook, nos ayudara tener más cercanía con los usuarios y para ello realizarán las siguientes acciones:

- marketing en Facebook e Instagram.
- Publicaciones de nuestros eventos.
- Creación de historias en (Instagram)
- Participación con nuestros clientes mediante conexiones virtuales
- Promoción pagada: A través del administrador comercial de Facebook, se realizarán campañas de publicidad, que serán visibles en Facebook e Instagram.
- Alianzas estratégicas con entidades como colegios empresas corporativas para brindar promociones de paquetes para todo tipo de celebraciones.
- Pago con tarjeta de crédito sin intereses: Gracias a WooCommerce, la pasarela de pago seleccionada, los clientes podrán realizar los pagos con sus tarjetas de crédito, en cuotas y sin intereses.
- Estar en constante actualización de nuestras publicaciones de los eventos en las redes sociales.

Figura 7

Página de la empresa en Facebook



Nota: Elaboración propia

CAPITULO V

PLAN TÉCNICO

5.1. Localización de la Empresa.

Su localización de la empresa “Disfruta y Celebra “dedicada al rubro de celebraciones para todo tipo de fiestas, será realizado mediante el análisis de la macro localización y micro localización de tal manera de poder determinar las zonas más adecuadas. De esta manera, los procesos se realizarán mediante una evaluación de las alternativas plasmadas en base a criterios específicos los cuales tendrán designado un peso ponderado de acuerdo a la importancia para la investigación.

5.1.1. Macro localización.

Es el estudio que se hace con propósito de seleccionar la comunidad y lugar exacto para elaborar el proyecto, se elige el punto preciso dentro de la macro-zona donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido. se elige al Distrito 1 Ica quien obtuvo el mayor puntaje.

Tabla 4*Matriz de Macro localización*

FACTORES	PONDERACION %	DISTRITO 1-ICA		DISTRITO 2 -PARCONA		DISTRITO 3 - TINGUIÑA	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
Cercanía al mercado Consumidor	40%	4	1.6	3	1.2	2	0.8
servicio de las redes de comunicación	30%	4	1.2	4	1.2	3	0.9
Infraestructura de locales	20%	4	0.8	4	0.8	3	0.6
Cercanía a las materias primas	10%	3	0.3	3	0.3	2	0.2
total	100%		3.9		3.5	10	2.5

Nota. Elaboración Propia

Escalas de valores

ATRIBUTO	CALIFICACION
MUY BUENO	4
BUENO	3
REGULAR	2
DEFICIENTE	1

5.1.2. Matriz de Micro localización.

En este punto se determinará la instalación del lugar donde funcionara el local de la empresa donde fue la zona 1 – Av. San Martín del distrito de Ica fue el lugar que obtuvo mayor puntuación de acuerdo al cuadro de ponderación.

Tabla 5*Matriz Micro localización*

FACTORES	PONDERACION %	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
		DISTRITO 1-ICA		DISTRITO 2 -PARCONA		DISTRITO 3 - TINGUIÑA	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
Situación de la zona: tranquila con personal de seguridad por serenazgo, pistas y veredas para el tránsito peatonal y transporte, cuenta con buena iluminación, etc	30%	4	1	3	0.75	3	0.75
Vías o rutas de acceso (clientes, proveedores, colaboradores)	10%	4	1	3	0.75	3	0.75
Costo del local/terreno/oficina	20%	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Disponibilidad y costo de materia prima e insumos	10%	4	0.4	3	0.3	2	0.2
Contaminación Ambiental en la zona	15%	3	0.3	3	0.3	2	0.2
Centros bancarios cerca por la zona	15%	3	0.3	3	0.3	2	0.2
TOTAL	100%		3.6		3		2.7

Nota. Elaboración Propia

Escalas de valores

ATRIBUTO	CALIFICACION
MUY BUENO	4
BUENO	3
REGULAR	2
DEFICIENTE	1

5.1.3. Localización digital

La empresa será una E-commerce, las interacciones con los clientes y transacciones se realizarán a través de internet, para interactuar con el público objetivo y estar más cerca de ellos. Por medio de la virtualidad los clientes conocerán los servicios y podrán contratarlos

Figura 8

Localización digital página web



Nota. Elaboración propia. (<https://sites.google.com/view/disfrutaycelebra/inicio>)

5.2. Tamaño del Negocio

Para la implementación del negocio “disfruta y Celebra” será en brindar servicio de todo tipo de celebraciones, contará con área de 50 m² la cual será dividido en 2 partes donde se encontrará parte del almacén y la sala de recepción la cuales se podrá mostrar todos los tipos de servicios que se ofrecerán al público en general.

Figura 9

Tamaño del negocio



Nota. Imágenes proporcionas por página de Google

5.3. Necesidades

La empresa tiene por conveniente contara con maquinarias, equipos, personal calificado y material. Lo cual detallará los elementos que Disfruta y Celebra implementará para una adecuada atención con los clientes.

Figura 10

Equipos



Nota. Imágenes proporcionas por página de Google

Tabla 6

Maquinaria y Equipos

COSTO EQUIPOS MATERIALES						
CONCEPTO	CANTIDAD	UNITARIO	Valor INVERSION	% PORCENTAJE	DEPRESIACION ANUAL	DEPRESIACION MENSUAL
<u>EQUIPOS Y ARTEFACTOS</u>		S/	S/		0.2	12
Pedestales Diversos	6	90	540	20%	108	9
Portadulce Emblemáticos	4	120	480	20%	96	8
Luces en Cascada	2	60	120	20%	24	2
Bola de luces de Colores	3	35	105	20%	21	1.75
Faroles	3	70	210	20%	42	3.5
Jarrones de Vidrio	2	25	50	20%	10	0.83
Flores de Plástico	2	50	100	20%	20	1.67
Flores Artificiales	2	160	320	20%	64	5.33
Maletas Amarillas y Rosadas	2	90	180	20%	36	3
Cilindro de Juegos y Calados	5	250	1250	20%	250	20.83
Gras Sintético	2	150	300	20%	60	5
Panel Redondo 1x1	2	80	160	20%	32	2.67
Escalera Porta Sorpresa	2	60	120	20%	24	2
Banca de Madera	2	35	70	20%	14	1.17
Alfombra de colores	2	220	440	20%	88	7.33
Mesas Naked	2	480	960	20%	192	16
Estructura de 2x2 cuadrada y circular	2	160	320	20%	64	5.33
Cortina + Tull	2	100	200	20%	40	3.33
Telas Varias	10	120	1200	20%	240	20
Cómoda	2	70	140	20%	28	2.33
Paneles de Puerta - Ovaladas	3	380	1140	20%	228	19
Porta globos de Metal	3	35	105	20%	21	1.75
Útiles Varios	12	45	540	20%	108	9
Bandejas Espejadas	15	19	285	20%	57	4.75
Computadora i7 HP	1	2,550.00	2550	20%	510	42.5
Impresora HP-550	1	750	750	20%	150	12.5
Estanterías	2	150	300	20%	60	5
Estanterías	3	50	150	20%	30	2.5
Parlantes	4	1300	5200	20%	1040	86.67
Letras con Luces	3	200	600	20%	120	10
Pared de Hojas	10	70	700	20%	140	11.67
Camino de Flores Artificiales	50	70	3500	20%	700	35
Platos Decorativos	100	20	2000	20%	400	33.33
Camioneta 4x2	1	35000	35000	20%	7000	583.33
TOTAL INVERSION			60085		12017.2	990.08

Nota. Elaboración propia

Tabla 7*Maquinaria y Equipos*

MUEBLES							0.1	12
CONCEPTO	CANTIDAD	C/UNITARIO	Valor INVERSION	% PORCENTAJE	DEPRESIACION ANUAL	DEPRESIACION MENSUAL		
ANDAMIOS	3	150	450	10%	45	3.75		
Sillón S/A	2	150	300	10%	30	2.5		
Escritorio - TVILUM	1	360	360	10%	36	3		
Cómoda	2	70	140	10%	14	1.17		
			1250	10%	125	10.42		

Nota. Elaboración propia

Tabla 8*Inversión Intangible*

INVERSION FIJA INTANGIBLE			
CONCEPTO	CANTIDAD	UNITARIO	Valor INVERSION
Registro de la marca "DISFRUTA Y CELEBRA "	1	1435.00	1435
Cert. Def.Civil-Lic.Func.	1	1005.00	1005
Acondicionamiento	1	2750.00	2750
Elaboración de Minuta	1	350.00	350
Constitución de Empresa	1	450.00	450
TOTAL INVERSION FIJA INTANGIBLE			5990

Nota. Elaboración propia

5.4. Costos (directos e indirectos)**5.4.1. Costos directos**

En este punto se detalla los costos de "Disfruta y Celebra", se han obtenido mediante la búsqueda de proveedores que otorgaron sus precios, los cuales se pueden ver a continuación.

Tabla 9*Materiales*

MATERIALES			
SUMINSTROS	CANTIDAD	P/UNITARIO	TOTAL
GLOBOS	50	6	300
ALFILERES	10	2.5	25
PEGAMENTO	15	5	75
SILICONA	30	3	90
ARREGLOS FLORALES	50	35	1750
Tecnopor	50	4	200
Cintas de embalaje	30	3.5	105
			2545

Nota. Elaboración propia

5.4.2. Costos Indirectos

En el análisis realizado estarán conformados por lo costos indirectos de fabricación que son por materiales e insumos que se necesita para brindare un buen servicio, como la luz, agua, telefonía/internet, publicidad, alquiler de local y tarjetas de presentación.

Tabla 10*Gastos Administrativos*

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
RUBRO DE GASTOS	GASTO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		12	24	36	48	60
Luz	115	1380	2760	4140	5520	6900
Agua	20	240	480	720	960	1200
TELEFONIA/INTERNET	150	1800	3600	5400	7200	9000
TOTAL	285	3420	6840	10260	13680	17100

Nota. Elaboración propia

Tabla 11*Gastos Indirectos*

GASTOS INDIRECTOS		12	24	36	48	60
RUBRO DE GASTOS	GASTO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	150	1800	3600	5400	7200	9000
ALQUILER LOCAL	500	6000	12000	18000	24000	30000
TAREJAS DE PRESENTACION	60	720	1440	2160	2880	3600
TOTAL	710	8520	17040	25560	34080	42600

Nota. Elaboración propia

Tabla 12*Mano de obra*

MANO DE OBRA			
DESCRIPCIÓN	REMUNERACIÓN	MENSUAL	ANUAL
PERSONAL	980	980	11760
Contador	300	300	3600
TOTAL		1280	15360

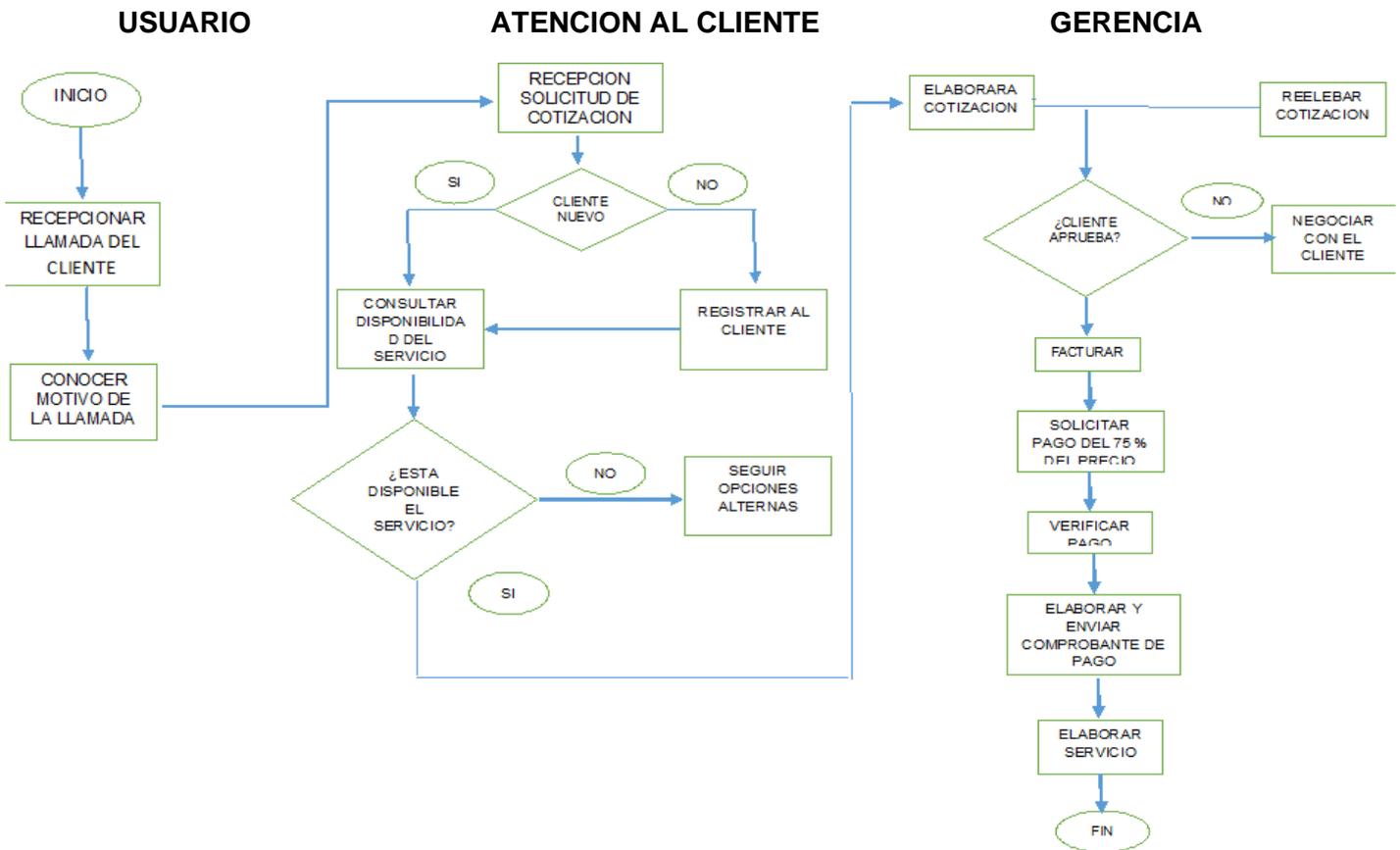
Nota. Elaboración propia

5.5. Proceso de producción u operación

Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda. En Disfruta y Celebra se elaborará los procesos que son muy importantes, donde se detallara mediante flujogramas los cuales son: el servicio de pre-ventas, el servicio post venta, y el proceso de compras.

Figura 11

Flujograma del proceso de ventas



Nota. Elaboración propia

En el flujograma se puede apreciar cómo es la frecuencia de atención con la llamada del usuario y la consulta de la llamada, después pasa al área de marketing donde es recibido por el receptor para brindar la atención correspondiente, se registra al cliente para que vaya a una lista y creación de una carpeta digital para que pueda quedar registrado en la cartera de clientes, se brinda los servicio que el cliente pueda necesitar, después se dará una cotización para la negociación con el cliente y si está conforme se procede a elaborar la factura o boleta, después se le pide un adelanto del 75 % para poder concretar la venta y separación del servicio el pago puede ser mediante efectivo o transferencia bancaria y se concluye con el ser servicio realizado.

5.6. Certificaciones necesarias

Disfruta y Celebra pondrá en marcha las certificaciones para asegurar la calidad de nuestros servicios que se brindará al público objetivo.

Gestión de la calidad

- ISO 9001, Sistemas de Gestión de la Calidad, este certificado nos garantizara el buen servicio que se brindara y mejora progresiva de los servicios que ofreceremos, comprometiéndonos al brindar un servicio de calidad.

Gestión Ambiental

- ISO 14001, este certificado garantiza que nuestro servicio buscará salvaguardar el medioambiente.

Sistemas de Gestión Energética

- ISO 5001, este certificado nos garantiza el uso adecuado de la energía eléctrica por parte de la empresa, buscando reducción de emisiones contaminantes y de costes.

Gestión de Riesgos y Seguridad

- Certificado ISO 45001, es la nueva norma de la Organización Internacional de Normalización (ISO) sobre la seguridad y salud en el trabajo (SST). Se ha convertido en una de las normas más esperadas del mundo y está en vías de mejorar drásticamente los niveles de seguridad en el puesto de trabajo.
- Certificado ISO 22301, especifica los requisitos para el sistema de gestión para proteger contra, reducir la posibilidad y garantizar que su organización

se recupere de incidentes perturbadores.

- Certificado ISO 27001, es una norma internacional que permite el aseguramiento, la confidencialidad e integridad de los datos y de la información, así como de los sistemas que la procesan.
- Certificado ISO 3100, es la norma internacional para la gestión del riesgo. Al proporcionar principios integrales y directivas, esta norma ayuda a las organizaciones con su análisis y evaluación de riesgos.

Gestión de la Responsabilidad Social

- Certificado SA 8000, es un estándar de certificación internacional que fomenta en las empresas el desarrollo, el mantenimiento y la aplicación de prácticas socialmente aceptables en el puesto de trabajo.

5.7. Impacto del Medio ambiente

La ley básica para las pymes es la de responsabilidad ambiental o Ley 26/2007 de 23 de octubre. Se aplica a todo tipo de actividades económicas y regula la responsabilidad de prevenir, evitar y reparar daños ambientales. La ley establece la responsabilidad de los operadores causantes de los daños. Todas las pymes deberían conocer bien esta ley para saber cuáles son los límites a respetar.

Disfruta y Celebra pone más énfasis en el respeto y conservación del medioambiente, usando paquetes naturales y ahorro de materias primas entre muchos otros factores. Siendo, el principal beneficio de comprar a través del canal online cada vez más recurrentes dentro del mercado. Sin embargo, si no sabemos cómo usar y/o administrar este modelo de comercio, el entorno estará expuesto a riesgos cuya trascendencia puede superar con creces los dejados por el comercio tradicional.

El e-commerce ha logrado modificar de forma positiva el impacto ambiental, cita el estudio del Green Design Institute, que el e-commerce disminuye en un porcentaje promedio de consumo de energía en la diferenciación de un negocio tradicional. El modelo de desarrollo de una tienda virtual supone una fuente de ahorro, pues cuenta con la oportunidad de sustitución de visitas presenciales a las tiendas físicas por el de pedidos online. Por ello, Disfruta y Celebra buscará implementar un sistema de Gestión Ambiental, que reduzca sus impactos ambientales, aumentando su eficiencia para conseguir mejoras económicas, ambientales y operativas.

Estrategia de negocio:

- Se utilizará la facturación virtual para reducir el consumo de papel y tinta usada durante el proceso de impresión.
- Limitaremos el tiempo de exposición de los colaboradores a la contaminación lumínica de los aparatos electrónicos con los que se trabaja dentro de la empresa.
- Desconectamos los artículos eléctricos cuando no se estén usando, buscando reducir el consumo de energía.
- Charlas sobre educación ambiental (clasificación de desechos y disminución de residuos).
- Elaboración de programa de educación ambiental empresarial para los colaboradores.
- Buscar mejoras y tecnologías para un mejor desempeño de los procesos de la empresa.
- Clasificación de los desechos de la empresa

CAPITULO VI

PLANIFICACIÓN FINANCIERA

6.1. Inversiones

En este capítulo se mostrará la estructura de la inversión y los estados financieros que son proyectados para la idea de negocio Disfruta y Celebra, para lo cual se detallarán mediante cuadros donde los resultados serán mostrados por cada año.

6.1.1. Activos Tangibles

Al momento de iniciar un negocio toda empresa requiere de activos fijos según su tipo de servicio que brinde. Disfruta y Celebra contara con, muebles y enseres que serán detallados a continuación.

Tabla 13*Activos tangibles*

COSTO EQUIPOS MATERIALES						
CONCEPTO	CANTIDAD	UNITARIO	Valor INVERSION	% PORCENTAJE	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
<u>EQUIPOS Y ARTEFACTOS</u>		S/	S/		0.2	12
Pedestales Diversos	6	90	540	20%	108	9
Portadulce Emblemáticos	4	120	480	20%	96	8
Luces en Cascada	2	60	120	20%	24	2
Bola de luces de Colores	3	35	105	20%	21	1.75
Faroles	3	70	210	20%	42	3.5
Jarrones de Vidrio	2	25	50	20%	10	0.83
Flores de Plástico	2	50	100	20%	20	1.67
Flores Artificiales	2	160	320	20%	64	5.33
Maletas Amarillas y Rosadas	2	90	180	20%	36	3
Cilindro de Juegos y Calados	5	250	1250	20%	250	20.83
Gras Sintético	2	150	300	20%	60	5
Panel Redondo 1x1	2	80	160	20%	32	2.67
Escalera Porta Sorpresa	2	60	120	20%	24	2
Banca de Madera	2	35	70	20%	14	1.17
Alfombra de colores	2	220	440	20%	88	7.33
Mesas Naked	2	480	960	20%	192	16
Estructura de 2x2 cuadrada y circular	2	160	320	20%	64	5.33
Cortina + Tull	2	100	200	20%	40	3.33
Telas Varias	10	120	1200	20%	240	20
Cómoda	2	70	140	20%	28	2.33
Paneles de Puerta - Ovaladas	3	380	1140	20%	228	19
Porta globos de Metal	3	35	105	20%	21	1.75
Útiles Varios	12	45	540	20%	108	9
Bandejas Espejadas	15	19	285	20%	57	4.75
Computadora i7 HP	1	2,550.00	2550	20%	510	42.5
Impresora HP-550	1	750	750	20%	150	12.5
Estanterías	2	150	300	20%	60	5
Estanterías	3	50	150	20%	30	2.5
Parlantes	4	1300	5200	20%	1040	86.67
Letras con Luces	3	200	600	20%	120	10
Pared de Hojas	10	70	700	20%	140	11.67
Camino de Flores Artificiales	50	70	3500	20%	700	35
Platos Decorativos	100	20	2000	20%	400	33.33
Camioneta 4x2	1	35000	35000	20%	7000	583.33
TOTAL INVERSION			60085		12017.2	990.08

Nota. Elaboración propia

6.1.2. Activos Intangibles

Para el inicio de las operaciones de un negocio requiere de gastos que son activos intangibles como son los pagos de trámites, inscripción para las licencias, registro de la marca, inscripción en registros públicos etc. Se detallara de la siguiente manera.

Tabla 14

Activos Intangibles

INVERSION FIJA INTANGIBLE			
CONCEPTO	CANTIDAD	UNITARIO	Valor INVERSION
Registro de la marca "DISFRUTA Y CELEBRA "	1	1435.00	1435
Cert. Def.Civil-Lic.Func.	1	1005.00	1005
Acondicionamiento	1	2750.00	2750
Elaboración de Minuta	1	350.00	350
Constitución de Empresa	1	450.00	450
TOTAL INVERSION FIJA INTANGIBLE			5990

Nota. Elaboración propia

Tabla 15

Inversión Tangible

MUEBLES							
CONCEPTO	CANTIDAD	C/UNITARIO	Valor INVERSION	% PORCENTAJE	DEPRESIACION ANUAL	DEPRESIACION MENSUAL	
ANDAMIOS	3	150	450	10%	45	3.75	0.1
Sillón S/A	2	150	300	10%	30	2.5	12
Escritorio - TVILUM	1	360	360	10%	36	3	
Cómoda	2	70	140	10%	14	1.17	
			1250	10%	125	10.42	

Nota. Elaboración propia

6.2. Ingresos y Egresos

Los ingresos y egresos de Disfruta y Celebra, serán demostrados con sus ventas que serán proyectadas en soles por cada año y que fue hallado por el margen de ganancia según el rubro. A continuación, para los egresos se pudo determinar haciendo un análisis de los costos de producción (directo e indirecto). Que también fueron considerados tanto los gastos Administrativos y gastos operativos que ocasionan salida de dinero. Estos resultados obtenidos se podrá analizar los ingresos y los egresos que tiene Disfruta y Celebra. En el siguiente análisis no se incluye IGV, este ajuste debe tener en consideración sumarle el IGV de las ventas y restándole el IGV de las compras, adicionando el monto la depreciación. Con estos resultados obtenidos se obtendrá la utilidad bruta por cada año. Y se detallara de la siguiente manera.

Tabla 16

Proyección de ventas anuales representado en soles

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO:					
VENTAS	197737.32	207,624.19	218,005.40	228,905.67	240,350.95

Nota. Elaboración propia

En el cuadro resumen se aprecia las ventas proyectadas en el primer año con una cantidad de S/ 197,737.32 y en el último mostrara un valor de S/ 240,350.9

Tabla 17*Proyección de costos de producción anual*

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de Ventas		112992.768	137851.177	145127.911	148934.412	152093.888
Costos Operativos		13530.8792	15478.5918	17523.6901	19671.0432	21925.764
TOTAL		126,523.65	153,329.77	162,651.60	168,605.45	174,019.65

Nota. Elaboración propia

Como se puede Observar los costos del primer año ascienden a S/ 126,523.65 y los del año 5 equivalen a S/ 174,019.65.

A continuación, se pasará a restar las ventas - costos de elaboración de servicios para calcular la utilidad en la plaza de los cinco años proyectados.

Tabla 18*Utilidad bruta anual*

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		197737.32	207624.186	218005.395	228905.665	240350.948
Pasajes						
Costo de Ventas		112992.768	137851.177	145127.911	148934.412	152093.888
Costos Operativos		13530.8792	15478.5918	17523.6901	19671.0432	21925.764
Utilidad Bruta		71,213.67	54,294.42	55,353.79	60,300.21	66,331.30

Nota. Elaboración propia

En esta tabla vemos que la utilidad bruta del primer año es de S/71,213.67 y esta se ve una variación posteriormente hasta obtener en el último año la cantidad de S/ 66,331.30.

Como se mencionó al inicio de este análisis de ingresos y egresos las ventas y costos son variables, puesto que se encuentran sujetos a la proyección de unidades vendidas.

Los siguientes egresos son fijos, estos no presentarán variación siempre y cuando haya cambios en los plazos que transcurran, por ejemplo, incremento de personal, pasar a otro régimen, subida en el pago de alquiler y otros. A continuación, se adjunta un cuadro de todos estos conceptos.

Tabla 19

Gastos fijos

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
G ADMINISTRATIVOS		3361.53	3529.61	3706.09	3891.40	4085.97
GASTOS GENERALES		8502.70	8927.84	9374.23	9842.94	10335.09
IMPUESTO A LA RENTA		19773.73	20762.42	21800.54	22890.57	24035.09
IGV		10169.34	11948.98	13817.60	15779.65	17839.80
TOTAL EGRESO		41,807.32	45,168.85	48,698.46	52,404.55	56,295.95

Nota. Elaboración propia

En la anterior tabla indica que sus gastos fijos anuales corresponden a S/41,807.32 a esto se le tiene que sumar los costos de elaboración para obtener el total de los egresos. Como se puede apreciar para concluir el análisis de ingresos y egresos se debería de tomar en cuenta el ingreso del primer año proyectado y restarle los costos del servicio del primer año proyectado además de restarle el total de los gastos fijos, para poder tener la utilidad neta del primer año.

6.3. Deuda

El presenta plan de negocio no va a requerir de financiamiento ya que se cuenta con el capital propio para iniciar en marcha el plan de negocio.

6.4. Flujo de caja

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado.

Tabla 20

Flujo de caja

DISFRUTA Y CELEBRA EIRL

FLUJO DE CAJA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO:					
VENTAS	197737.32	207,624.19	218,005.40	228,905.67	240,350.95
TOTAL INGRESO	197737.32	207,624.19	218,005.40	228,905.67	240,350.95
EGRESO					
COMPRAS	141,240.96	144,065.78	146,947.09	149,886.04	152,883.76
G ADMINISTRATIVOS	3361.53	3529.61	3706.09	3891.40	4085.97
GASTOS GENERALES	8502.70	8927.84	9374.23	9842.94	10335.09
IMPUESTO A LA RENTA	19,773.73	20,762.42	21,800.54	22,890.57	24,035.09
IGV	10,169.34	11948.98	13817.60	15779.65	17839.80
TOTAL EGRESO	183,048.28	189,234.63	195,645.56	202,290.59	209,179.71
FLUJO ECONOMICO	14,689.04	18,389.56	22,359.84	26,615.08	31,171.24
SEGURO	-	-	-	-	-
COMPRA DE ACTIVO	-	-	-	-	-
PROYECCION DE PRESTAMO	-	-	-	-	-
(-) TOTAL EGRESO FINANCIERO	-	-	-	-	-
FLUJO FINANCIERO	-	-	-	-	-
(+) CAJA INICIAL	-	-	-	-	-
SALDO ACUMULADO	14,689.04	18,389.56	22,359.84	26,615.08	31,171.24

Nota. Elaboración propia

Como se visualiza en el flujo de caja anual presenta saldos positivos en todos los años y se puede ver que no se necesita de financiamiento ya que se cuenta con capital propio obteniendo una ganancia año a año de S/ 14,689.04. En el último del periodo la ganancia total del negocio es de S/ 31,171.24.

6.5. Evaluación económica y financiera

Para una empresa será importante contar con sus estados financieros para realizar un análisis bien minucioso y Disfruta y Celebra contara con ello para realizar una proyección de sus estados al culminar el primer año para ver si la empresa es óptima. Para poder contar con un estado financiero en primer lugar se realizará el Balance General al iniciar las operaciones y posterior realizar los estados financieros. Para realizar el Balance General inicial nos apoyaremos de la tabla inversiones.

a) Balance General Inicial

Tabla 21

Balance General Inicial

DISFRUTA Y CELEBRA E.I.R.L

BALANCE GENERAL			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
CAJA Y BANCOS	34,462.78	TRIBUTOS POR PAGAR	19,773.73
CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES		REMUNERACION Y PARTICIPACION POR PAGAR	
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO		CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES	
EXISTENCIAS	28,248.19	OTRAS CUENTAS POR PAGAR	
OTRAS CUENTAS POR COBRAR			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	62,710.97	PASIVO NO CORRIENTE	19,773.73
ACTIVO NO CORRIENTE	49,454.04	PATRIMONIO	
PROVISION DE CUENTAS POR COBRANZA DUDOSA		CAPITAL SOCIAL	61,335.00
INMUEBLE MAQUINARIA Y EQUIPO	49,454.04	RESULTADOS ACUMULADOS	31,056.28
INTANGIBLES		RESULTADO DEL EJERCICIO	
CARGAS DIFERIDAS			
TOTAL	49,454.04	TOTAL PATRIMONIO	92,391.28
TOTAL ACTIVO CORRIENTE + ACTIVO NO CORRIENTE	112,165.01	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	112,165.01

Nota. Elaboración propia

Como se puede apreciar el Balance General Inicial, presenta que el Activo Total y el Total del Pasivo y Patrimonio son de S/ 112,165.01 mismo resultado que la inversión inicial. En el Activo Corriente “Disfruta y Celebra” tiene en “Caja y Bancos” con un total de S/ 62,710.97 el cual es la suma de “Costos Indirectos” y “Capital de Trabajo”. Mientras que en el Activo No Corriente solo presenta únicas cuentas que

corresponde al “Inmueble, Maquinaria y Equipo” con un valor de S/ 49,454.04 En cuanto al Pasivo tenemos tributos por pagar, cuyo valor es de S/ 19,773.73 que es el concepto del Impuesto a la renta. En la cuenta de Patrimonio tenemos el aporte propio para iniciar la empresa en el concepto de “Capital”, cuyo valor es de S/ 61,335.00 y más el resultado aculado cuyo valor es de S/ 31,056.28, danos un entre pasivo y patrimonio un total de S/ 112,165.01.

6.6. Estados Financieros proyectados.

En este punto analizaremos la Tabla 22 presentando el Estado Financiero proyectado que corresponde al periodo 2023 al 2027 donde se podrá analizar la evolución que tiene cada año.

Tabla 22

Estados Financieros

DISFRUTA Y CELEBRA E.I.R.L

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027
I. ACTIVO		62,710.968	88,303.813	113,520.957	142,177.684	175,283.323
ACTIVO CORRIENTE		62,710.968	88,303.813	113,520.957	142,177.684	175,283.323
* Disponible		34,462.78	53,841.02	77,238.98	104,944.08	137,259.85
* Existencias		28,248.19	34,462.79	36,281.98	37,233.60	38,023.47
ACTIVO NO CORRIENTE		49,454.04	37,573.08	25,692.12	13,811.16	1,930.20
A. Activo Fijo Tangible		49,454.04	37,573.08	25,692.12	13,811.16	1,930.20
B. Activo Fijo Intangible						
TOTAL ACTIVO		112,165.01	125,876.89	139,213.08	155,988.84	177,213.52
II. PASIVO		19,773.73	20,762.42	21,800.54	22,890.57	24,035.09
PASIVO CORRIENTE						
Tributos por Pagar IGTV						
Tributos por Pagar IRTA		19,773.73	20,762.42	21,800.54	22,890.57	24,035.09
Bs Sc por Pagar						
PASIVO NO CORRIENTE						
A. Prestamo Bancario						
III. PATRIMONIO		92,391.28	74,058.20	73,633.06	77,020.74	81,415.15
Capital Social		61,335.00	61,335.00	61,335.00	61,335.00	61,335.00
Resultados Acumulados			31,056.28	43,779.47	56,077.54	71,763.28
Resultado del ejercicio		31,056.28	12,723.20	12,298.06	15,685.74	20,080.15
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	0	112,165.01	125,876.89	139,213.08	155,988.84	177,213.52
		-	-	-	-	-
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	0	1	2	3	4	5
Ventas		197737.32	207624.186	218005.395	228905.665	240350.948
Pasajes						
Costo de Ventas		112992.77	137851.18	145127.91	148934.41	152093.89
Costos Operativos		13,530.88	15,478.59	17,523.69	19,671.04	21,925.76
Utilidad Bruta		71,213.67	54,294.42	55,353.79	60,300.21	66,331.30
Gasto de Ventas		11880.96	11880.96	11880.96	11880.96	11880.96
Gastos Administrativos		8502.70	8927.84	9374.23	9842.94	10335.09
Utilidad de Operación		50830.008	33485.617	34098.602	38576.307	44115.245
Gastos Financieros		0				
Utilidad Antes de Impuestos		50830.008	33485.617	34098.602	38576.307	44115.245
Participación de los trabajadores						
Impuesto a la Renta		19,773.73	20,762.42	21,800.54	22,890.57	24,035.09
Utilidad despues de impuestos		31,056.28	12,723.20	12,298.06	15,685.74	20,080.15

Nota. Elaboración propia

Continuando con la evaluación, presentamos el estado financiero, el mismo que nos permitirá evaluar las necesidades de dinero y el tiempo y momento que "Disfruta y Celebra", lo pueda necesitar, con ello nos permitirá, revisar y tomar las decisiones de manera adecuada y pertinente.

Se puede apreciar que la utilidad después de impuestos es positivos y que el plan de marcha nos resultara para poner en marcha nuestro plan de negocios.

6.6.1. Ratios Financieros

A continuación, se mostrará el cuadro de ratios donde se analiza 3 criterios principales los cuales son Liquidez que se refiere a la facilidad con la que un activo puede convertirse en dinero, y para lo cual es importante el funcionamiento de plan de negocio Disfruta y Celebra. El segundo criterio es el de Gestión que es el análisis de cómo se encuentra las cuentas de la empresa. Por último, el tercer criterio es el de Rentabilidad y justamente la rentabilidad es el beneficio obtenido de una inversión. En concreto, se mide como la ratio de ganancias o pérdidas obtenidas sobre la cantidad invertida. Normalmente se expresa en porcentaje.

Tabla 23

Ratios Financieros

INDICES FINANCIEROS	FORMULA	VALOR
Liquidez		
Capital de trabajo	Act. C. - Pas. C	42937.24
Liquidez General	Act. C. / Pas. C	3.17
Liquidez ácida	Caja / Pas C.	1.74
Gestion		
Eficiencia de costo de ventas	Cost V / Vent neta	57.14
Eficiencia de gastos administrativos	Gast Adm / Vent Net	4.3
solvencia	Pas total / Patr	21.4
Rotacion de activos totales	Vent Net / Act Total	1.76
Rotacion de activos no corrientes	Vent Net / Act no C	4.00
RENTABILIDAD		
De ventas	Ut. Net / Ven net	15.71
ROA	Ut. Net / Act	49.52
ROE	Ut. Net / Pat net	33.61

Nota. Elaboración propia

➤ **Liquidez**

En el cierre del año uno se obtiene el capital de trabajo de S/ 42,937.24, los cuales están libres de pagar algún cargo ya que corresponde este indicador a la resta del activo corriente y el pasivo corriente (son deudas que presenta una empresa a corto plazo). La variable de índice de su liquidez corresponde a 3.17, lo cual indica que a cada unidad monetario (UM) que se encuentre registrado en el pasivo habrá 3.17 en la parte del activo corriente; se da ya que lo único que se halla en el pasivo corriente es la cuenta de tributos a pagar. Si queremos ser más rigurosos se realiza la liquidez ácida que solo toma el valor monetario de la cuenta de caja y banco y lo compara en el pasivo corriente, se obtiene la liquidez ácida correspondiente a 1.74

Como se puede apreciar los ratios de liquidez del proyectado informan que Disfruta y Celebra contará con gran liquidez, la cual cubrirá sus obligaciones ya sean financieras comerciales, o desea invertir en algún proyecto.

➤ **Gestión**

Fue anunciado en los Estados de Resultados, el porcentaje de sus costos de venta son de 57.14% (concepto que corresponde al porcentaje mayor que decrece la utilidad del periodo) y con respecto a los gastos administrativos equivalen a un 4.3%. La solvencia es de 0.043, que significa que las obligaciones a pagar que tiene la empresa equivalen al 4.3% del patrimonio, por consiguiente, no hay riesgos ante un endeudamiento. La rotación de activos totales es de 1.76, mientras que la rotación de activos no corrientes es de 4.00, esto se da porque el negocio de Disfruta y Celebra prácticamente circula mediante los activos fijos los cuales son en la cuenta de caja y

bancos, y nuestros activos no corrientes solo se utilizan para un manejo administrativo.

Según este análisis se puede deducir que la gestión de Disfruta y Celebra se da gracias a la elaboración de los servicios, y que no se cuenta con muchos activos fijos salvo lo necesario.

➤ **Rentabilidad**

La rentabilidad de venta, luego de separar de las obligaciones a pagar corresponde a 15.71%. y con respecto al ROA (Relación de la utilidad neta con el activo total) es de 49.52%, esto significa que el total de activos de Disfruta y Celebra tiene una rentabilidad de 19.33%. El ROE (utilidad del patrimonio) es de 33.61%, que representa cuanta utilidad hemos tenido con relación con los fondos propios de la empresa.

Como se pudo analizar Disfruta y Celebra tiene una rentabilidad. Sin embargo, para ser la utilidad del primer año se podría considera como una muy buena rentabilidad.

En conclusión, al estudiar estos 3 criterios podemos afirmar que en el primer año proyectado de Disfruta y Celebra es un negocio rentable con pocos riesgos y con un gran nivel para afrontar deudas.

➤ **Valor Actual Neto (VAN)**

es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce

como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN)-WACC.

Como se puede observar en el cuadro, el VAN de Disfruta y Celebra es de S/ 21,549.28 y la inversión es de S/ 61,335.

➤ **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto de inversión, y sirve para que los inversionistas decidan si participar o no en él, ya que su cálculo permite comparar el valor actual de los gastos con los ingresos que se han proyectado para más adelante. Observando que el TIR deba ser mayor al WACC para respaldar la inversión. Tabla N° 2: TIR Valor actualizado 21.00 % S/0.00 Elaboración propia (2021) se puede observar que el (TIR), se da cuando el VAN es de S/ 0.00, con este cálculo se puede apreciar que el TIR es de 21.00 %. El TIR al ser mayor que el WACC de 10 %, significa que el negocio de Disfruta y Celebra es rentable.

Tabla 24

Elaboración del Van y el Tir mediante fórmulas

INVERSION INICIAL 61335

FLUJO DE INGRESOS	
A	
AÑO	VALOR
1	197,737.32
2	207,624.19
3	218,005.40
4	228,905.67
5	240,350.95
TOTAL	1,092,623.51

FLUJO DE EGRESOS	
B	
AÑO	VALOR
1	183,048.28
2	189,234.63
3	195,645.56
4	202,290.59
5	209,179.71
TOTAL	979,398.76

FLUJO EFECTIVO NETO	
A-B	
AÑO	VALOR
1	14,689.04
2	18,389.56
3	22,359.84
4	26,615.08
5	31,171.24

FORMULACION DE DATOS	
F1=	14,689.04
F2=	18,389.56
F3=	22,359.84
F4=	26,615.08
F5=	31,171.24
n=	5 años
	10 % tasa de
i=	interes (0.10)
io=	61,335.00

$$VAN = \frac{f1}{(1+i)^{n1}} - io$$

- 61,335.00
 inversion inicial 14,689.04
 18,389.56
 22,359.84
 26,615.08
 31,171.24

VAN S/ 21,549.28

TIR 0.21

Nota. Elaboración propia

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones.

1. En el contenido del proyecto se muestra que Disfruta y Celebra, impulsara la innovación en los servicios que brindara para el rubro de celebraciones de todo tipo de fiestas y que vende la emoción de poder disfrutar un evento acorde a sus necesidades, ayudando a las personas a optimizar el tiempo de conseguir todo en un solo lugar.
2. “Disfruta y Celebra”, va a satisfacer las necesidades del mercado en cuanto a decoración y apoyo en los diseños de decoración de todo de fiestas hacia el público objetivo, el mismo que se encuentra deseoso de contar con empresas dedicadas a este giro de negocio y sobre todo con la tecnología brindada.

3. Disfruta y Celebra tiene como objetivo y un mercado potencial pequeño para poder ingresar y competir con un total de 5,225 personas. Sin embargo, nuestras ventas llegan a cubrir los costos y gastos del negocio, siendo en el mes 5 del primer año cuando se inicia a obtener ganancias en el flujo de caja.
4. Como se puede ver en los estados de financieros El negocio de Disfruta y Celebra es un negocio rentable puesto que según el VAN y el TIR son positivos se observa que tendrá y se logrará la recuperación de la inversión en cada año obteniendo en el año 5 una ganancia de S/ 20,080.15.

7.2 RECOMENDACIONES

1. Después de todo el estudio realizado se sugiere la realización del proyecto por los resultados financieros, económicos y tecnológicos hallados.
2. “Disfruta y Celebra”, debe estar en constante capacitación, para ofrecer las tendencias modernas con respecto a los diseños que desea el público en decoración de fiestas y poder satisfacer las exigencias de los clientes.
3. Evaluar la posible expansión de Disfruta y Celebra; como empresa, a otros distritos de Ica, de similares características a la de los clientes a los que se encuentran dirigido la propuesta de valor. Esto podría darse a partir del tercer o cuarto año de funcionamiento, como una estrategia de crecimiento.
4. Recopilar información para poder realizar estrategias de venta que sean efectivas para poder tomar decisiones en marquetear nuestros productos y/o servicios que vayan dirigidos a nuestros clientes objetivos.

7.3 Referencias Bibliográficas

Clark, Osterwalder & Pigneur, (2012). Tu modelo de negocio. Obtenido de

<https://webapliacion.apn.gob.pe>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. Características de la Micro y Pequeñas Empresas. Obtenido de

<https://www.sunat.gob.pe/orientación/mypes/caracteristicasmicroPequenaEmpresa.html>

La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. Son personas jurídicas, formadas exclusivamente por una persona natural, con patrimonio propio y distinto al del titular, que realizan actividades de carácter netamente comercial.

Obtenido de <https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-una-empresa-individual-de-responsabilidad-limitada-eirl>

Mapa de empatía. La Herramienta Perfecta para Conocer a tu Cliente. Obtenido de.

<https://innokabi.com › mapa-de-empatía>

Cómo crear un perfil empresarial. El perfil de la empresa le permite anunciar los detalles de sus servicios, objetivos y experiencia a los clientes potenciales, y es responsable de crear una buena primera impresión a los interesados. Obtenido

de. <https://www.estartap.com › como-crear-un-perfil-empresa>

Qué son la visión y la misión de una empresa. La misión, como ya hemos definido, es la razón de ser, pero, en cambio, la visión se refiere a dónde se dirige esta compañía y cuáles son sus metas a medio y largo plazo. Obtenido de.

<https://www.bizneo.com › blog › misión-de-una-empresa>

FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa. Obtenido de. <https://www.analisisfoda.com>

5fuerzas de Porter: qué son y para qué sirven. Conforman un modelo de estudio de la estructura competitiva de una industria Obtenido de.
<https://www.simla.com › blog › las-5-fuerzas-de-porter>

El análisis del macroentorno de una empresa. Nos referimos a la serie de condiciones o factores que existen y afectan al funcionamiento de todas las empresas y, a su vez, a la economía en su conjunto, en lugar de a un sector o región en particular. Obtenido de. <https://www.grupoioe.es-macroentorno-de-una-empresa>.

Cómo hacer un estudio de mercado. Es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama. Obtenido de. <https://www.infoautonomos.com-Estudio-de-mercado>.

Como analizar la competencia directa e indirecta en tu pyme. Obtenido de. <https://www.gestionar-facil.com -métodos-prácticos>.

Marketing Mix: Qué Es y Cómo Aplicarlo en Tu Empresa. Es un análisis de estrategia de aspecto interno y desarrollado comúnmente por las empresas. Obtenido de. <https://www.genwords.com ›portada-blog>

Macrolocalización: concepto, factores, para qué sirve. También llamada macro zona, Es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Obtenido de <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com ›>

Costos directos e indirectos de un proyecto. Los costos son todos aquellos gastos en los que incurre una empresa. Costos indirectos, son todas las empresas que tienen gastos. Obtenido de. <https://obsbusiness.school-blog>

ISO 9001 – Certificación – Sistemas de gestión de la calidad. Es una norma internacional de gestión de la calidad aplicable a cualquier tipo de organización. Obtenido de. <https://www.nqa.com-es-pe-certificacion>

Certificación ISO 14001 gestión ambiental – AENOR. Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) es una norma internacional que permite a las empresas demostrar el compromiso asumido con la protección del medio ambiente a través de la gestión de los riesgos medioambientales asociados a la actividad desarrollada. Obtenido de. <https://www.aenor.com-gestion-ambiental>.

Norma ISO 50001: Certificación de sistemas de gestión de energía. La norma ISO 50001 establece un marco internacional para el suministro, uso y consumo de energía en organizaciones industriales, comerciales e institucionales. Obtenido de. <https://www.sgs.com-es-es-energy-audist-and-management>.

ISO 45001: Sistemas de gestión de la salud y la seguridad. Es la nueva norma de la Organización Internacional de Normalización (ISO) sobre la seguridad y salud en el trabajo (SST). Obtenido de. <https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com>

Gestión de la continuidad del negocio ISO 22301. Es una norma internacional de gestión de continuidad de negocio. Esta ha sido creada en respuesta a la fuerte demanda internacional que obtuvo la norma británica original, BS 25999-2 y otras normas. Obtenido de. <https://www.bsigroup.com>

ISO 27001 Certificación Seguridad de la Información – AENOR. Es una norma internacional que permite el aseguramiento, la confidencialidad e integridad de los datos y de la información, así como de los sistemas que la procesan. obtenido de. <https://www.isotools.org-normas-riesgos-y-seguridad>.

ISO 31000:2018(es), Gestión del riesgo — Directrices. s la norma internacional para la gestión del riesgo. Al proporcionar principios integrales y directivas, esta norma ayuda a las organizaciones con su análisis y evaluación de riesgos. Obtenido de. <https://www.iso.org-obp>.

Sostenibilidad Certificación SA 8000: responsabilidad social. Es un estándar de certificación internacional que fomenta en las empresas el desarrollo, el mantenimiento y la aplicación de prácticas socialmente aceptables en el puesto de trabajo. Obtenido de. <https://www.sgs.pe.-audit-certification-and-verification>.

El Green Design Institute (GDI) de la Universidad Carnegie Mellon busca realizar, fomentar y promover la conservación del medio ambiente. Obtenido de <http://www.cmu.edu.-gdi>

Ratio de liquidez | Diccionario financiero - Funding Circle. Son un conjunto de indicadores y medidas cuyo objetivo es diagnosticar si una empresa es capaz de generar tesorería, es decir, si tiene capacidad de convertir sus activos en liquidez a corto plazo. Obtenido de. <http://www.fundingcircle.com-diccionario-financiero>.

Indicadores Financieros: Ratios de Gestión | Contabilidad. Los ratios financieros de gestión o actividad sirven para detectar la efectividad y la eficiencia en la gestión de la empresa. Obtenido de. <http://www.noticierocontable.com-finanzas>.

Ratios de rentabilidad, qué son y cómo calcularlos – Ekon. Son indicadores del rendimiento de una empresa. $\text{Activos Totales y ROE} = \text{Beneficio Neto} / \text{Fondos propios}$. Obtenido de <http://www.ekon.es-blog>.

VAN | Datosmacro.com. El Valor Actual Neto (VAN) sirve para valorar la rentabilidad de una inversión en unidades monetarias. Obtenido de <http://economia.com-van-concepto>.

Tasa interna de retorno (TIR) | 2022 – Economipedia. La TIR es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad. Obtenido de <https://economipedia.com>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), En el marco de su política de difusión, presenta el documento “Resultados Definitivos del departamento de Ica”, que contiene información relevante y de gran utilidad para las instituciones públicas y privadas, investigadores. Obtenido de. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones>.

Distritos del departamento de Ica. El departamento de Ica, que tiene como capital a la ciudad de Ica, está conformado por 5 provincias y 43 distritos. Obtenido de <https://www.gob.pe-ica-informacion-territorial>.

7.4 ANEXOS

Anexo A: Modelo de Encuesta Organización de Eventos a través de Plataforma Online

E-mail:

Nombre y Apellido:

Preguntas:

1. **¿Alguna vez ha contratado un servicio de organización de eventos?**

Si la respuesta a la pregunta fue Sí, ¿Para qué tipo de evento?

2. **¿Te gustaría celebrar el evento con tus familiares y amigos que se encuentren lejos?**

3. **¿Te gustaría que una empresa se encargue de toda la organización de tu evento?**

4. **¿Qué servicios te gustaría incluir en la organización de tu evento?**

() Básico: Crear lista de regalos; decoración y catering.

() Estándar: Crear lista de regalos; decoración: catering y animación virtual por una hora.

() Premium: Crear lista de regalos; selección de temática e invitaciones al evento; decoración: catering; animación virtual por una hora y media; videoconferencia virtual.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por la realización de un evento?

- De S/ 551 a S/850
- De S/ 851 a S/1,150
- De S/ 1,151 a S/1,450
- De S/ 1,451 a mas

6. ¿Qué medio de pagos le gustaría utilizar con más frecuencia?

- Efectivo
- Transferencias
- Pago por aplicativos (plin, yape, tarjeta de créditos)