



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA PROVINCIA DE HUANTA**

**PRESENTADA POR
WINNY IBETH PARIONA RAMÍREZ**

PLAN DE NEGOCIOS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE ORGANIZACIÓN

DE EVENTOS EN LA PROVINCIA DE HUANTA

Presentado por:

Bachiller: Winny Ibeth Pariona Ramírez

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN

ADMINISTRACIÓN

Lima – Perú

2018

ÍNDICE

RESÚMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	12
1.1 Nombre o razón social.....	12
1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU).....	13
1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	14
1.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	19
1.4.1 Objetivos de la Empresa	19
1.4.2 Principios de la Empresa en Marcha.....	19
1.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa característicos.....	20
1.6 Estructura Orgánica	20
1.7 Cuadro de asignación de personal.....	23
1.8 Forma Jurídica Empresarial.....	26
1.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	28
1.10 Requisitos y Trámites Municipales	28
1.10.1 Base Legal.....	28
1.10.2 Requisitos Generales.....	29
1.10.3 Requisitos Específicos (Licencia de Funcionamiento)	30
1.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades ...	30
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	31
1.13 Régimen Laboral Especial	32
1.14 Modalidades de Contratos Laborales.....	35
1.15 Contrato Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas.....	35
1.15.1 Contratos Comerciales	35
1.15.2 Responsabilidad Civil de los Accionistas	35
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	37
2.1 Descripción del Entorno del Mercado.....	37
2.1.1 Macro Entorno del Mercado.....	37
2.1.2 Micro Entorno del Mercado.....	47
2.2. Ámbito de Acción del negocio	48
2.3 Descripción del bien o del servicio.....	52
2.3.1. Servicio de Organización de Eventos	52
2.4 Estudio de la Demanda.....	67
2.5 Estudio de la Oferta.....	70
2.5.1 Oferta en la Organización de Eventos en el Perú	70

2.5.2 Oferta en la Organización de Eventos en el Departamento de Ayacucho	79
2.5.3. Oferta en la Organización de Eventos en la Provincia de Huanta.....	82
2.6 Determinación de la demanda insatisfecha.....	82
2.7 Proyecciones y provisiones para comercializar	85
2.8 Descripción de la política comercial.....	88
2.9 Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	95
CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO	101
3.1 Tamaño del negocio, Factores determinantes	101
3.2 Proceso y Tecnología	106
3.2.1 Descripción y diagrama de los procesos	106
3.2.2 Capacidad instalada y operativa	112
3.2.3 Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos	116
3.2.4 Infraestructura y características físicas.....	117
3.3 Localización del negocio, Factores determinantes	121
3.3.1 Localización del Negocio.....	121
3.3.2 Factores Determinantes	122
CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	125
4.1 Inversión Fija	125
4.1.1 Inversión Tangible	125
4.1.2 Inversión Intangible	127
4.2 Capital de Trabajo	128
4.3 Inversión Total.....	128
4.4 Estructura de la inversión y financiamiento.....	129
CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS.....	131
5.1. Presupuestos de los Costos	131
5.2 Punto de Equilibrio.....	134
5.3 Estado de Ganancias y Pérdidas	135
5.4 Presupuestos de Ingresos.....	135
5.5 Presupuestos de Egresos	137
5.6 Flujo de Caja Proyectado	138
5.7 Balance General	138
CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN	139
6.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición	139
6.2 Evaluación Social.....	140
6.3 Impacto Ambiental	142
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	144

7.1	Conclusiones.....	144
7.1.1.	Conclusión General.....	144
7.1.2.	Conclusiones Específicas	144
7.2	Recomendaciones.....	145

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Métodos de Factores Ponderados de Localización para el Plan de Negocio.....	15
Tabla 2: Cuadro para Asignación de Personal – Gerencia General.....	24
Tabla 3: Cuadro para Asignación de Personal – Personal Externo.....	25
Tabla 4: Cuadro para Asignación de Personal – Personal Administrativo.....	25
Tabla 5: Cuadro para Asignación de Personal – Personal de Apoyo.....	25
Tabla 6: Cuadro de Diferencias entre el T-Registro y Plame.....	31
Tabla 7: Tabla de remuneraciones del Personal de WiLove Event Planner.....	32
Tabla 8: Tabla de remuneraciones del Personal Externo de WiLove Event Planner.....	32
Tabla 9: Población Estimada por Grupo de Edades en el Distrito de Huanta.....	40
Tabla 10: Población Estimada por Grupo de Edades en el Distrito de Huanta.....	67
Tabla 11: Estimaciones de Eventos Mensuales (Cliente del grupo A).....	96
Tabla 12: Estimaciones de Eventos Mensuales (Cliente Grupo B).....	97
Tabla 13: Estimaciones de Eventos Anuales (Cliente Grupo A) – Cantidad de Eventos..	98
Tabla 14: Estimaciones de Eventos Anuales (Cliente Grupo B) – Cantidad de Eventos..	98
Tabla 15: Estimaciones de Eventos Anual (Cliente Grupo B) Precio por Eventos.....	99
Tabla 16: Estimaciones de Eventos por Semana (Cliente Grupo A).....	102
Tabla 17: Estimaciones de Eventos por Mes (Cliente Grupo A).....	103
Tabla 18: Estimaciones de Eventos por Mes (Cliente Grupo B).....	105
Tabla 19: Etapas de un Evento.....	107
Tabla 20: Ingresos y Egresos en los Eventos.....	108
Tabla 21: Estimaciones de Eventos por Mes (Cliente Grupo A).....	113
Tabla 22: Estimaciones de Eventos por Mes (Cliente Grupo B).....	115
Tabla 23: Estructura de los Activos Tangibles de Wilove Event Planner.....	116
Tabla 24: Estructura de los Activos Intangibles de Wilove Event Planner.....	117
Tabla 25: Estructura del Capital de Trabajo de Wilove Event Planner.....	117
Tabla 26: Cuadro de Métodos de Factores Ponderados de Localización para el Plan de Negocio.....	122
Tabla 27: Inversión Tangible.....	126
Tabla 28: Inversión Intangible – Trámites de Constitución.....	127
Tabla 29: Capital de Trabajo.....	128
Tabla 30: Capital de Trabajo.....	129
Tabla 31: Aportes de la Inversión.....	129
Tabla 32: Costos de Insumos.....	131
Tabla 33: Costos de Mano de Obra.....	132
Tabla 34: Costos Indirectos.....	132
Tabla 35: Depreciación de Equipos y Mobiliarios.....	133
Tabla 36: Gastos de Producción y Ventas.....	133
Tabla 37: Gastos Administrativos.....	133
Tabla 38: Gastos administrativos (Externo).....	133
Tabla 39: Gastos de Seguridad.....	133
Tabla 40: Estado de Ganancias y Pérdidas.....	135
Tabla 41: Demanda Proyectada.....	136
Tabla 42: Precio de Principales Servicios.....	136
Tabla 43: Ingresos Anuales Proyectados por Servicios.....	137
Tabla 44: Presupuestos de Egresos.....	137
Tabla 45: Flujo de Caja Proyectado.....	138

Tabla 46: Balance General.....	138
Tabla 47: Evaluación Económica.....	139

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Descripción de categorías de la CIU.	14
Figura 2: Ubicación del Proyecto de Negocio – Foto del Plano.	18
Figura 3: Ubicación del Proyecto de Negocio – Foto de Fachada.	18
Figura 4: Estructura Orgánica de la empresa WiLove Event Planner.	21
Figura 5: Localización Departamental, Provincial, Distrital y Local de Wilove Event Planner.	39
Figura 6: Estructura Empresarial del Departamento de Ayacucho.	43
Figura 7: Empleo en el Sector Privado.	47
Figura 8: Etapas del Proceso Administrativo.	55
Figura 9: Paquetes de Servicio de Wilove Event Planner.	68
Figura 10: Estimaciones de Eventos por Semana (Cliente Grupo A).	102
Figura 11: Figuras del Flujograma.	110
Figura 12: Flujograma de la empresa WiLove Event Planner.	111
Figura 13: Plano de Oficina de Wilove Diseño y Organización de Eventos S.A.C.	121

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Requisitos para el Licenciamiento de Funcionamiento.....	149
Anexo 2: Formato para la obtención de la Licenciamiento de Funcionamiento.	150

RESÚMEN EJECUTIVO

La motivación que me ha llevado a escoger un plan de negocio como proyecto, ha sido mi espíritu inquieto y emprendedor. Durante años tuve la necesidad de emprender un negocio propio; sin embargo, ninguno llegó a concretarse sino hasta el mes de mayo del presente año.

La idea de hacer felices a las personas que más quiero, fue el punto de partida para seguir con este proyecto que me llena de dicha, pues gracias a mis habilidades blandas tuve la oportunidad de desenvolverme con la creatividad a flor de piel en un lugar donde crecí y me formé; mi hogar.

Dicho espacio fue el estrado para desarrollar una de las tantas inspiraciones que quería lograr y es ahí que nació la idea de decorar ambientes para una fecha especial; sin embargo, al ver que mis ganas de empezar un negocio era tan grande, empecé a buscar la mejor oportunidad para dar inicio a mis sueños y es así que planifiqué vender ramos florales para el Día de la Madre, tuve tres meses; a partir de febrero para planearlo con apoyo de Paulina, mi madre y Jessica, mi mejor amiga, hasta que llegó el segundo domingo de mayo y mi persona, encontrándose en Lima, hizo todo lo necesario para llevar los mejores ramos florales y vanguardistas a la Provincia de Huanta, concluyendo con una de las mejores decisiones y riesgos que tomamos ya que el resultado fue un éxito.

Desde ese momento el diseño, en todas sus facetas, fue un gran aporte a mi espíritu emprendedor, ya que después del éxito que tuvimos con la venta de flores con valor agregado, la idea de decorar espacios para fechas exclusivas fue en aumento. A parte de haber decorado mi hogar para el Día de la Madre; actividad que hizo que mi familia gozara de mi creatividad, decoré la fiesta de Jessica, ahora

una de mis socias, cuya expectativa fue muy positiva por la gratitud que recibí por sus invitados, luego decoré los 50 años de mi tía, el cual gracias al éxito de su fiesta, un amigo de la familia, me dio la oportunidad de decorar un evento mucho más grande y remunerado, por otro lado me brindó la posibilidad de capacitarme en la industria de Organización de Eventos, capacitación que se multiplicó y aportó a mi formación creativa en dicho sector.

Con la realización del presente proyecto, a un nivel mucho más profesional de la que ya ejerzo de manera empírica, me da la posibilidad de enriquecer el negocio con mayor información y ver si realmente puede ser viable y rentable económicamente en una provincia donde aún el boom de la industria de eventos no es tan explotado.

El objetivo de esta idea de negocio es analizar la viabilidad de la implementación de una empresa de servicios de organización de eventos teniendo como área de actuación la Provincia de Huanta. El nombre comercial de la idea de negocio será *Wilove Event Planner*, y a través de ésta y dependiendo de la clase de evento que el cliente demande, se desarrollarán las siguientes actividades:

- Asesoramiento Integral de todo lo que el cliente necesita para la realización de su evento de carácter festivo o de carácter corporativo, siempre adaptado a lo que el cliente necesite, ofreciendo así un servicio totalmente personalizado.
- Contratación, seguimiento y control de todos los servicios demandados por el cliente. La empresa deberá asegurarse en todo momento que el evento está desarrollándose tal y como el cliente lo desea.

- Además de los eventos tradicionales que suelen realizar otras empresas competidoras, nuestra empresa emprenderá, como elemento diferenciador, la práctica del vanguardismo en todas las temáticas que ofreceremos al mercado de la provincia de Huanta, ello con la finalidad de no incurrir en ofrecer lo común o lo que ya se ofrece desde hace muchos años atrás.

Bajo dichos parámetros, las actividades a desarrollar, serán realizadas por agentes dotados de enseñanzas y con experiencia en la industria de organización de eventos.

Wilove Event Planner será una empresa que satisfaga todas las necesidades, expectativas y exigencias de sus clientes, ofreciendo una novedosa propuesta que consiste en organizar una amplia red de logística de proveedores contratados por tercerización para la realización de eventos personalizados y a la medida de cada cliente. Al realizar toda logística del evento, y además cubrir la necesidad de los servicios alimentarios, con marcas reconocidas y escogidas directamente por el cliente desde nuestro portafolio, personalmente o a través de nuestra página de Internet, nos catalogaremos como una empresa que brinde un servicio integral, manejando un concepto novedoso y vanguardista en el mercado.

Finalmente, para lograr concretizar la idea de negocio, se desarrollará la estructura del plan de acuerdo a siete pilares así como; la organización y aspectos legales, estudio de mercado, estudio técnico, estudio de la inversión y financiamiento, estudio de los costos, ingresos y egresos, la evaluación y finalmente las conclusiones y recomendaciones, mismos que serán explicados en líneas siguientes.

CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1 Nombre o razón social

La Razón Social es la denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa, es decir, se trata de un nombre oficial y legal que aparece en la documentación que permite constituir a la persona jurídica en cuestión. Desde este enfoque y gracias a la búsqueda exhaustiva de una razón social sin duplicidad, la razón social de la empresa será: Wilove Diseño y Organización de Eventos S.A.C., más adelante mencionado como su nombre comercial; *WiLove Event Planner*. Dicho nombre refleja el significado de lo siguiente:

Wilove: El término *Wilove* está compuesto por dos acrónimos y una palabra en inglés. La primera letra refiere al nombre de Winny y la segunda refiere al nombre de Ibeth, éstas dos componen los nombres de la emprendedora de la idea de negocio. Dichos acrónimos están seguidas de la palabra *Love* que en español significa amor, y desde una óptica personal, el término íntegro de *WiLove* recae en el amor al nombre que lleva y más aún cuando las personas, entre los familiares, amigos y conocidos mencionan de manera sucesiva el *nickname* (apodo) de Wi.

Diseño: Según la RAE.es. (2017) el diseño, es la concepción original u obra destinados a la producción en serie.

Organización: Según Montano, J. (s.f) quien cita a Reyes, A.; primer tratadista de Administración de Empresas hispanoamericano, refiere que la organización es la estructuración técnica de las relaciones que debes existir, entre las funciones, niveles y/o actividades de los elementos materiales y

humanos de un organismo social, con el fin de lograrse su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos establecidos con anterioridad.

Eventos: Di, A. (2015) señala que un evento, es ante todo una herramienta de gestión táctica del área de Marketing y de Relaciones Públicas de una empresa o institución, es decir, es una excelente oportunidad para tomar contacto directo y personalizado con nuestros clientes y futuros clientes. Es así que la organización de un acondicionamiento especial no tiene nada de eventual, por lo que debe ser concebido y ejecutado de acuerdo a los más altos estándares de calidad organizativa y estilo ya que la organización de un acontecimiento especial demanda gran profesionalismo y dedicación esmerada.

1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

En el país, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2010) ha establecido oficialmente la adopción de la nueva revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4), lo cual permitirá establecer un esquema conceptual uniforme a fin de contar con información más real a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios.

A continuación, se detalla la sección, división, grupo y clase de la empresa *WiLove Event Planner*.

Sección División Grupo Clase	Descripción de categorías de la CIIU Revisión 4
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas
90	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento
900	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento
9000	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento
91	Actividades de bibliotecas, archivos y museos y otras actividades culturales
910	Actividades de bibliotecas, archivos y museos y otras actividades culturales
9101	Actividades de bibliotecas y archivos
9102	Actividades de museos y conservación de lugares y edificios históricos
9103	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de reservas naturales
92	Actividades de juegos de azar y apuestas
920	Actividades de juegos de azar y apuestas
9200	Actividades de juegos de azar y apuestas
93	Actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas
931	Actividades deportivas
9311	Gestión de instalaciones deportivas
9312	Actividades de clubes deportivos
9319	Otras actividades deportivas
932	Otras actividades de esparcimiento y recreativas
9321	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos
9329	Otras actividades de esparcimiento y recreativas n.c.p.

Figura 1: Descripción de categorías de la CIIU.

Fuente: Elaboración en base a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (Revisión 4) por el INEI. (2010).

Tal como se puede observar, la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de *WiLove Event Planner* está dentro de la Sección “R” denominada “Actividades Creativas, Artísticas y de Entretenimiento”, la misma que se encuentra en la división 900 y sub división 9000 que también establecen la misma denominación.

1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

WiLove Event Planner estará ubicado en el Distrito y Provincia de Huanta del Departamento de Ayacucho. La ciudad de Huanta también conocido como la “Bella Esmeralda de los Andes”, es la segunda ciudad más poblada de la región luego de la capital Huamanga, con una población aproximada de 93,000 habitantes según INEI (2015) y está ubicada a 2,642 msnm donde

radica el 92% de su población total la cual recae en 70 000 habitantes aproximadamente.

El proyecto de negocio será implementado en Huanta por razones vivenciales y personales; sin embargo, para explicar metódicamente la localización del proyecto de negocio, se tomó en consideración el “Método de Factores Ponderados de Localización” tomando en cuenta 6 factores, las cuales son: i) Proximidad a los Clientes, ii) Disponibilidad de Mano de Obra, iii) Calidad de Vida, iv) Costo de Localización, v) Sistema de Transporte y vi) Competencia.

Tabla 1: Métodos de Factores Ponderados de Localización para el Plan de Negocio.

Factores a evaluar	Ponderación (1% al 100%)	Huanta (HTA)	Huamanga (HGA)	Santa Anita (S.A)	HTA (P)	HGA (P)	S.A (P)
Proximidad a los clientes	90	5	2	1	450	180	90
Disponibilidad de M.O	80	5	3	1	400	240	80
Calidad de vida	70	4	5	5	280	350	350
Costo de localización	50	5	2	4	250	100	200
Sistema de transporte	30	3	4	5	90	120	150
Competencia	20	5	3	1	100	60	20
					1570	1050	890

La proximidad a los clientes es el factor con mayor ponderación, pues se cree que para incursionar a la industria de la organización de eventos, se debe conocer muy bien el mercado, de ser posible, se debe manejar una cartera de clientes y potenciales clientes para brindarles un servicio

personalizado, innovador y vanguardista en el diseño y planificación de los eventos que ellos requieren. Por tal, como conocedora de la ciudad de Huanta y en sí conocedora del segmento de clientes con los cuales se puede trabajar, en Huanta encontramos mayor proximidad de clientes que en Huamanga y Lima; sin embargo, ello no quiere decir que sólo nos localizaremos en Huanta; más por el contrario, nuestro primer mercado objetivo a corto plazo será dicho distrito, seguido de un objetivo a largo plazo que será el posicionamiento de la marca en la región.

Como segundo factor encontramos la Disponibilidad de Mano de Obra. De acuerdo a lo comentado en líneas anteriores, al conocer el mercado de Huanta, la mano de obra que será parte del equipo de *WiLove Event Planner*, será rápidamente conseguido, puesto que en Huanta se encuentran familiares y amigos con quienes se puede contar para la realización de los eventos.

Este factor es bastante importante, puesto que el equipo de trabajo debe caracterizarse por ser un staff de conocedores del servicio, quienes a su vez se desenvuelvan de una manera eficiente y eficaz para la satisfacción de nuestros clientes, por otro lado, éstos deben estar en constante capacitación por lo que conocerlos y tenerlos en la ciudad de Huanta será mucho más económico y no se incurrirá en traslados costosos.

El tercer factor es la calidad de vida, es decir, la capacidad adquisitiva que posee el mercado de Huanta ante la posibilidad de demandar la organización de sus eventos. De acuerdo al cuadro del Método de Factores Ponderados, la capital tiene mayor puntaje, pues por razones obvias, el desarrollo y la

economía en Lima es mucho más elevado a diferencia de la región de Ayacucho.

Como cuarto factor se tiene el Costo de Localización dónde Huanta tiene mayor puntaje que Huamanga y Lima, porque en dicha ciudad se cuenta con una ubicación estratégica para el alquiler de la empresa, con un costo bastante accesible y negociable por tratarse de una negociación familiar la cual no se tiene en Huamanga tampoco en Lima.

El quinto factor es el Sistema de Transporte. Es importante destacar que Huanta tiene menor puntaje que Lima y Huamanga, puesto que, cuando el negocio se encuentra en provincia, el abastecimiento es tardío a comparación de Lima o en su defecto Huamanga que se encuentra a 8 horas vía terrestre.

Finalmente, la Competencia en la industria de organización de eventos integrales es casi nula en la ciudad de Huanta, pues no existe una empresa similar a la que *WiLove Event Planner* desea implementar; sin embargo, en la ciudad de Huamanga ya existen algunas marcas que están empezando a ser reconocidos como empresas de eventos integrales, por otro lado, en el mercado de Lima, ya la oferta está bastante copada, por tal motivo, en cuanto a la competencia, Huanta posee mayor ventaja que las dos otras ciudades.

Por todos los factores explicados líneas arriba, se decidió ubicar a *WiLove Event Planner* en la ciudad de Huanta, exactamente en el Jr. Miguel Untiveros N° 504 – Frente a la Plaza de Los Héroes, segunda plaza más concurrida después de la Plaza de Armas principal.

A continuación, se detalla mediante una imagen de plano y fachada la ubicación del proyecto de negocio.



Figura 2: Ubicación del Proyecto de Negocio – Foto del Plano.
Fuente: Google Maps. (2013).



Figura 3: Ubicación del Proyecto de Negocio – Foto de Fachada.
Fuente: Google Maps. (2013).

1.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

1.4.1 Objetivos de la Empresa

Objetivo General a largo plazo:

- Ser la empresa líder en la industria de la organización de eventos integrales en el Departamento de Ayacucho.

Objetivos Específicos a corto plazo:

- Ser la mejor alternativa en la industria de organización de eventos integrales en el mercado local.
- Satisfacer las grandes exigencias de nuestros clientes, cumpliendo con los requisitos establecidos en el contrato de servicio.
- Garantizar la calidad y cumplir con los plazos establecidos contratando a proveedores de confianza y capacitada en su respectivo rubro.
- Contribuir con el desarrollo comercial de la provincia de Huanta a través de servicios vanguardistas de la industria.

1.4.2 Principios de la Empresa en Marcha

- **Compromiso y Responsabilidad:** *WiLove Event Planner* responderá por sus actos, obras y acciones, así como las promesas y obligaciones adquiridas con nuestros clientes.
- **Servicio:** *WiLove Event Planner* ofrecerá satisfacción destacando empatía, eficiencia y eficacia.
- **Lealtad:** *WiLove Event Planner* integrará a un equipo de trabajo leal con la empresa, el cliente y el proveedor.

- **Integridad:** *WiLove Event Planner* se ceñirá en la práctica de las buenas conductas, el honor, la honradez y la rectitud haciendo énfasis en el respeto y la honestidad para con nuestros clientes y proveedores.

1.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa característicos

Según Castillo, A. (2016) explica que el Artículo 3 de la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa fue modificado y redactado de la siguiente forma:

Las características de la MYPE deben reunir los siguientes criterios:

- **Microempresa:** De uno hasta diez trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) que suma el monto de S/ 622,500.00.
- **Pequeña empresa:** De uno hasta cien trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) que suma el monto de S/ 7'055,00.00.

Donde el Valor de la UIT para el Ejercicio 2018 es de S/. 4,150.

En tal sentido *WiLove Event Planner*, al ser una micro empresa la cual próximamente iniciará con su actividad económica, será regida por dichos parámetros que son controlados por la SUNAT.

1.6 Estructura Orgánica

La estructura orgánica es la forma en que están cimentadas y ordenadas las unidades administrativas de una institución, organización u órgano y la

relación que guarda entre sí, dicho de otra manera se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la empresa u organización en cuanto a las relaciones entre el o los gerentes y los colaboradores.

La estructura orgánica de *WiLove Event Planner*, partirá a partir de la Junta General de Accionistas la cual estará representada por tres miembros (Winy Pariona, Paulina Ramírez y Jessica Cárdenas) quienes a su vez, se distribuirán los cargos como el de Gerente General y/o Administrador, Asistente Administrativo y Asistente Operativo.

Por otro lado, se ha visto por conveniente tener a un abogado y un contador externos con la finalidad de que éstos puedan controlar las actividades de su conocimiento en el tiempo óptimo.

Desde los cargos mencionados líneas arriba, la estructura orgánica de *WiLove Event Planner* recae en el siguiente organigrama.



Figura 4: Estructura Orgánica de la empresa *WiLove Event Planner*.

La organización es la segunda función administrativa después de la planeación y antes de la dirección y el control. Esta permite una mejor asignación y un uso más eficiente de los recursos de la empresa necesarios para llevar a cabo las actividades y tareas necesarias, a su vez para desarrollar y aplicar las estrategias y alcanzar los objetivos establecidos en la planeación; pero además, permite una mejor coordinación entre las diferentes unidades orgánicas de la empresa, y un mejor control del desempeño del personal así como de los resultados.

Tal como se explica líneas arriba, una óptima organización permite alcanzar los objetivos empresariales, por tal, para estar alineados con dicha óptica se deberá tener en cuenta la misión, visión y los valores de la empresa. En ese sentido, *WiLove Event Planner* tiene como misión, visión y valores los siguientes criterios.

Misión: Hacer que el sueño de nuestros clientes, el de tener un evento espectacular, se convierta en realidad, prestando un servicio de diseño, creación, planificación y ejecución de eventos integrados y de carácter vanguardista.

Visión: Para el año 2020, ser la empresa líder como empresa referente en el sector de la organización de eventos, partiendo de un trabajo profesional, innovador y a través de la mejora constante de los servicios que ofrecemos.

Valores:

- **Resolución:** Dar respuesta a todas las necesidades de nuestros clientes de manera rápida y efectiva.

- **Innovación:** Anticiparnos al cambio y estar al día de las tendencias de nuestro sector para implementarlas en los servicios que ofrecemos.
- **Superación:** Mejorar día a día en el desarrollo de nuestro trabajo y nuestros servicios.
- **Confianza:** Establecer relaciones de confianza con nuestros clientes basadas en un servicio comprometido y transparente.
- **Ilusión:** Hacer de nuestro trabajo nuestra pasión.

1.7 Cuadro de asignación de personal

El Cuadro de Asignación de Personal (CAP) es un documento técnico normativo de gestión institucional que contiene los cargos que una entidad prevé como necesarios para su normal funcionamiento en base a su estructura orgánica vigente y durante un periodo de tiempo determinado.

En ese sentido, la estructura orgánica vigente de *WiLove Event Planner* presentará en su organización los siguientes niveles de gestión:

1. **Órgano Deliberativo:** La junta general de accionistas.
2. **Órganos de Dirección:** La gerencia general (Administración)
3. **Órganos de Asesoramiento:** La asesoría legal y la asesoría contable.
4. **Órganos de Línea y Apoyo:** La Asistencia Administrativa y la Asistencia de Operaciones.

La estructura orgánica tiene como premisas principales, la atención eficiente a sus clientes y los servicios que facilitará, acorde con la misión empresarial y los objetivos previstos para lograr ser una empresa eficiente.

Los criterios tomados en cuenta para diseñar los diversos niveles son las siguientes:

- **Tercerización de Actividades**

Es conveniente que los servicios más complejos sean asumidos por empresas del medio, bajo la supervisión y control de *WiLove Event Planner*, como uno de los medios para alcanzar la máxima eficiencia en la ejecución de tareas. La Junta General de Socios debe establecer una política empresarial a fin de dar algunos servicios o actividades por servicio de terceros.

- **Competencia**

Como herramienta para alcanzar la eficiencia, se debe buscar los siguientes objetivos:

- Líderes en servicio al cliente, por la personalización del mismo, mejora de imagen institucional y servicio de post venta.
- Líderes en costos, por la mejora de la eficiencia y productividad (menor costo de procesos y creación de cultura de calidad en los trabajadores).
- Líderes en calidad, de producto, por alcance y cobertura adecuada.

Tabla 2: Cuadro para Asignación de Personal – Gerencia General.

I		GERENCIA GENERAL					
N° Orden	Cargo Estructural	Código	Clasificación	Total	Situación del cargo		Cargo de confianza
					O	P	
001	Gerente General (Administrador)	370111ECIII	EC	01	01		01
TOTAL GERENCIA GENERAL				01	01		01

Tabla 3: Cuadro para Asignación de Personal – Personal Externo.

II		OFICINA DE ASESORÍA EXTERNA					
N° Orden	Cargo Estructural	Código	Clasificación	Total	Situación del cargo		Cargo de confianza
					O	P	
001	Asesor Legal Externo	37043EC II	EC	01			
002	Asesor Contable Externo	37043EC II	EC	01			
TOTAL ASESORIA EXTERNA				02			

Tabla 4: Cuadro para Asignación de Personal – Personal Administrativo.

III		GERENCIA ADMINISTRATIVA					
N° Orden	Cargo Estructural	Código	Clasificación	Total	Situación del cargo		Cargo de confianza
					O	P	
001	Asistente Administrativo	37064EJI	SP-EJ	01	01		
TOTAL ADMINISTRATIVA				01	01		

Tabla 5: Cuadro para Asignación de Personal – Personal de Apoyo.

III		GERENCIA OPERATIVA					
N° Orden	Cargo Estructural	Código	Clasificación	Total	Situación del cargo		Cargo de confianza
					O	P	
001	Asistente Operativo	37064EC II	EC	01	01		
TOTAL OPERATIVA				01	01		

Justificación de la Clasificación de Cargos

Empleado de Confianza (EC): El que desempeña cargo de confianza técnico o político distinto al del funcionario público. Se encuentra en el entorno de quien lo designa o remueve libremente. En merito a ello, los cargos de confianza no será mayor al 5% del total de servidores, ejemplo: en *WiLove Event Planner*, son (EC) el Gerente General y/o administrador y el Asistente Operativo.

Servidor Público Ejecutivo (SP-EJ): Desarrolla funciones administrativas, entiéndase por ella al ejercicio de autoridad, de atribuciones resolutorias, las de fe pública, asesoría legal preceptiva, supervisión, fiscalización, auditoría y en general aquellas que requieren la garantía de actuación administrativa objetiva, imparcial e independiente a las personas, conforman un grupo ocupacional, ejemplo: en *WiLove Event Planner*, son (SP-EJ) el personal externo, como el abogado y el contador.

1.8 Forma Jurídica Empresarial

La definición de forma jurídica de una empresa podría darse afirmando que es la identidad que asume legalmente una empresa teniendo en cuenta su titularidad y a la responsabilidad que sus propietarios tienen en términos legales. Así una empresa puede tener carácter individual, societario o cooperativo. Dependiente del tipo de forma escogida el proceso de creación será más o menos trabajoso.

En ese enfoque, *WiLove Event Planner* opta por la figura de sociedad de responsabilidad limitada. La justificación por la cual ha sido elegida esta

forma jurídica en lugar de las distintas opciones que nos ofrece la ley, la hallamos por varias razones:

- La responsabilidad ante terceros queda limitada al capital aportado, de esta forma el patrimonio personal de los socios queda protegido.
- La transmisión de participaciones es libre entre los socios, y entre ellos y su cónyuge ascendientes y descendientes. En caso de que tengan que pasar a terceras personas estará sometida a las limitaciones fijadas por los estatutos de la empresa o la ley.
- Se reduce la carga fiscal, ya que el tope impositivo queda fijado por el impuesto de sociedades y hay más desgravaciones fiscales.
- Por razones de tamaño. Ya que si en un futuro la empresa busca trabajar para grandes compañías, se verá obligado a constituirse como empresa, ya que las multinacionales solo contratan con sociedades y no con personas físicas.
- Por motivos de contratación, ya que al contratar empleados la empresa cuenta con deducciones en el impuesto de sociedades
- Una de las más importantes es la financiación, ya que al constituir una empresa, las entidades financieras otorgan créditos con mayor facilidad para financiar el capital circulante.
- Además podrá disponer de un modelo contable adaptado a la realidad de la microempresa que cumple con las obligaciones de información contable y fiscal y que sirve como herramienta de gestión.

1.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La constitución y puesta en marcha de una empresa llevan consigo una serie de trámites que es necesario llevar a cabo y que dependen de la forma empresarial escogida. Para el caso de personas jurídicas, será necesario consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso. En caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y será obligatorio presentar el documento de poder.

1.10 Requisitos y Trámites Municipales

De acuerdo al Trámite Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) de la Municipalidad Provincial de Huanta, se establecen algunos lineamientos que deben cumplirse para obtener el Licenciamiento de Funcionamiento de algún negocio en dicha localidad, por tal, se establecen algunas bases legales las cuales serán nombradas líneas abajo.

1.10.1 Base Legal

- * Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N° 27972 (27.05.03). Art.81, Numeral 1.8.
- * Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.
- * Ley N° 28976 (05.05.07). Arts. 7, 8 Numeral 1), 11 y 15.
- * Ley del Silencio Administrativo, Ley N° 29060 (07.07.07). Arts. 1y 2.
- * Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones, Decreto Supremo N° 058-2014 PCM (14.09.14) Art.9 Numeral 9.1)

* Norma que aprueba la relación de autorizaciones sectoriales de las Entidades del Poder Ejecutivo, que deben ser exigidos como requisito previo para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, de acuerdo a la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, Decreto Supremo N° 006-2013-PCM (10.01.13). Art.3 y Anexo.

* Ley N° 30230, Ley que establece Medidas Tributarias, Simplificación de Procedimientos y permisos para la promoción y dinamización de la inversión en el país.

1.10.2 Requisitos Generales

1. Formato de solicitud de licencia de funcionamiento (de distribución gratuita o de libre reproducción), con carácter de declaración jurada, que incluya:

- Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- Número de DNI o Carné de Extranjería del representante legal, en caso de persona jurídica u otros entes colectivos; o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

2. Copia de la vigencia de poder de representación legal en caso de personas jurídicas u entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requiere de carta poder con firma legalizada.

3. Indicación del número de comprobante de pago por derecho de trámite.

4. Declaración Jurada de observancia de Condiciones de Seguridad en Edificaciones.

1.10.3 Requisitos Específicos (Licencia de Funcionamiento)

De ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

1. Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
2. Informar en el Formato de solicitud de declaración jurada sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente.
3. Copia simple de la autorización sectorial contenida en el Decreto Supremo N° 006-2013-PCM o norma que lo sustituya o reemplace.
4. Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Excepto en los casos en que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia.

1.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT y constituye una base de datos cuya información es actualizada permanentemente por los contribuyentes y por la misma SUNAT.

Este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa un RUC que consta de 11 dígitos que es de carácter permanente y de uso obligatorio en todo trámite ante la SUNAT.

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

A partir del 01 de agosto de 2011, la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME).

Tabla 6: Cuadro de Diferencias entre el T-Registro y Plame.

	Descripción	Descripción	Medio de Acceso
T-REGISTRO	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe . se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Fuente: SUNAT. (2018).

Teniendo en consideración dicho enfoque, a continuación, se presentan las tablas de remuneraciones de la empresa *WiLove Event Planner*.

Tabla 7: Tabla de remuneraciones del Personal de WiLove Event Planner.

N°	Apellidos Y Nombres (Cargos)	Días Laborales	Ingresos	Dscptos	Aportes Trab.	Neto A Pagar	Aporte Emp.
1	Administrador	31	1,000.00	0.00	127.4	872.6	90
2	Asistente Administrativo	31	930.00	0.00	118.5	811.5	83.7
3	Asistente Operativo	31	930.00	0.00	118.5	811.5	83.7
		TOTAL	2,860.00	0.00	364.4	2,495.6	257.4

Tabla 8: Tabla de remuneraciones del Personal Externo de WiLove Event Planner.

N°	Apellidos Y Nombres (Cargos)	Días Laborales	Ingresos	Dscptos	Aportes Trab.	Neto A Pagar	Aporte Emp.
1	Abogado	x actividad	80.00	0.00	-	80.00	-
2	Contador	X actividad	80.00	0.00	-	80.00	-
		TOTAL	360.00	0.00	-	360.00	-

El personal externo será remunerado de acuerdo a las actividades que realiza, ya que ninguno de los profesionales estará dentro de las instalaciones, pues se trata de consultores externos que fácilmente pueden trabajar desde sus oficinas, es así que se optimizan algunos costos innecesarios.

1.13 Régimen Laboral Especial

Este régimen laboral tiene como finalidad promover la formalización de los trabajadores de la micro y pequeña empresa, así como el acceso a los derechos socio laborales, la seguridad y salud en el trabajo y la seguridad social, reconocidos por ley.

Marco Legal

La Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, cuya vigencia ha sido prorrogada durante 3 años en virtud de la Ley N.º 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

Texto Único Ordenado aprobado mediante Decreto Supremo N° 007-2008-TR, vigente desde el 01 de octubre del 2008.

Derechos laborales en la MYPE

De acuerdo a la SUNAT (2017), los derechos laborales en la MYPE son:

¿Qué derechos socio laborales tienen los trabajadores de la micro empresa?

- Contar con una jornada máxima de 8 horas o 48 horas semanales.
- Gozar de 24 horas continuas de descanso físico a la semana.
- Percibir una remuneración mínima vital.
- Gozar de 15 días de vacaciones por cada año de trabajo, o su parte proporcional (pudiendo reducir de los 15 a 7 días con la debida compensación económica).
- Gozar de los feriados establecidos en el régimen laboral común o general.

¿Qué derechos socio laborales tienen los trabajadores de la Pequeña Empresa?

- Contar con una jornada máxima de 8 horas diarias o 48 horas semanales.
- Gozar de 24 horas continuas de descanso físico a la semana.

- Por Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), el trabajador percibirá ½ sueldo por cada año de trabajo.
- Gozar de 15 días de vacaciones por cada año de trabajo, o su parte proporcional.
- Percibir una remuneración mínima vital.
- Por gratificaciones tiene derecho a ½ sueldo en julio y ½ sueldo en diciembre, cuando haya laborado el semestre completo, es decir de enero a junio y julio a diciembre, o caso contrario, percibirá la parte proporcional por los meses completos laborados en razón del medio sueldo.
- Percibir utilidades, según los alcances del Decreto Legislativo N.º 892.
- Gozar de los feriados establecidos en el régimen laboral común o general.

¿Cómo opera el despido arbitrario para los trabajadores de la MYPE?

En la micro empresa, el empleador deberá indemnizar de acuerdo al equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios como un máximo de 90 remuneraciones diarias.

En el caso de pequeña empresa, el empleador deberá indemnizar de acuerdo al equivalente de 20 remuneraciones por cada año completo de servicios con un máximo de 120 remuneraciones diarias.

¿Cómo opera la permanencia en el Régimen Laboral Especial?

La microempresa que durante 2 años calendario consecutivos supere el nivel de ventas establecido en la presente norma, podrá conservar por un año adicional el mismo régimen laboral, luego del cual pasará al que le corresponda. En el caso de las pequeñas empresas, de superar durante 2

años consecutivos el nivel de ventas establecido en la presente norma, podrán conservar durante 3 años adicionales el mismo régimen laboral, luego del cual pasará al que le corresponda.

1.14 Modalidades de Contratos Laborales

El contrato de trabajo es un acuerdo voluntario entre una persona natural y una persona jurídica, por el cual el primero se obliga a poner en disposición del segundo su propio trabajo (subordinación) a cambio de una remuneración en un determinado tiempo, la cual podría ser a un plazo indeterminado, a plazo fijo o de acuerdo a los contrato sujetos a modalidad las cuales son: temporal, ocasional o accidental.

1.15 Contrato Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas

1.15.1 Contratos Comerciales

El contrato comercial es una especie de convenio que produce o transfiere derechos y obligaciones, así que podemos afirmar que el contrato mercantil es el acuerdo de dos o más voluntades para crear o transferir derechos y obligaciones de naturaleza mercantil en la cual existe, en una de las partes, la presencia de un comerciante, ya que su fin es la industria o el comercio o por el carácter mercantil del objeto sobre el que recae, es decir, es un negocio jurídico bilateral que tiene por objeto un acto de comercio.

1.15.2 Responsabilidad Civil de los Accionistas

De acuerdo al Artículo 177º de la Ley General de Sociedades, señala que los directores responden, ilimitada y solidariamente, ante la sociedad, los

accionistas y los terceros por los daños y perjuicios que causen por los acuerdos o actos contrarios a la ley, al estatuto o por los realizados con dolo, abuso de facultades o negligencia grave.

Es responsabilidad del directorio el cumplimiento de los acuerdos de la junta general, salvo que esta disponga algo distinto para determinados casos particulares. Los directores son asimismo solidariamente responsables con los directores que los hayan precedido por las irregularidades que estos hubieran cometido si, conociéndolas, no las denunciaren por escrito a la junta general.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Descripción del Entorno del Mercado

Con el análisis de mercado se pretende estudiar todo el ambiente que rodeará a la Empresa en diversos aspectos como el macro entorno donde se estudia el aspecto político, económico, tecnológico y social para analizar su viabilidad económica. También recoger información sobre el micro entorno dónde se estudia los aspectos como: los clientes, los competidores y el mercado.

El objetivo del estudio de mercadeo es obtener información sobre las condiciones de mercado para tomar las decisiones y realizar las estrategias más acertadas al interés del proyecto. El tipo de información recolectada debe mostrar lo siguiente:

- El sector en el que se desenvolverá la Empresa.
- El mercado potencial, mostrar si es un número suficiente para tomarlo como demanda de los servicios que se ofrecerán.
- Las principales empresas que actuarán como competencia directa, determinar su participación en el mercado y realizar un benchmarking con respecto a las empresas líderes del sector.
- Los servicios complementarios que la Empresa podrá ofrecer como valor agregado, que la competencia no ofrecen.

2.1.1 Macro Entorno del Mercado

El macro entorno del mercado está conformado por los factores: demográfico, económico, tecnológico, político legal y socio cultural, los cuales se describen a continuación:

2.1.1.1 Factor Demográfico

Estudia poblaciones humanas en cuanto a tamaño, densidad, ubicación, edad, género, ocupación, entre otros datos estadísticos. Al realizar un estudio de mercado teniendo en consideración el factor demográfico, concluiremos que:

- Las personas o la constitución de éstas constituyen los mercados.
- Mayor población más necesidades que satisfacer.
- Incremento en los ingresos de las personas más oportunidades de mercado.
- Cambios en la estructura de edades de la población: establecimiento de grupos generacionales permite prever impacto sobre estrategias de mercado.
- Mujeres que trabajan.
- Creación de nuevos nichos de mercado.
- Movimientos migratorios al interior del mercado.

Tomando en consideración el factor demográfico y de acuerdo al Estudio de Diagnóstico y Zonificación Territorial Provincial de Huanta, (2006) realizado por la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial, define que la provincia de Huanta, políticamente, se encuentra ubicada en el Departamento de Ayacucho y geográficamente, está conformada por espacios físicos territoriales de regiones de sierra y selva alta.

La provincia de Huanta está localizado en la parte Norte del departamento de Ayacucho, limita por el Norte con las provincias de Tayacaja

(departamento de Huancavelica) y Satipo (departamento de Junín); por el Este con las provincias de La Mar y la provincia de La Convención (Departamento de Cusco); por el Sur con la provincia de Huamanga y por el Oeste con las provincias de Angaraes, Acobamba y Churcampa (departamento de Huancavelica).

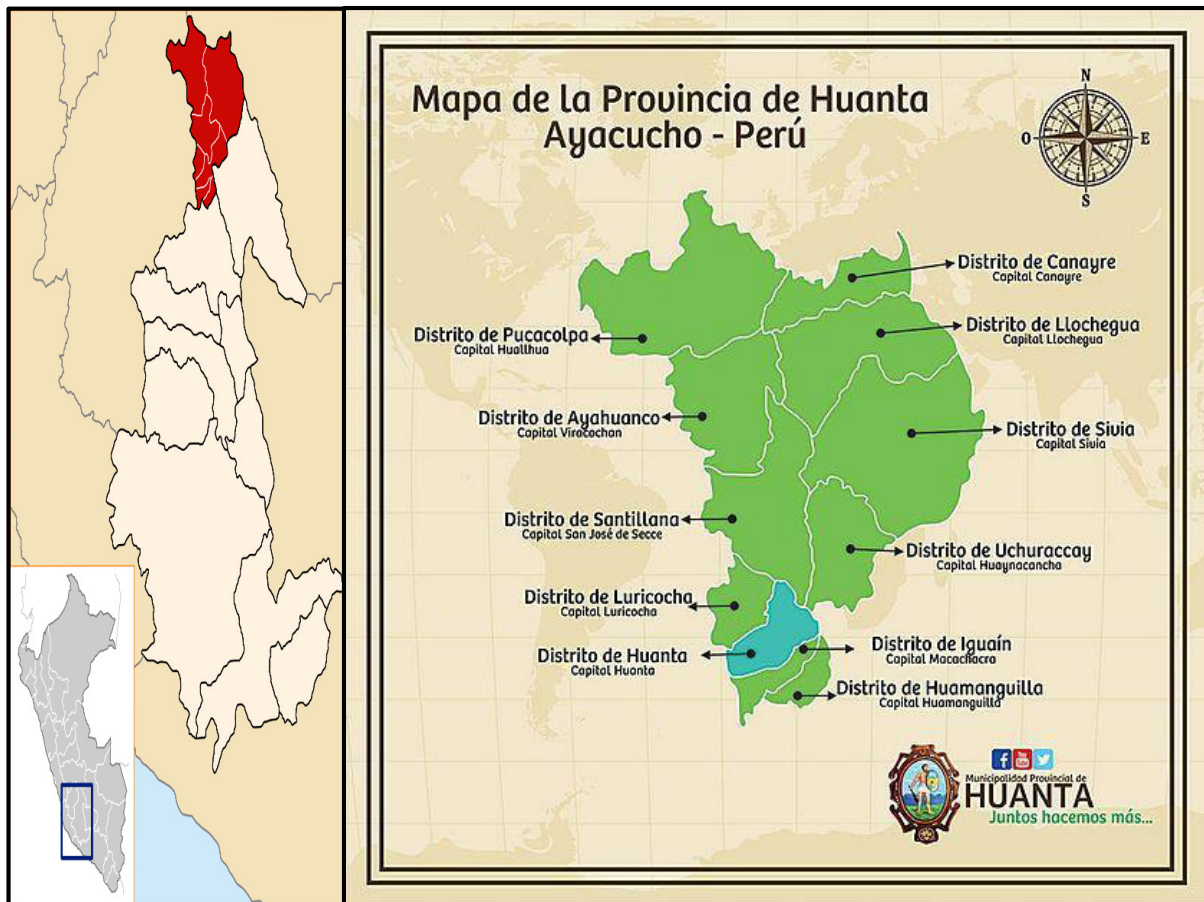


Figura 5: Localización Departamental, Provincial, Distrital y Local de *Wilove Event Planner*. Fuente: Municipalidad Provincial de Huanta. (2017).

Wilove Event Planner estará ubicada en el distrito y provincia de Huanta del Departamento de Ayacucho. La ciudad de Huanta también conocida como la “Bella Esmeralda de los Andes”, es la segunda ciudad más poblada de la región luego de la capital Huamanga. Según las estimaciones del INEI (2016), la

población de Huanta asciende aproximadamente a 40,599 habitantes de los cuales gran número de ellos pertenecen a nuestro mercado objetivo.

A continuación, se detallan los nichos de mercados grupales donde la industria de organización de eventos puede desenvolverse con más prontitud y ser la primera alternativa de posicionamiento de *WiLove Event Planner*, ya que como empresa, se ha visto la necesidad de trabajar para este mercado por la gran demanda que existe.

Tabla 9: Población Estimada por Grupo de Edades en el Distrito de Huanta.

Distrito de Huanta	5 años	11 años	15 años	16 años
	1,013	1,072	963	923

Fuente: Boletines Especiales de Estimaciones y Proyecciones de Población – INEI. (2016).

Según la Tabla 9, en el distrito de Huanta existe una población de 1013 niños y niñas que tienen 5 años, el 98% de este grupo se encuentran en la promoción del nivel inicial el cual es un nicho de mercado bastante interesante, ya que muchas de las fiestas de promociones de dicho nivel es ejecutado por los mismos padres y madres de familia. Asimismo, 1017 púberes son parte de las promociones del nivel primario, este nicho sin lugar a dudas es una de las más dinámicas, puesto que en el Distrito de Huanta, muchas de las promociones compiten en tener un mejor evento a diferencia de otra promoción o escuela, por lo que, el factor de Competitividad es un componente que se debe manejar a la hora de ejecutar algún evento para dicho mercado.

Por otro lado, de acuerdo a la tabla, 963 habitantes en el distrito de Huanta tienen la edad de 15 años, este grupo sin lugar a dudas es uno de los nichos que ha venido desarrollando grandes cambios en las costumbres de la población de Huanta, pues el 65% de este grupo es del género femenino, y justamente por tratarse de los 15 años de una señorita, se realizan las llamadas Fiesta de Quince Años más conocido como el “Quino”. Dicho evento está teniendo gran auge año tras año, ya que muchas de las señoritas que cumplen la edad de 15 años sueñan con tener la gran fiesta de sus vidas por lo que, creemos que el diseñar y organizar este tipo de eventos debería ser a la medida y exigencia de los sueños de cada Quinceañera, es así que este nicho podría ser uno de nuestros mercados estrella por tratarse de un mercado que cada vez tiene más demanda y muy poca oferta, por lo que nuestra propuesta debería ser la mejor en el mercado.

Para finalizar, el Distrito de Huanta cuenta con 923 jóvenes y señoritas, de los cuales el 95% de éstos se encuentran culminando el nivel secundario. Si bien cierto, este nicho es bastante poblado, las promociones del nivel secundario son las más cotizadas en el mercado, puesto que se trata de la última etapa del desarrollo escolar. En ese sentido, año tras año se gradúan más de 30 promociones y prácticamente se realizan 4 a 5 fiestas de graduación por cada fin de semana (sábado) lo que confirma la gran demanda que existe y la poca oferta que hay en el mercado, pues muchas veces, al no encontrar un local disponible, las fiestas de promociones son realizadas en cualquier día de la semana; sin embargo, al haber mucha demanda, las empresas que realizan la planificación de dichos eventos caen en la rutina de vender el mismo producto sin ofrecer innovación y otras alternativas que haga única a una fiesta de

promoción, por ello, la propuesta que quiere brindar *WiLove Event Planner* se basan en crear nuevas temáticas que sean tendencias en innovación y calidad.

2.1.1.2 Factor Económico

De acuerdo a la información recabada por el Ministerio de la Producción (2016), el porcentaje de las empresas en la provincia de Huanta se divide en tres sectores principales, estos son: sector primario, sector manufactura y sector servicios.

Según la Figura 6, las empresas del sector servicio suman el 93% del total de empresas de la provincia de Huanta, mientras el sector primario suma el 5% y el sector manufactura el 2%. Es así que el sector servicio al tener una alta posición dentro de la estructura productiva de Huanta, la posibilidad de crecer en la industria del servicio de organizaciones de eventos es bastante óptima. Por otro lado, la figura refleja que de las 19,049 empresas formales que existen en el departamento de Ayacucho, 18,398 microempresas, 590 son pequeñas empresas, 22 medianas empresas y 39 grandes empresas, por lo que se asume que, la gran participación en el PBI de la provincia es gracias a la participación de las microempresas en el mercado.

Estructura productiva: empresas

Ayacucho tiene el 1.1% de las mipymes formales del Perú.

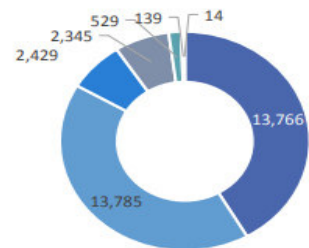
Ayacucho tiene 4 mipymes por cada 100 personas en la PEA ocupada (vs. 10 a nivel nacional).

Las empresas del sector manufactura se concentran en la provincia de Huamanga y Huanta

19,049 empresas formales

-  18,398 micro
-  590 pequeñas
-  22 medianas
-  39 grandes

Empresas por sectores



- Comercio
- Servicios
- Manufactura
- Construcción
- Agropecuario
- Minería
- Pesca

Rango (N° de empresas)

- De 1,358 hasta 13,099
- 267 hasta 1,358
- 147 hasta 267
- Hasta 147

% de empresas por gran sector

- Primario
- Manufactura
- Servicios

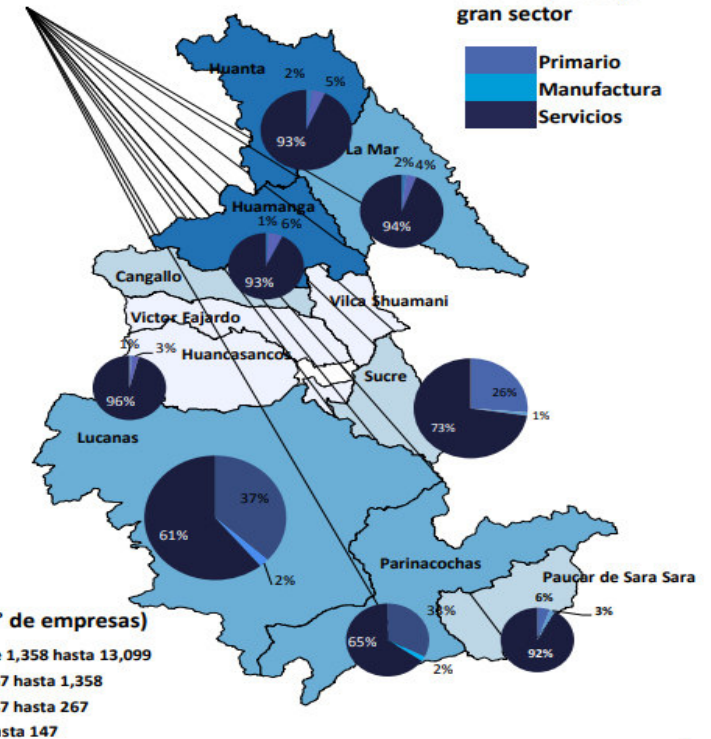


Figura 6: Estructura Empresarial del Departamento de Ayacucho. Fuente: SUNAT. (2014).

El ambiente económico está constituido por factores que influyen en el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores. Los mercados necesitan tanto el poder de compra como los consumidores, y este poder de compra depende de los ingresos del momento, de los precios, los ahorros y el crédito. Por todo esto, es importante que el marketing tenga en cuenta las principales tendencias en los ingresos y en los cambios de los comportamientos de consumo. En ese sentido, podemos estudiar los cambios en los ingresos, en las pautas de consumo, desempleo, desarrollo de los países emergente, etc.

Según los estudios realizados por el INEI (2014), la PEA ocupada es de aproximadamente 354,290 personas de las cuales el 56.3% son hombres y el 43.7% son mujeres, por otro lado, la mitad de la PEA se desempeña en el sector agropecuario, seguido por el sector servicios que equivale al 25.1%, el sector de construcción equivalente a 14.1%, el sector del comercio equivalente al 5.3%, la manufactura equivalente al 4.4%, la minería equivalente al 0.9% y la pesca al 0.2%. Asimismo, cabe resaltar que entre el 2009 y 2014, el ingreso laboral mensual creció 5.9% en promedio anual versus el 5.2% a nivel nacional.

2.1.1.3 Factor Tecnológico

El factor tecnológico, ha tenido un gran impacto en los estilos de vida del hombre moderno, en sus hábitos de consumo y en su bienestar económico. Los avances tecnológicos pueden influir en el marketing de diferentes maneras:

- Al dar origen a industrias enteramente nuevas, como lo han hecho las computadoras, los rayos láser y los robots.
- Al modificar de modo radical o destruir prácticamente las industrias existentes.
- Al estimular los mercados y las industrias no relacionadas con la nueva tecnología.

Según la Escuela Europea de Management (2016) refiere que la aparición de innovaciones técnicas en el mercado, tanto de producto como de procesos, van a permitir a las compañías ser más o menos eficientes, de modo que los factores tecnológicos de una empresa se convierten en un gran diferenciador corporativo a la hora de enfrentarse a la competencia. Tendrá mayores posibilidades de éxito una empresa que haya integrado un nuevo software que le permite agilizar el servicio de distribución (reduciendo costes y mejorando la satisfacción del cliente) que otra cuya tecnología se haya quedado obsoleta.

2.1.1.4 Factor Político Legal

Los comportamientos de una organización se ven afectados cada vez más por los procesos políticos y legales de la sociedad. Los factores políticos y legales en el marketing pueden agruparse en las siguientes categorías:

- Políticas monetarias y fiscales.
- Legislación y regulaciones sociales.
- Relaciones del gobierno con las industrias.

- Legislación relacionada específicamente con el marketing.

La Escuela Europea de Management (2016) define que el tipo de sistema institucional del país en el que opera, las ideologías de los partidos políticos en el poder, el empuje de nuevos mercados emergentes o la crisis de otros consolidados, la normativa estatal, comunitaria o internacional son parámetros que afectan directamente al desarrollo empresarial. Por ejemplo, la estrategia de expansión de una organización tendrá que tener en cuenta cuáles son los países en crecimiento o analizar si la legislación de una determinada zona impide la comercialización de sus productos.

2.1.1.5 Factor Socio Cultural

Según la Escuela Europea de Management (2016) refiere que la cultura y características demográficas de los mercados son otro de los elementos que van a condicionar la actividad corporativa. Así, una empresa de jamones preferirá ampliar su radio de acción en sociedades donde se consuma cerdo que en países musulmanes donde la religión mayoritaria prohíbe su ingesta, o tendrá que implantar procesos de producción más respetuosos con la materia prima en sociedades en las que exista un profundo sentimiento animalista.

Contexto sociocultural lo podríamos considerar como un campo donde interactúan, se superponen las influencias sociales. El desarrollo de un niño o un adolescente está inmerso en la familia, el colegio, el vecindario en donde interactúa directa y recíprocamente. Contextos diferentes que están dentro de un campo mayor con que también interactúan.

2.1.2 Micro Entorno del Mercado

La empresa objeto del presente plan de negocio, se encarga de proporcionar un servicio a sus clientes para el diseño y organización de eventos sociales y corporativos.

El sector al que pertenece esta empresa es el de eventos. Este sector se caracteriza en primer lugar por pertenecer a un mercado joven donde según el conocimiento adquirido en el desenvolvimiento en esta industria, se conoce que el 50% de las empresas tienen menos de 10 años de antigüedad y solo el 5% tiene más de 20 años de antigüedad. Otra de las características de este sector es que más del 95% está formado por micro empresas y sólo el 5% es una pequeña o mediana empresa; sin embargo la gran mayoría de las microempresas dedicadas a este rubro son informales y solo el 5% realizan prácticas formales.

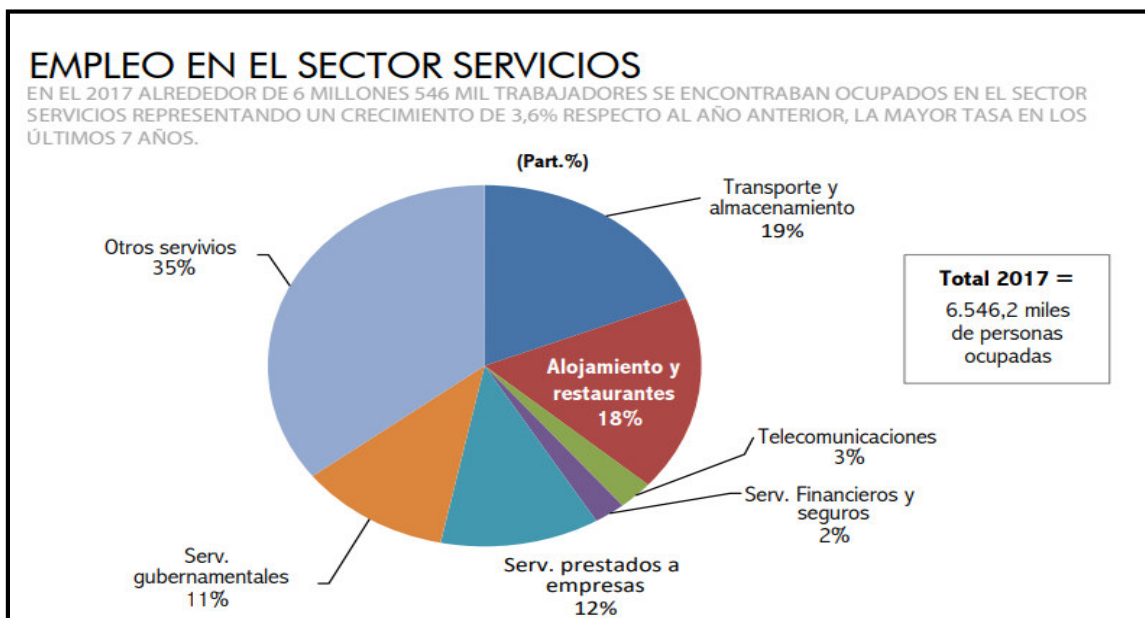


Figura 7: Empleo en el Sector Privado
Fuente: INEI
Elaborado por: IEDEP

Según los estudios realizados por la Cámara de Comercio del Perú (2018), en el 2017, el sector Servicios empleó alrededor de 6,5 millones de trabajadores, representando un incremento de 3,6%. En cuanto al empleo en servicios, al 2017, el Perú tiene una PEA ocupada de 16,5 millones y se estima que alrededor de 6'546,200 trabajadores se encuentran ocupados en el sector Servicios, lo que representa un incremento de 3,6% en el empleo que genera, la mayor tasa en los últimos siete años. Así mismo, refieren que según las cifras disponibles al año 2016, tres actividades concentran casi las tres cuartas partes del empleo del sector. En Otros Servicios se ubica el 35.5% del total de trabajadores, seguido de Transportes y Almacenamiento (18,9%) y Alojamiento y Restaurantes (17,5%).

De acuerdo a lo mencionado líneas arriba, al no tener un porcentaje preciso de las empresas productoras de eventos en el Perú, se puede observar que existe un 35.5% de empleados en el sector de Otros Servicios, siendo el mayor porcentaje de empleo en el sector de servicios. Es así que se refleja la importancia de este rubro en el mercado, por lo que es beneficioso saber que la producción de eventos al ser parte del sector de servicios se encuentre en crecimiento año tras año.

2.2. Ámbito de Acción del negocio

Como ya se ha citado en más de una ocasión, la empresa objeto del presente plan de negocio, se encargará de proporcionar un servicio a sus clientes para el diseño y organización de eventos festivos y corporativos, esto en base a la gran demanda que existe en cuanto a la producción de eventos como las

fiestas de cumpleaños, las fiestas de promociones, las fiestas religiosas, entre otras.

Es así que, una de las tendencias que están marcando las mujeres entre los 18 a 28 años de edad del distrito de Huanta, se basa en realizar una pequeña reunión dónde prevalece la decoración de la temática que escogen, por ejemplo, de acuerdo a la experiencia que se tiene en la industria, el 80% de las mujeres independientes prefieren tener una pequeña celebración con las amistades y familiares en sus propios hogares, donde se pueda ejecutar la decoración por un tercero de acuerdo a la temática que más prefiere tal como la decoración vintage, la decoración dorada o la decoración en base a sus personajes favoritos como Hello Kitty, el Unicornio, el Cisne, Princesas, entre otras.

Por otro lado, se ha visto que el mercado donde se trabajará con mayor énfasis serán en los alumnos que se encuentren en las promociones de Inicial, Primaria y Secundaria, pues este segmento es bastante descuidado por la industria, ya que sólo se efectúan al cierre de año: sin embargo, como empresa se ha visto en la necesidad de brindar un mayor empuje en cuanto al servicio que se le brinda, con mejores alternativas vanguardistas que no caigan en la popularidad de lo común de año tras año.

Es así que se ha investigado la cantidad de instituciones que existen en el distrito de Huanta con la finalidad de calcular el número de promociones al año y conocer a cuántos de ellos se puede satisfacer en la ejecución de su fiesta de promoción.

A continuación, se detallan el listado de cada uno de los centros educativos de cada nivel con la finalidad de conocer las promociones que salen año tras año y con ello conocer el número de posibles demandantes de la industria en el mercado:

Lista de instituciones del nivel inicial:

- ✧ Inicial 112 Rosa Richter de Ayarza (se gradúan 5 promociones).
- ✧ Inicial 302 Gonzales Vigil (se gradúan 3 promociones).
- ✧ Inicial 38254 Luis Cavero Bendezú (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial 429 María Auxiliadora (se gradúan 3 promociones).
- ✧ Inicial 429-1 Capullitos de Jesús (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial 429-2 Nueva Jerusalén (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial 429-12 Cedropata (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial 429-14 Espíritu Santo (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial 429-23 Hospital Baja (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial 429-24 Castro Pampa (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial 429-27 Vista Alegre (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial César Vallejo (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial Corazón de Don Bosco (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial Corazón de Jesús (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial Johannes Gutenberg (se gradúa 1 promoción).
- ✧ Inicial San Francisco de Asís (se gradúan 3 promociones).
- ✧ Inicial San Alfonso (se gradúa 1 promoción)

La lista de promociones del Nivel Inicial por año asciende a 27 salones.

Lista de instituciones del nivel primario:

- Escuela 38254 Luis Caverro Bendezú (se gradúan 5 promociones).
- Escuela 38256 María Urribari Gómez (se gradúan 5 promociones).
- Escuela 38257 San Ramón (se gradúan 3 promociones).
- Escuela 38259 Espíritu Santo (se gradúan 2 promociones).
- Escuela 38265 Huanta (se gradúan 3 promociones).
- Escuela 38266 Nuestra Señora de las Mercedes (se gradúan 3 promociones).
- Escuela 38267 San Francisco de Asís (se gradúan 6 promociones).
- Escuela 38315 Inmaculada Concepción (se gradúan 5 promociones).
- Escuela 38681 José María Arguedas (se gradúan 2 promociones).
- Escuela 39013 Clara Castillo de Gayozzo (se gradúan 5 promociones).
- Escuela Alfred Nobel (se gradúa 1 promoción).
- Escuela César Vallejo (se gradúan 2 promociones).
- Escuela Corazón de Jesús (se gradúan 2 promociones).
- Escuela Gonzales Vigil (se gradúan 6 promociones).
- Escuela María Auxiliadora (se gradúan 6 promociones).
- Escuela Mario Bunge (se gradúan 2 promociones).
- Escuela San Alfonso (se gradúan 2 promociones).

La lista de promociones del Nivel Primario por año asciende a 54 salones.

Lista de instituciones del nivel secundario:

- ❖ Colegio César Vallejo (se gradúan 2 promociones).
- ❖ Colegio Corazón de Jesús (se gradúan 2 promociones).

- ❖ Colegio Esmeralda de los Andes (se gradúan 8 promociones).
- ❖ Colegio González Vigil (se gradúan 10 promociones).
- ❖ Colegio Huanta (se gradúan 2 promociones).
- ❖ Colegio María Auxiliadora (se gradúan 8 promociones).
- ❖ Colegio San Francisco de Asís (se gradúan 8 promociones).
- ❖ Colegio Mario Bunge (se gradúan 2 promociones).
- ❖ Colegio San Alfonso (se gradúan 2 promociones).

La lista de promociones del Nivel Secundario por año asciende a 44 salones.

Tomando como referencia el mercado del nivel inicial, primaria y secundaria, se cuenta con aproximadamente 124 promociones quienes cada año requieren la producción de su fiesta de promoción son parte de una demanda muy grande en el mes de diciembre por lo que nuestro primer enfoque es justamente la de posicionarnos en el mercado satisfaciendo las exigencia de este tipo de mercado la cual no está muy bien estudiada desde una óptica vanguardista e innovadora

2.3 Descripción del bien o del servicio

2.3.1. Servicio de Organización de Eventos

Según el Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo (2017), la organización de eventos es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades. Algunas de las tareas que incluye la organización de un evento son

desarrollo del presupuesto y el cronograma, la selección y reserva del espacio en el que se ejecutará el encuentro, la tramitación de permisos y autorizaciones, la supervisión de los servicios de transporte, los servicios gastronómicos o catering, la coordinación logística integral, entre otros.

Por otro lado, la organización de eventos es un campo de estudio relativamente nuevo. Existen diferentes instituciones, en algunos casos universitarios, que capacitan y entrenan a los futuros profesionales en la materia, tanto en aspectos teóricos como técnicos.

El mundo de la organización de los eventos ha evolucionado muchísimo en los últimos años, hasta el punto de que las clásicas reglas de protocolo y los conocimientos básicos para llevar a cabo un evento ya no son suficientes para que tenga éxito. Hoy hay que conocer las nuevas propuestas y actualizar las técnicas y teorías obsoletas antes de sumergirse en el desafiante mundo de la comunicación, el diseño, las nuevas tecnologías, la producción o la escenografía.

2.3.2 *WiLove Event Planner* – P (PRODUCTO)

Teniendo en consideración lo comentado en líneas anteriores, actualmente, el índice de personas y/o empresas que requieren la organización de sus eventos a cargo del servicio de un tercero, va en crecimiento. Por tal, algunos restaurantes o nuevas empresas creadas para tal fin prestan únicamente el servicio de alimentación y no intervienen en otros aspectos de la organización del evento.

Wilove Event Planner, será la empresa encargada de posicionar el producto (servicio) en el mercado Sur del Perú. Este servicio se tratará de una propuesta innovadora, pues consistirá en organizar una amplia red de logística integral de proveedores contratados por outsourcing para la realización de eventos personalizados y a la medida de cada cliente.

Al realizar una logística integral, se cubrirá las necesidades exclusivas de los clientes, con marcas de proveedores reconocidos, escogidos directamente por ellos mismos y asesorados por el equipo de *Wilove Event Planner*, así nos catalogaremos como una empresa integral de producción de eventos que manejará un concepto novedoso y vanguardista.

Wilove Event Planner, se distinguirá por ofrecer un trato personalizado y asesoría completamente integral, donde el fin principal será que el sueño de los clientes; el de tener un evento inolvidable, se convierta en realidad. Cada celebración puesta en manos de *Wilove Event Planner*, junto con la visión y dirección de los clientes, será minuciosamente creada, utilizando nuestra experiencia y conocimiento en tendencias de vanguardia, decoración temática y moderna además de ofrecer una elegante estructuración, haciendo que cada memorable momento de la especial celebración sea disfrutado placenteramente por los anfitriones y sus invitados.

2.3.3 Etapas del Proceso Administrativo

Según Guzmán, A. (2013) define que un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarios para llevar a cabo una actividad o lograr un objetivo. Por otro lado, también define que el proceso administrativo es el conjunto de

fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

Al prestar un servicio integrado, *Wilove Event Planner*, tendrá en cuenta los cuatro procesos de la administración tales como la de planificar, organizar, dirigir y controlar cada actividad que sea parte del servicio íntegro.

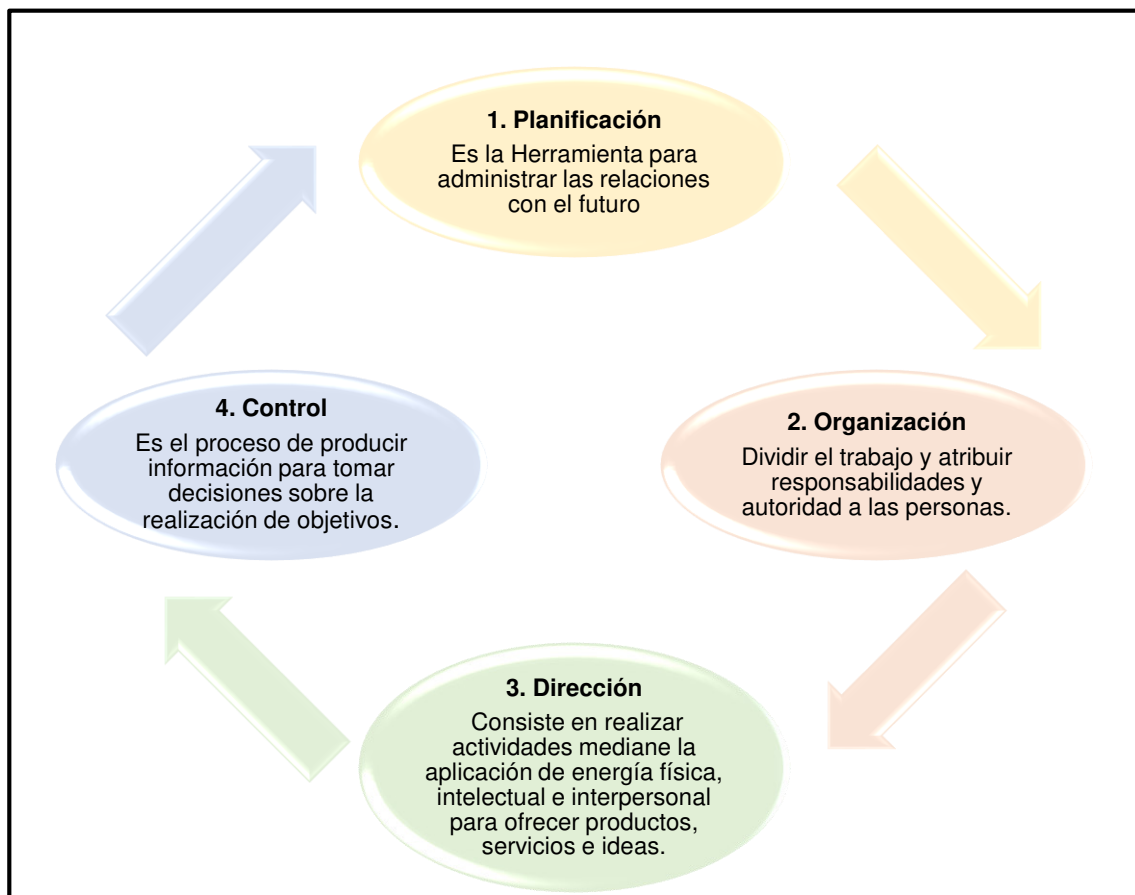


Figura 8: Etapas del Proceso Administrativo
Fuente: Guerrero, M. (2013).

Wilove Event Planner estará dirigido a las personas, empresas e instituciones que requieran el servicio de la planificación integral de su

evento, éstos, por la ubicación de la empresa, deberán estar situados o ubicados geográficamente en el Distrito de Huanta.

El servicio que *Wilove Event Planner* pretende ofrecer estará ordenado bajo el enfoque de tipo de clientes, las cuales se dividan en el Grupo A y el Grupo B.

Clientes del Grupo A: Serán aquellos clientes individuales, es decir, el enfoque será una hasta dos personas (Servicio de Bodas), los servicios en este grupo son:

- Mujeres embarazadas (Paquete de Baby Shower).
- Niños y Niñas (Paquete de Cumpleaños Kids).
- Niños, Niñas y Adolescentes que realicen el Bautizo, Primera Comuni3n y Confirmaci3n (Paquete de Ceremonias Religiosas).
- Se3oritas (Paquete de Quince A3os)
- Mujeres independientes (Paquetes de Cumpleaños Vintage)
- Pareja de Novios (Paquete de Pedido de Mano y Matrimonio)
- Adultos (Paquete de Cumpleaños – 50 a3os)

Clientes del Grupo B: Serán aquellos clientes Grupales, es decir, el enfoque no sólo será una o dos personas, más por el contrario, el servicio tendrá énfasis en satisfacer una necesidad colectiva, los servicios que se brindarán en este grupo son:

- Alumnos que cursen el último año de su nivel (Paquete de Fiesta de Promoci3n en el Nivel Inicial, Primaria, Secundaria y Superior).

- Aniversario Institucional y/o Actos Ceremoniales (Paquete de servicios institucionales)

Desde ese enfoque, la empresa ofrecerá un servicio acorde las necesidades de cada tipo de cliente, es por ello que la gestión de cada evento será diferente y se trabajará bajo el enfoque de la temática vanguardista del tipo de evento, explicado de otra manera, el servicio que ofrecerá *Wilove Event Planner* será dividido de acuerdo al tipo de cliente a la cual se dirige, es decir, la organización de un Quince años, será totalmente distinto a la organización de una Fiesta de Promoción, esto porque, son temáticas completamente diferentes, ya que en el primer enfoque, sólo se trata de un cliente, más en el segundo enfoque se trata de un salón de aproximadamente 20 a 30 alumnos quienes realizarán la fiesta de graduación por acuerdo unánime y con previa coordinación entre los alumnos, los padres de familia y el tutor encargado de aula.

A continuación, se detallan algunos ejemplos del proceso administrativo por tipo de cliente (Grupo A y el Grupo B).

- **Grupo A - Paquete de Quince Años**

Planificación: El primer proceso que debe darse es el de realizar una reunión con los padres de familia y la cliente principal con la finalidad de conocer el presupuesto que manejan, la temática que requieren y el número de invitados que habrá.

Organización:

- Una vez acordado el presupuesto del evento integral, la temática y el número de invitados se deberá elaborar un cronograma con aproximadamente de 2 meses de anticipación.
- Se programarán las actividades con la finalidad de trabajar bajo el enfoque just in time (justo a tiempo), puesto que en la producción de eventos ocurre un sinnúmero de percances por lo que se deberá trabajar planes alternativos y no mostrar falencias en cada actividad.
- Se deberá definir el local donde se realizará el evento, esto con la finalidad de costear con cada proveedor las actividades específicas.
- Se tendrá que realizar la reunión de proveedores tales como:
 - Alquiler del local.
 - Alquiler de infraestructura como: toldos, telas, muebles, mantelería, luces, accesorios y equipo de sonido (ejecución de la temática).
 - Servicio de Catering y bebidas.
 - Servicio de floristería.
 - Servicio de hora loca.
 - Servicio de fotografía.
 - Servicio de mozos y conducción del evento.
 - Servicio de repostería.
 - Servicio de alquiler de vestido y maquillaje.
 - Servicio de alquiler de movilidad.
 - Servicio de imprenta para las tarjetas de invitación.
 - Servicio de asesoría de coreografía principal.

- Después de haber realizado la reunión con cada proveedor, se deberá realizar la ejecución de ésta a través del cronograma que se empleará con los mismos.

Dirección:

- Ya que se trata de la ejecución del evento, el Jefe de Operaciones tendrá la obligación de delegar un equipo que controle cada actividad, pues éste debe estar acorde a los requerimientos del cliente, del plazo y de las exigencias de la empresa.
- Para este tipo de eventos se necesitará de 1 persona (coordinador) a parte del Jefe de Operaciones quien se encargue del cumplimiento de las actividades por proveedor y el Jefe de Operaciones se encargue de integrar cada actividad específica.

Control:

- El Jefe de Operaciones tendrá la obligación de controlar el paquete integrado, ya que su coordinador(a) se encargará de controlar las exigencias que se requieren a cada proveedor con la finalidad de no caer en problemas de incumplimiento de plazos.
- El equipo de producción deberá controlar el desarrollo del evento desde el inicio hasta el fin con la finalidad de prever algún futuro incidente.

- **Grupo A: Paquete de Cumpleaños de Mujeres Independientes**

Planificación:

- ✓ El primer proceso que debe darse es el de realizar una reunión con la cumpleañera con la finalidad de conocer el presupuesto que maneja, la temática que requiere y el número de invitados que habrá.

Organización:

- ✓ Una vez acordado el presupuesto del evento integral, la temática y el número de invitados se deberá elaborar un cronograma con aproximadamente de 15 días de anticipación.
- ✓ Se programarán las actividades con la finalidad de trabajar bajo el enfoque just in time (justo a tiempo).
- ✓ Se deberá definir el local donde se realizará el evento, esto con la finalidad de costear con cada proveedor las actividades específicas; sin embargo, también podría realizarse en casa de la cumpleañera según el espacio que requiera.
- ✓ Se tendrá que realizar la reunión de proveedores tales como:
 - Alquiler del local (a solicitud del cliente).
 - Alquiler de infraestructura como: toldos, telas, muebles, y equipo de sonido (a solicitud del cliente).
 - Alquiler de mantelería, luces, muebles y accesorios.
 - Servicio de Catering y bebidas (a solicitud del cliente).
 - Servicio de floristería.
 - Servicio de repostería.

- Servicio de alquiler de vestido y maquillaje (a solicitud del cliente).
 - Servicio de imprenta para las tarjetas de invitación (a solicitud del cliente).
- ✓ Después de haber realizado la reunión con cada proveedor, se deberá realizar la ejecución de ésta a través del cronograma que se empleará con los mismos.

Dirección:

- ✓ En este tipo de evento, el Jefe de Operaciones puede trabajar sólo, puesto que se trata de un evento mucho más dirigido, es más pequeño y por la experiencia en el rubro es más rápida la ejecución de las actividades.

Control:

- ✓ El Jefe de Operaciones tendrá la obligación de controlar el paquete integrado, pues se encargará de controlar las exigencias del cliente y la calidad que cada proveedor debe cumplir.

Clientes del Grupo B

- **Paquete de Fiesta de Promoción (Nivel Secundaria)**

Planificación:

- ✓ El primer proceso que debe darse es el de realizar una reunión con la junta directiva de padres de familia, la junta directiva de los alumnos y el tutor encargado del aula con la finalidad de conocer el presupuesto que manejan y el número de invitados que habrá por cada alumno.

Organización:

- ✓ Una vez acordado el presupuesto del evento integral y el número de invitados por alumno, también se deberá elaborar un cronograma con aproximadamente de 3 meses de anticipación, ya que por tratarse de un acontecimiento bastante demandado en el mes de Diciembre, se deberá planificar la ubicación y la fecha del evento.
- ✓ En este tipo de evento también, se programarán las actividades con la finalidad de trabajar bajo el enfoque just in time (justo a tiempo), puesto que en la producción de eventos ocurre un sinnúmero de percances por lo que se deberá trabajar planes alternativos y no mostrar falencias en cada actividad.
- ✓ Se tendrá que realizar la reunión de proveedores tales como:
 - Alquiler del local.
 - Alquiler de infraestructura como: toldos, telas, muebles, mantelería, luces, accesorios y equipo de sonido (ejecución de la temática)
 - Servicio de Catering y bebidas.

- Servicio de floristería.
 - Servicio de hora loca.
 - Servicio de fotografía.
 - Servicio de mozos y conducción del evento.
 - Servicio de repostería.
 - Servicio de imprenta para las tarjetas de invitación, diplomas y recuerdos de promoción.
- ✓ Después de haber realizado la reunión con cada proveedor, se deberá realizar la ejecución de ésta a través del cronograma que se empleará con los mismos.

Dirección:

- ✓ Ya que se trata de la ejecución del evento, el Jefe de Operaciones tendrá la obligación de delegar un equipo que controle cada actividad, pues éste debe estar acorde a los requerimientos del cliente, del plazo y de las exigencias de la empresa.
- ✓ Para este tipo de eventos se necesitará de 2 personas (coordinadores) a parte del Jefe de Operaciones quienes se encarguen del cumplimiento de las actividades por proveedor y el Jefe de Operaciones se encargue de integrar cada actividad específica.

Control:

- ✓ El Jefe de Operaciones tendrá la obligación de controlar el paquete integrado, ya que su coordinador(a) se encargará de controlar las

exigencias que se requieren de cada proveedor con la finalidad de no caer en problemas de incumplimiento de plazos.

- ✓ El equipo de producción deberá controlar el desarrollo del evento desde el inicio hasta el fin con la finalidad de prever algún futuro incidente.
- **Paquete de Fiesta de Graduación (Nivel Superior)**

Planificación:

- ✓ El primer proceso que debe darse es el de realizar una reunión con la Plana Directiva de la Universidad, la Junta directiva de los alumnos universitarios y los con la finalidad de conocer el presupuesto que manejan y el número de invitados que habrá por cada alumno.

Organización:

- ✓ Una vez acordado el presupuesto del evento integral y el número de invitados por alumno, también se deberá elaborar un cronograma con aproximadamente de 2 meses de anticipación, ya que por tratarse de un acontecimiento bastante complejo, se deberá planificar con gran anticipación cada detalle.
- ✓ En este tipo de evento también, se programarán las actividades con la finalidad de trabajar bajo el enfoque just in time (justo a tiempo), puesto que en la producción de eventos ocurre un sinfín de percances por lo que se deberá trabajar planes alternativos y no mostrar falencias en cada actividad.
- ✓ Se tendrá que realizar la reunión de proveedores tales como:

- Alquiler del local (a solicitud del cliente, puesto que puede ser en el campus de la Universidad).
 - Alquiler de infraestructura como: toldos, telas, muebles. mantelería, luces, accesorios y equipo de sonido (ejecución de la temática)
 - Servicio de Catering y bebidas.
 - Servicio de floristería.
 - Servicio de fotografía.
 - Servicio de mozos y conducción del evento.
 - Servicio de repostería.
 - Servicio de alquiler de togas y birretes.
 - Servicio de imprenta para las tarjetas de invitación, diplomas y recuerdos de graduación.
- ✓ Después de haber realizado la reunión con cada proveedor, se deberá realizar la ejecución de ésta a través del cronograma que se empleará con los mismos.

Dirección:

- ✓ Ya que se trata de la ejecución del evento bastante complejo, el Jefe de Operaciones tendrá la obligación de delegar un equipo que controle cada actividad, pues éste debe estar acorde a los requerimientos del cliente, del plazo y de las exigencias de la empresa.
- ✓ Para este tipo de eventos se necesitará de 3 personas (coordinadores) a parte del Jefe de Operaciones quienes se encarguen del cumplimiento de

las actividades por proveedor y el Jefe de Operaciones se encargue de integrar cada actividad específica.

Control:

- ✓ El Jefe de Operaciones tendrá la obligación de controlar el paquete integrado, ya que su coordinador(a) se encargará de controlar las exigencias que se requieren de cada proveedor con la finalidad de no caer en problemas de incumplimiento de plazos.
- ✓ El equipo de producción deberá controlar el desarrollo del evento desde el inicio hasta el fin con la finalidad de prever algún futuro incidente.

Tal como se señaló, cada uno de los eventos presentan un proceso administrativo similar; no obstante, la diferencia recae en la gestión de los recursos humanos y materiales, ya que en algunos eventos se necesitan de más o menos personal y en otros se necesitan de más o menos materiales para el cumplimiento de las actividades exclusivas y con ello sumar un evento integrado.

Como empresa, tenemos la convicción que la gestión óptima de los recursos humanos y materiales contribuyan al logro de los objetivos y es que para realizar la producción de un evento no es necesario contar con un equipo grande de personal o tener un sinfín de materiales; más por el contrario, creemos que un personal capacitado es capaz de gestionar cada actividad al que fue designado; coordinar con su proveedor, llegar a los acuerdos

comunes y resolver los problemas demostrando profesionalismo es más que un abanico de personal que no sepa resolver problemas más sólo lo crean.

2.4 Estudio de la Demanda

Según la Real Academia Española. (2017), la demanda está definida como la súplica, la petición o la solicitud con respecto a un producto o servicio que se puede encontrar o no en el mercado.

Para evaluar la demanda potencial de *Wilove Event Planner*, se tomará en cuenta la población del distrito de Huanta, tomando como fuente principal las Estimaciones y Proyecciones de Población por INEI.

Como se detalló en la sección de Factor Demográfico, en el distrito de Huanta, existe una población aproximada de 40,599 habitantes de los cuales gran número de ellos pertenecen a nuestro mercado objetivo.

A continuación, se detallan los nichos de mercados grupales donde la industria de organización de eventos puede desenvolverse con más prontitud y ser la primera alternativa de posicionamiento *Wilove Event Planner*, pues como empresa se ha visto la necesidad de trabajar para este mercado por la gran demanda que existe.

Tabla 10: Población Estimada por Grupo de Edades en el Distrito de Huanta.

Distrito de	5 años	11 años	15 años	18 años	19-24 años	25-34 años	35-54 años	Gestantes esperadas
Huanta	1,013	1,072	963	852	4,517	5,821	7,661	1,164

Fuente: Boletines Especiales de Estimaciones y Proyecciones de Población – INEI. (2016).

Según la Tabla 10, en el distrito de Huanta existe una población 40,599 habitantes de los cuales 1013 niños y niñas tienen 5 años (Mercado Objetivo para las Fiesta de Promoción del Nivel Inicial), 1,072 tienen 11 años (Mercado Objetivo para las Fiesta de Promoción del Nivel Primario), 963 tienen 15 y el 60% de este grupo son del género femenino (Mercado Objetivo para la Fiesta de Quince Años), 852 tienen 18 años (Mercado Objetivo para la Fiesta de 18 Años), existen 10,338 personas que tienen entre 19 a 34 años (Mercado Objetivo para los Cumpleaños Vintage o Temático), existen 7,661 personan que tienen entre 35 a 54 años de edad (Mercado Objetivo para las Fiestas Doradas o de 50 Años) y, finalmente, existen una gran población de Gestante esperadas que acumulan a 1,164 mujeres (Mercado Objetivo para la Fiesta de Baby Shower).

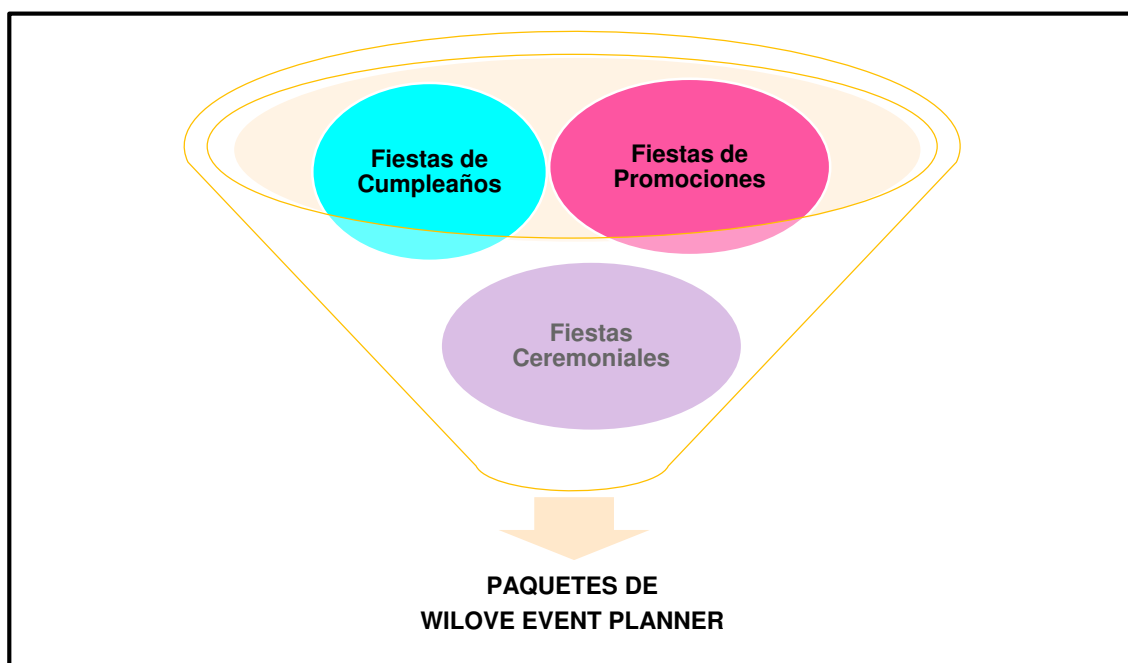


Figura 9: Paquetes de Servicio de Wilove Event Planner.

Se puede concluir que nuestro Total Available Market (TAM) está conformada por el total de la Población Regional de Ayacucho que incluye a todas las provincias tales como:

- Huamanga (280,234 habitantes)
- Cangallo (34,153 habitantes)
- Huanca Sancos (10,452 habitantes)
- Huanta (109,734 habitantes)
- La Mar (88,897 habitantes)
- Lucanas (68,744 habitantes)
- Parinacochas (33,242 habitantes)
- Paucar del Sara Sara (10,989 habitantes)
- Sucre (11,993 habitantes)
- Víctor Fajardo (23,383 habitantes)
- Vilcas Huamán (23,213 habitantes)

TOTAL: 695,034 habitantes.

En cuanto Serviceable Available Market (SAM), se concluye que está conformado por la totalidad de la población Provincial de Huanta que incluye a sus distritos tales como:

- Huanta (40,599 habitantes)
- Ayahuanco (5,996 habitantes)
- Huamanguilla (5,170 habitantes)
- Iguaín (3,197 habitantes)
- Luricocha (5,163 habitantes)

- Santillana (7,397 habitantes)
- Sivia (14,594 habitantes)
- Llochegua (11,185 habitantes)
- Canayre (3,041 habitantes)
- Uchuraccay (5,348 habitantes)
- Pucacolpa (8,044 habitantes)

TOTAL: 109,734 habitantes.

Para finalizar, nuestro Serviceable Obtainable Market (SOM), estará conformada por nuestro público objetivo al cual estarán dirigidos nuestros paquetes, por lo que de acuerdo al estudio realizado de acuerdo a la Tabla 8, nuestro SOM ascendería a 23,063 habitantes.

2.5 Estudio de la Oferta

2.5.1 Oferta en la Organización de Eventos en el Perú

Es válido decir, que la gran mayoría de eventos que realizan en la Ciudad de Lima se trata del diseño, la planificación y la organización de Matrimonios, es así que esta temática es la más ejecutada por los ofertantes, por lo que el desenvolvimiento de los productores de eventos en ese rubro, depende del estilo que requieran los novios, por tal motivo, existe una gran variedad de alternativas en cuanto a empresas que se dedican a la producción de bodas con las más altas exigencias.

Según los estudios realizados por Zanky (2018), la decoración de bodas es sumamente importante, pues esta labor no puede ser encargada a cualquier persona. Para que la decoración del matrimonio civil o religioso salga tal cual se planea, es recomendable contactar con empresas especializadas en decoración de eventos y mejor aún si estas concentran su trabajo en la decoración de bodas, ya que estarán al tanto de las últimas tendencias y contarán con todo el material para organizar una boda según la temática que se haya decidido.

Descubre quiénes son las mejores empresas para la decoración de bodas en Lima y conoce espléndidas ideas decoración boda que te encantarán.

A continuación, se detallan las empresas productoras de eventos en Lima:

✧ **Lumina By Velas Perú.**

Con más de ocho años de experiencia, esta empresa asentada en Lima destaca por crear arte con luces para la decoración de eventos, de esa forma son capaces de implementar caminos de luz, árboles de los deseos, islas de luz, entre otros elementos que harán única tu boda. Su celebración será distinta y muy romántica creando un efecto simplemente espectacular.

Un ambiente romántico, eso es lo que consigue la decoración exclusiva que se encarga de ofrecer Lumina By Velas Perú, gracias a la original iluminación con la que cuenta para los eventos que organizan. La amplia experiencia de estos decoradores para matrimonio en Lima te ayudará a darle un toque diferente a tu boda.

Ofrecen opciones muy originales creando ellos mismos las tendencias más resaltantes en iluminación, sus decoración van mucho más allá imponiendo

estructuras de luz exclusivas, velas y flores de loto para piscina, velas colgantes, centros de mesa led y caminos iluminados.



Fotografía: Lúmina by Velas PERU. (2018)

✧ **La Fete Event Planning.**

Empresa líder en la planificación de eventos de alta categoría en Lima. La Fête Event Planning cuenta con más de 11 años de experiencia en la organización de bodas. La empresa se conforma de personal altamente calificado, son planificadores (wedding planner) y Decoradores (Event Design) quienes diseñan matrimonios hechos a medida y buscan marcar tendencias con eventos no antes vistos en la capital.

La Fete Event Planning demuestra una alta creatividad en la planificación de las fiestas de matrimonio más originales y únicas de Lima. Pioneros y líderes en diseño y planificación de eventos, es una de las empresas más innovadoras de la capital. Pone mucho énfasis en los detalles para lograr eventos célebres y llenos de estilo, la misión es sorprender al público con una máxima creatividad resaltando las tendencias nupciales más importantes del momento.



Fotografía: La Fête Event Planning. (2018).

✧ **Unik Producciones.**

Con 15 años de experiencia, Unika Producciones destaca por ofrecer un servicio de decoración y organización de eventos que se adapta a las necesidades y los gustos de cada pareja de novios. Ofrece decoración temática para eventos, arquitectura efímera, mesas vestidas, sillas variadas, salas lounge, luces y diseño y decoración, escenografía y fiestas temáticas.

El servicio que ofrece Unika Producciones, destaca porque cuenta con un staff de diseñadores que permiten que puedas ver cómo quedará tu evento en 3D antes de tu fecha especial. La empresa se cuenta liderada por Wendy Wunder, quien junto a su equipo creativo, darán paso a un matrimonio mágico y encantador con aquellos detalles que el público no olvidará.



Fotografía: Unika Producciones. (2018)

✧ **Liz Ángeles.**

Liz Angeles Event Planning & Design Studio, es una empresa creativa que ayuda a mantener todos los aspectos del evento en armonía y coherencia. La especialidad es realizar ambientaciones casi siempre involucrando arte/artistas en el concepto, detalles mágicos, músicos, bailarines, iluminación y todos los mejores proveedores del medio están involucrados. La experiencia en diseño y organización hacen que los novios se sientan totalmente tranquilos y seguros. Estos profesionales materializan cada uno de los sueños de la pareja de novios, creando así un escenario de ensueño y harán de tu evento un día muy especial.



Fotografía: Liz Ángeles. (2018).

✧ **EvelinLaz.**

Arquitecta especialista en diseño de interiores y decoración de eventos logrando ambientes únicos para el día de la boda. Se otorga un servicio totalmente personalizado para crear la temática perfecta, se trabaja en conjunto con los novios para conseguir una decoración especial. Se ofrece decoración de eventos, arquitectura de interiores, diseño de vitrinas y asesoría residencial. La diseñadora no solo hace eventos sino busca recrear historias bonitas logrando ambientes llenos de detalles, cada celebración es

personalizada enfocándose en que todo salga perfecto y se convierta en el día soñado. Como arquitecta y diseñadora de eventos la profesional concibe espacios desde otras dimensiones, una serie de proyectos que pasan por un proceso creativo y presentan alta calidad en acabados.



Fotografía: EvelinLaz. (2018).

✧ **BackYard.**

Dedicada a la planificación y organización de eventos únicos y personalizados, el personal experto lleva a cabo desde pequeños almuerzos familiares hasta grandes eventos nupciales. Se otorga el concepto y temática que el cliente busca, su servicio incluye prestaciones como banquete, alquiler de menaje, cubertería, alquiler de mobiliario, flores, estructuras, y decoración.

Una de las características que hace destacar a esta empresa para la decoración de tu boda es que te ofrece alternativas para de esa forma dar con la opción que más se ajuste a lo que siempre planeaste. Como parte de sus servicios, también incluye el catering para matrimonios, por lo que al contratarla tendrás menos proveedores por los que preocuparte en tu día especial.



Fotografía: BackYard. (2018).

❖ **Surco Eventos.**

Ambientes originales y especiales es lo que ofrece Surco Eventos gracias a sus años de experiencia en el sector. Brinda el servicio de decoración y creación de arquitectura de toldos, que incluye además el transporte, entrega el montaje y la retirada de todos los materiales que empleen para ello. Destacan por estar al tanto de las últimas tendencias en decoración de eventos.

La empresa en Lima especializada en ambientaciones y estructuras construye montajes inolvidables, cada uno de sus proyectos se realizan acorde a las necesidades del evento especialmente si se trata de bodas al aire libre, nupcias en la playa, entre otros. De alta experiencia en el mercado, conocen los estilos más resaltantes para lograr espacios soñados, siempre enfocándose en las últimas tendencias.



Fotografía: Surco Eventos. (2018)

✧ **Eventos Sociales.**

Con más de veinte años en el mundo de la decoración de eventos, Eventos Sociales es una empresa confiable que ha sido cómplice en la celebración de grandes bodas y fiestas. La empresa no solo se encarga de la decoración y de ofrecer todo el mobiliario necesario para una boda, además cuenta con residencias en diferentes distritos, de esa forma los novios pueden contar también con sus servicios de alquiler de local para recepciones. Sus locales disponen de amplias áreas verdes, piscinas, etc.

Cuando separas una reunión con ellos puedes solicitar una cita para “Boda en Vivo”, así vas a poder saber cómo sería tu boda, si tu propia boda, buffet, menaje, sonido” indican desde Eventos Sociales.

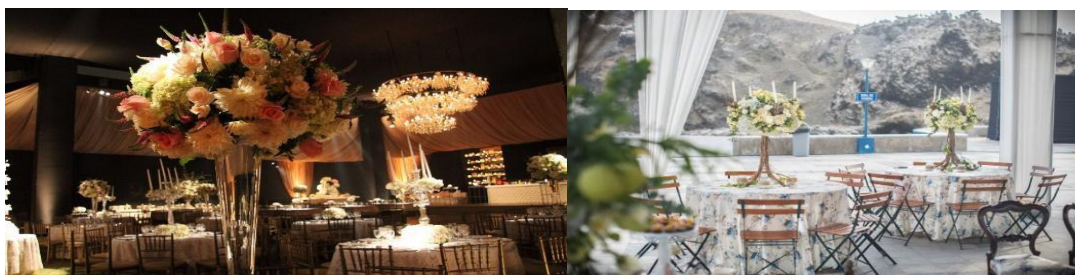


Fotografía: Eventos Sociales. (2018).

✧ **Ramona: Deco Atelier para eventos.**

La empresa de decoración de matrimonios de Lima trabaja en el sector desde el año 2013. Ofrecen los servicios desde el alquiler de mobiliario, mantelería, etc., hasta la decoración integral de la boda. La empresa rescata elementos del pasado para utilizarlos en el presente creando espacios únicos para tu historia de amor. Todos los servicios que ofrece Ramona Deco Atelier para eventos son hechos a medida, así cada pareja de novios que los contrate puede saber que su boda será absolutamente personalizada.

Los eventos en los que ha participado esta empresa son realmente hermosos. Parte de sus servicios es el diseño floral, con el que crean espacios de ensueño para las parejas; también ofrecen la decoración con velas lo que aumenta el romanticismo que se respira en una boda.



Fotografía: Ramona DecoAtelier para Eventos. (2018)

✧ **Cuál es tu estilo.**

Expertos en decoración de bodas en Lima que no solo se encargará de dejar hermoso tu local de recepciones, sino que también te ofrece los servicios como el de wedding planner, catering, souvenirs, entre otros. Sus años de experiencia les permiten crear ideas originales. Cuentan con excelentes

conexiones que permitirán que solo los mejores proveedores participen en lo que sea necesario para que tengas la boda con la que tanto sueñas.

No solo te ofrece todo el mobiliario y los implementos que necesitas para que la decoración de tu boda sea impresionante, sino que también te ofrecen asesoría para lograr este objetivo, tanto en aspectos como la decoración como en el diseño y en la organización de tu matrimonio.



Fotografía: Cuál es tu estilo. (2018).

Estos son los 10 proveedores más reconocidos en la industria de la organización de eventos. Como se puede observar, cada proveedor mantiene una línea diferente que la otra, algunas se especializan en brindar un abanico de luces que enciendan armonía, otros se caracterizan por brindar un servicio rústico, algunas por ofrecer el mejor diseño en floristería, entre otros.

2.5.2 Oferta en la Organización de Eventos en el Departamento de Ayacucho

En el Departamento de Ayacucho existe mucha competencia con respecto a la organización de eventos, pues aunque brinden paquetes integrados, aún

no se trabaja el tema de la innovación y el vanguardismo para la decoración de los diferentes eventos.

A continuación, se detalla algunas empresas en el rubro de la producción de eventos en el Departamento de Ayacucho:

- ✧ **Casavilca Eventos:** Casavilca Eventos es una empresa que se hará cargo de la decoración de su matrimonio. Esta empresa cuenta con años de experiencia ofreciendo sus servicios a toda clase de eventos, por eso en un día tan especial se encargarán de brindarles siempre eficiencia y calidad. Los profesionales tendrán en cuenta sus gustos y sus necesidades y se asegurarán de que siempre obtengan lo mejor.

- ✧ **Deleite:** Deleite es una empresa conformada por un experimentado staff de profesionales en el campo de los matrimonios. Les ofrece ayuda integral y personalizada para que estén tranquilos en todo momento. El resultado será una celebración ajustada a sus más íntimos deseos y unos invitados felices por compartir con ustedes unos momentos tan especiales.

- ✧ **Victoria Eventos:** Victoria Eventos es una empresa con una amplia experiencia ofreciendo sus servicios de organización a grandes bodas. En la suya podrán a su disposición toda su profesionalidad y calidad para conseguir que tengan todo lo que estaban esperando. Asimismo, el equipo dispondrá para ustedes todo lo que puedan necesitar para que todo salga como esperaban.

✧ **Eventos Fanny:** Eventos Fanny es una wedding planner que trabaja para que los novios disfruten de su gran día sin preocupaciones. La empresa atiende las peticiones de los enamorados buscando la mejor solución nivelando presupuesto y exclusividad. Sin lugar a dudas será su mejor aliado para diseñar y construir un evento único. Eventos Fanny les propone unos eventos integrales con servicios pensados para ese festejo en concreto.

Cada una de las empresas que brindan el servicio de producción de eventos maneja el estilo propio de las alternativas que ofrecen al público; no obstante, se cree que a diferencia de los estilos que tienen las empresas productoras de eventos de Lima, éstos no salen de su zona de confort y ofrecen servicios comunes sin jugar con los estilos del exterior y brindar así una temática completamente nueva a la que ya se brinda en el mercado Ayacuchano.

Frente a ello, la alternativa que propone *Wilove Event Planner*, se caracteriza por justamente brindar una tendencia que no se vende en Ayacucho, es decir, llevar las tendencias de Lima o el exterior a provincia, con la finalidad de cambiar paradigmas de estilos y con ello abrir nuevos mercados con los servicios vanguardistas que se ofrecerán, pues nos enfocaremos en los estilos de la floristería ya que se tiene experiencia en el rubro, trabajar con las temáticas de lo rústico, lo vintage, entre otras maneras de llamar la atención a la hora de decorar según la temática que solicitan los clientes.

2.5.3. Oferta en la Organización de Eventos en la Provincia de Huanta

En el distrito de Huanta prácticamente sólo existen empresas que brindan servicios especializados en desarrollar una sola actividad, así como el alquiler de local, alquiler de equipos de sonido, alquiler de muebles, carpas y menaje en general, y no así una empresa que brinde un servicio integral en la producción de eventos.

Ante ello, *Wilove Event Planner* ofrecerá una alternativa que satisfaga las exigencias del mercado por lo que a partir de las necesidades que actualmente existe en el Distrito de Huanta, *Wilove Event Planner*, no sólo se dedicará en la producción de matrimonios que normalmente pasa con los proveedores; sino también, que satisfaga la demanda de realizar un evento para las fiestas de promociones de los diferentes niveles de escolaridad, las ceremonias personales como los bautizos y primeras comuniones que año tras año toma mayor énfasis en realizar una pequeña ceremonia dónde se puede ofrecer la decoración con temática de lo mencionado, entre otras eventos a realizar.

2.6 Determinación de la demanda insatisfecha

En cuanto a la demanda insatisfecha, se ha determinado que el mercado donde se trabajará con mayor énfasis serán en los alumnos que se encuentren en las promociones de Inicial, Primaria y Secundaria, pues este segmento es bastante descuidado por la industria, ya que sólo se efectúan al cierre de año: sin embargo, como empresa se ha visto en la necesidad de brindar un mayor empuje en cuanto al servicio que se le brinda, con mejores

alternativas vanguardistas que no caigan en la popularidad de lo común de año tras año.

Es así que se ha investigado la cantidad de instituciones que existen en el distrito de Huanta con la finalidad de calcular el número de promociones al año y conocer a cuántos de ellos se puede satisfacer en la ejecución de su fiesta de promoción.

A continuación, se detallan el listado de cada uno de los centros educativos de cada nivel con la finalidad de conocer las promociones que salen año tras año y con ello conocer el número de posibles demandantes de la industria en el mercado; sin embargo, ya que la lista fue nombrada líneas arriba, en este apartado se conocerán las instituciones las cuales se podrá atender por diferentes razones:

- Conocimiento del mercado.
- Facilidad de acceso a las instituciones.
- Ubicación óptima de las instituciones.
- Capacidad adquisitiva de los padres de familia.
- Número de estudiantes.

Es así que, las instituciones resaltadas en negrita son aquellas a las que se puede atender ya que cumplen los factores mencionados líneas arriba.

Lista de instituciones del nivel inicial:

- Inicial 112 Rosa Richter de Ayarza (se gradúan 5 promociones).
- Inicial 302 Gonzales Vigil (se gradúan 3 promociones).
- Inicial 38254 Luis Caveró Bendezú (se gradúa 1 promoción).

- Inicial 429 María Auxiliadora (se gradúan 3 promociones).
- Inicial César Vallejo (se gradúa 1 promoción).
- Inicial Corazón de Jesús (se gradúa 1 promoción).
- Inicial Johannes Gutenberg (se gradúa 1 promoción).
- Inicial San Francisco de Asís (se gradúan 3 promociones).
- Inicial San Alfonso (se gradúa 1 promoción)

La lista de promociones del Nivel Inicial por año al que se aspira atender asciende a 20 salones.

Lista de instituciones del nivel primario:

- Escuela 38254 Luis Caveró Bendezú (se gradúan 5 promociones).
- Escuela 38256 María Urribari Gómez (se gradúan 5 promociones).
- Escuela 38257 San Ramón (se gradúan 3 promociones).
- Escuela 38265 Huanta (se gradúan 3 promociones).
- Escuela 38266 Nuestra Señora de las Mercedes (se gradúan 3 promociones).
- Escuela 38267 San Francisco de Asís (se gradúan 6 promociones).
- Escuela 38315 Inmaculada Concepción (se gradúan 5 promociones).
- Escuela 39013 Clara Castillo de Gayozzo (se gradúan 5 promociones).
- Escuela César Vallejo (se gradúan 2 promociones).
- Escuela Corazón de Jesús (se gradúan 2 promociones).
- Escuela Gonzales Vigil (se gradúan 6 promociones).
- Escuela María Auxiliadora (se gradúan 6 promociones).
- Escuela Mario Bunge (se gradúan 2 promociones).

- Escuela San Alfonso (se gradúan 2 promociones).

La lista de promociones del Nivel Primario por año al que se aspira atender asciende a 49 salones.

Lista de instituciones del nivel secundario:

- Colegio César Vallejo (se gradúan 2 promociones).
- Colegio Corazón de Jesús (se gradúan 2 promociones).
- Colegio Esmeralda de los Andes (se gradúan 8 promociones).
- Colegio González Vigil (se gradúan 10 promociones).
- Colegio Huanta (se gradúan 2 promociones).
- Colegio María Auxiliadora (se gradúan 8 promociones).
- Colegio San Francisco de Asís (se gradúan 8 promociones).
- Colegio Mario Bunge (se gradúan 2 promociones).
- Colegio San Alfonso (se gradúan 2 promociones).

La lista de promociones del Nivel Secundario por año al que se aspira atender asciende a 44 salones.

2.7 Proyecciones y provisiones para comercializar

Existen muchas maneras en que nuestra empresa pueda llegar a su mercado meta; sin embargo, ya conocida nuestro mercado objetivo y las características de ésta, se ha establecido algunas herramientas que utilizaremos.

- **Redes Sociales**

Usar Redes Sociales para estar en contacto con nuestros clientes y prospectos. En realidad las redes sociales nos permitirá estar en constante contacto con nuestro mercado objetivo, nos permitirá engancharlos, podremos tener contacto directo con ellos y eventualmente será una potente herramienta de ventas, así como la mayoría de las estrategias de Internet Marketing y esta no será la excepción, el contenido es la clave de todo, pues la idea es generar información de valor para nuestro mercado, además de ser exclusiva para nuestros fans de Facebook, o nuestros seguidores de Instagram, Twitter, LinkedIn, etc. que a la vez nos permita tener una conexión con ellos a través de la cual logremos llevarlos hacia nuestro proceso de venta, el tema principal cuando hablamos de ventas en redes sociales es lograr llevarlos de la mano para que sean nuestros clientes con la finalidad de lograr una mayor lealtad por parte de ellos.

- **Probar el producto antes de lanzarlo**

Para llegar a posicionarnos en nuestro mercado y con ello llegar a más público objetivo, lo que actualmente se está realizando son las producciones de eventos familiares y de amistades, así como: Cumpleaños Vintage, Baby Shower, y Fiesta de 50 años, las cuales son ejecutadas como prueba para la empresa, pues con ello llamamos la atención de futuros clientes y logramos generar la publicidad de Boca a Boca con el fin de ser una de las mejores alternativas que tiene el mercado en cuanto a la industria de producción de eventos.

Esta herramienta es una de las más fáciles de utilizar puesto que normalmente se realiza en la construcción de un producto o servicio, además nos asegura estar en sintonía con nuestros clientes y siempre estar dando pasos acertados acerca de la evolución de nuestros productos.

- **Patrocinar eventos**

Se realiza entre las personas que podrían usar nuestro producto. Una gran manera de hacer esto es ser un partidario de las reuniones grandes, es bastante simple y no toma mucho trabajo. Sin embargo, no es suficiente simplemente escribir un cheque y esperar lo mejor, sino al contrario, tenemos que estar presentes en los eventos que estamos patrocinando y demostrar que nuestra empresa realmente quiere conectar con su público.

Muchos negocios que están empezando son reacios a patrocinar o auspiciar. Pero eso no es una decisión inteligente. Es bueno empezar a tener presencia además. Es por ello que si no se puede organizar un propio evento lo bueno sería poder participar en uno como patrocinador o auspiciador de alguno que este siendo organizado por otras organizaciones.

Por ejemplo, lo que se practica actualmente es la participación en la producción de mesas temáticas en reuniones de Niños, Niñas y Adolescentes Líderes en el Distrito de Huanta, éstos son parte de muchas organizaciones que se reúnen para tomar decisiones frente a problemáticas sociales con el aval de sus colegios y las autoridades competentes, es así que es uno de nuestros públicos objetivos en el que también nos estamos enfocando con bastante importancia.

- **Visitas a las Instituciones Públicas y Privadas**

El gran mercado objetivo es sin lugar a dudas las instituciones educativas, ya que a partir del mes de octubre, los alumnos y padres de familia están en busca de proveedores para realizar las fiestas de graduación de cada nivel, es así que se ha visto por conveniente relacionarnos con los alumnos a través de entrega de brochure o folletos donde se explique el servicio que *Wilove Event Planner* ofrecerá en cuanto a la producción de sus fiestas de graduación.

2.8 Descripción de la política comercial

2.8.1 *WiLove Event Planner* – P (PROMOCIÓN)

“No importa qué tan fantástico sea su negocio. Si sus posibles clientes no se enteran de que usted existe, no venderá nada”

La publicidad permite que el público nos conozca, sepa cuáles son nuestros servicios, así como sus atributos y ventajas. También nos ayuda a ser conocidos y mantenernos en el recuerdo de nuestros consumidores.

Al definir nuestra publicidad, tenemos que tener en cuenta que esta tiene tres grandes propósitos:

- ✓ Dar a conocer un producto o servicio y sus atributos.
- ✓ Aumentar las ventas.
- ✓ Posicionar o fijar la marca en la mente de los consumidores

Tener un mensaje que identifique nuestro servicio o empresa puede hacer una gran diferencia a la hora de publicitar. Este mensaje debe llamar la

atención, ser original y fácil de recordar. Debe transmitir las ventajas o beneficios de su producto.

Una vez que se ha establecido el objetivo de la publicidad y se ha elaborado un mensaje, se debe escoger el medio por el cual se hará, por lo que *WiLove Event Planner* utilizará la publicidad en:

- ✓ Una de las mejores formas de hacer publicidad es el boca a boca, es decir, que nuestros clientes hablen de nuestros servicios a otros potenciales clientes a partir de la experiencia o satisfacción de sus necesidades. Esta forma de publicidad es muy efectiva, ya que es más creíble que un anuncio publicitario, porque viene de alguien conocido. Es más lenta pero más segura.
- ✓ Avisos por la radio o TV local.
- ✓ Avisos en diarios o revistas locales.
- ✓ Carteles en el local u otros lugares públicos.
- ✓ Tarjetas o carpetas de Presentación.
- ✓ Sitios Web.

Partiendo de la premisa de dar a conocer los atributos de nuestro producto, *WiLove Event Planner* ofrecerá dos tipos de paquetes, una para los clientes individuales o de pareja y la otra estará dirigida a los clientes grupales.

Como se ha venido explicando líneas arriba, el paquete o servicio de producción de la Fiesta Vintage será uno de nuestros grandes enfoques como servicio individual ya que se tratará de una producción mucho más dinámica, menos compleja, más económica y bastante demandada en el mercado, este paquete trata acerca de lo siguiente:



Fotografía: Pinterest. (2018).

Tal como se observa en las fotografías, las Fiestas Vintage se caracterizan más que nada por tener una mesa muy bien elaborada, éstas podrían ser acondicionadas con globos de colores vintage o pasteles, con flores de cartulina u otros accesorios dependiendo de la temática de la cumpleañera, se hace referencia al género femenino ya que como se explicó anteriormente, en el distrito de Huanta existe una gran demanda en cuanto a realizar una fiesta de cumpleaños no tan extravagante, pero sí hermosa y económica, justamente lo que ofrecemos con nuestro producto estrella que es la Fiesta Vintage.

Este tipo de eventos son económicos ya que sólo se necesitan del servicio de repostería y bebidas, floristería y accesorios para la elaboración de la temática además de los muebles requeridos, por tal no es necesario de otros componente como lo paquetes que ofrecemos para las fiestas u eventos mucho más complejos y completo como lo es una Fiesta de Quince Años, Una Boda o una Fiesta de Promoción.

2.8.2 WiLove Event Planner – P (PLAZA)

Buscando la "Plaza", es decir, ¿dónde vender?

Los canales de venta son el medio por el cual el producto llega desde el productor al consumidor. Muchas veces se tiende a pensar en un solo canal de venta para comercializar los productos. Sin embargo, debemos pensar en distintos canales que nos permitan llegar al consumidor de variadas formas.

Es importante identificar quiénes y dónde están nuestros clientes o a quiénes quiero satisfacer. Para elegir los canales de venta, se deben tener en cuenta:

- ✓ Dónde se llega a más clientes,
- ✓ El costo del lugar.
- ✓ Las facilidades y dificultades para llegar ahí con el producto/servicio.
- ✓ La conveniencia para administrar relaciones duraderas con los clientes.
- ✓ Dónde obtener mayor valor en imagen

Los siguientes son algunos de los canales de venta más comunes:

Oficina propia: Es venta directa, ya sea en una oficina o espacio propio donde se realice la presentación de los servicios de *WiLove Event Planner*.

Punto de publicidad en el espacio de nuestros proveedores: Esto en base a las estrategias que se tendrá con cada uno de nuestros proveedores como en los siguientes espacios:

- ✓ Pastelerías.
- ✓ Floristería.
- ✓ Salón de Belleza.
- ✓ Estudio Fotográfico.

- ✓ Empresa de Servicio de Catering.
- ✓ Locales de eventos.
- ✓ Iglesias.
- ✓ Radios

2.8.3. *WiLove Event Planner* – P (PRECIO)

Un producto vale lo que la gente está dispuesta a pagar por él. Es por eso que el precio de un producto o servicio no siempre lo determina el vendedor, en general viene dado por el mercado.

Hay diferentes formas de ponerles el precio a nuestros servicios; sin embargo, *WiLove Event Planner* tiene en consideración la capacidad adquisitiva de su mercado, por ejemplo tenemos en cuenta la disposición a pagar del cliente, que, aunque es difícil determinarlo, es el más exacto, ya que según las experiencias en la producción de una fiesta de cumpleaños, el precio del paquete está dentro de los parámetros que como empresa podemos tener además como costo real agregando el margen de rentabilidad.

2.8.3.1 Precio para los eventos de clientes del Grupo A

Tomando como referencia el paquete dirigido a nuestro cliente individual del Grupo A, como por ejemplo el de cumpleaños de mujeres independientes o Fiesta Vintage, las cuales ya fueron ejecutadas en el distrito de Huanta por

nuestro equipo, el precio que se manejó en el mercado, está sujeto a los siguientes costos:

- Casa de la Cumpleañera.

WiLove Event Planner cuenta con el siguiente Pack de mobiliario y accesorios las cuales también están dispuestas para su alquiler:

- Alquiler de Mesas vintage, mesas laterales y sillas.
- Alquiler de Accesorios de decoración de pared y mesa.
- Servicio de repostería.

Precio Total del servicio: S/ 800.00.

Tener en consideración que los recursos ya son parte de la adquisición de la empresa, es decir, la empresa ya cuenta con los mobiliarios y accesorios propios, las cuales se dan en alquiler, lo que no involucra la compra para cada evento, sino el alquiler de éstos para nuestros clientes siendo *WiLove Event Planner* el Proveedor principal de todas las actividades.

2.8.3.2 Precio para los eventos de clientes del Grupo B

Tomando como referencia el Paquete dirigido a nuestro cliente grupal del Grupo B, como por ejemplo:

Fiesta de Promoción del Nivel Secundario, está sujeto a los siguientes costos:

- Alquiler del local
- Alquiler de infraestructura como: toldos, telas, muebles. mantelería, luces, accesorios y equipo de sonido (ejecución de la temática)

- Servicio de Catering y bebidas.
- Servicio de floristería.
- Servicio de hora loca.
- Servicio de fotografía.
- Servicio de mozos y conducción del evento.
- Servicio de repostería.
- Servicio de imprenta para las tarjetas de invitación, diplomas y recuerdos de promoción.

De acuerdo a la experiencia en el mercado, el precio que normalmente pagan en el distrito de Huanta es de S/ 70.00 por persona. Normalmente, un alumno puede ir hasta con 8 invitados lo que sumaría un costo de S/ 560.00 por mesa.

De acuerdo al estudio realizado en el 2017 en los siguientes colegios:

- Colegio César Vallejo (se gradúan 30 estudiantes).
- Colegio Corazón de Jesús (se gradúan 26 estudiantes).
- Colegio Esmeralda de los Andes (30 estudiantes).
- Colegio González Vigil (se gradúan 30 estudiantes).
- Colegio Huanta (se gradúan 25 estudiantes).
- Colegio María Auxiliadora (se gradúan 30 estudiantes).
- Colegio San Francisco de Asís (se gradúan 30 estudiantes).
- Colegio Mario Bunge (se gradúan 25 estudiantes).
- Colegio San Alfonso (se gradúan 30 estudiantes).

Se concluyó que en el nivel secundario, el 95% de las aulas cuentan con 30 estudiantes aproximadamente y el 5% cuenta con 25 hasta 28 alumnos.

Desde ese punto de vista, considerando el porcentaje más grande que corresponde al 95% del mercado objetivo se conoce que en cada aula existen 30 alumnos.

Según la experiencia en cuanto al precio que ya tiene establecido el mercado, un estudiante puede pagar hasta 80 soles por persona, éste tiene una lista de 7 invitados, lo que se asume que por cada mesa hay 8 personas la cual genera un costo de s/ 640.00 soles por mesa y por los 30 estudiantes generan S/ 19,200.00 lo que resulta el precio del paquete de Fiesta de Promoción de Nivel Secundario.

- Precio Total del servicio: S/ 19,200.00

2.9 Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Para hallar la demanda proyectada tendremos en cuenta los meses de cada año para saber cuántas veces podemos tener la participación con cada servicio ofrecido en el mercado.

A continuación, se presenta la participación en los clientes del Grupo A:

- ✧ Mujeres embarazadas (Paquete de Baby Shower).
- ✧ Niños y niñas (Paquete de Cumpleaños Kids).
- ✧ Niños, niñas y Adolescentes que realicen el Bautizo, Primera Comunión y Confirmación (Paquete de Ceremonias Religiosas).
- ✧ Señoritas (Paquete de Quince Años)

- ✧ Mujeres independientes (Paquetes de Fiesta Vintage)
- ✧ Pareja de novios (Paquete de pedido de mano y matrimonio)
- ✧ Adultos (Paquete de Cumpleaños – 50 años o Fiestas Doradas)

Tabla 11: Estimaciones de Eventos Mensuales (Cliente del grupo A).

	E	F	MZ	AB	MY	JN	JL	AG	S	O	N	D	TOTAL
Baby Shower	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	10
Cumple Kids	1	1	1	1	1	1	2	0	1	1	2	0	12
Bautizo	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	8
1° Comuni3n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	6
Confirmaci3n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5
Quince Años	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	5
Fiesta Vintage	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	2	10
Matrimonios	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	3
Fiestas Doradas	0	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	0	10
TOTAL	5	6	5	3	5	4	5	3	6	5	5	17	69

Para realizar las estimaciones se tuvo en consideraci3n la evaluaci3n vertical del total de eventos realizados por mes, puesto que aunque se quiera producir todos los dÍas un distinto evento, no serÍa lo 3ptimo ya que como empresa necesitamos crear valor y calidad en cada producci3n, lo que no nos debemos bazar en cantidad sino calidad en cada evento.

Es asÍ que en el mes de enero se realizarán 3 eventos, teniendo c3mo evento principal la producci3n de un Quince Años, en el mes de febrero se realizará 5 eventos teniendo como evento principal la producci3n de un Matrimonio. En los meses de marzo y abril, de acuerdo a la exigencia del mercado s3lo

se aceptarán realizar las producciones de paquetes pequeños como un Baby Shower, un Cumpleaños Kids, dos Fiestas Vintage, y una Fiesta Dorada. En el mes de mayo se tendrá como principal evento la Fiesta de Quince Años, en cuanto al mes de junio se aceptarán paquetes pequeños.

Por otro lado, en julio se tendrá como paquete principal la producción de un Matrimonio, en el mes de agosto el paquete principal será una Fiesta de Quince Años, en cuanto a los meses de septiembre y noviembre sólo se atenderán paquetes pequeños como los de cumpleaños, en el mes de octubre se atenderá un paquete principal de Quince Años y en el mes donde se atenderán 2 eventos principales como un Quince Años y un Matrimonio será en el mes de diciembre.

A continuación, se presenta la participación en los clientes del Grupo B:

- ✧ Alumnos que cursen el último año de su nivel (Paquete de Fiesta de Promoción en el Nivel Inicial, Primaria, Secundaria y Superior).
- ✧ Aniversario Institucional y/o actos ceremoniales (Paquete de servicios institucionales)

Tabla 12: Estimaciones de Eventos Mensuales (Cliente Grupo B).

	E	F	MZ	AB	MY	JN	JL	AG	S	O	N	D	TOTAL
Graduación Inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Graduación Primaria	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Graduación Secundaria	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5

Graduación Superior	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	2	5
TOTAL	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	11	14

Como se puede observar en la Tabla 12, en el mes de Diciembre habrá mayor volumen de pedidos, esto porque se tratan de fiestas de graduación que normalmente se realizan en dicho mes. Considerando los pedidos del Grupo A, las cuales suman a 6 producciones, se tendrá que realizar 11 eventos más; sin embargo, la prioridad del mes serán sin lugar a dudas las producciones de las fiestas de promoción, ya que estas son mucho más dinámicas y menos complicadas a diferencia de la realización de bodas.

Tabla 13: Estimaciones de Eventos Anuales (Cliente Grupo A) – Cantidad de Eventos.

	Porcentaje De Participación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Baby Shower	10%	10	11	12	13	15	16
Cumple Kids	20%	12	13	15	16	18	19
Bautizo	10%	8	9	10	11	12	13
1° Comunción	5%	6	7	7	8	9	10
Confirmación	5%	5	6	6	7	7	8
Fiesta Vintage	30%	10	11	12	13	15	16
Fiestas Doradas	20%	10	11	12	13	15	16
TOTAL	100%	61	67	74	81	89	98

Tabla 14: Estimaciones de Eventos Anuales (Cliente Grupo B) – Cantidad de Eventos.

	Precio S/	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Graduación - Inicial	12,000	2	1	4	5	4	16
Graduación - Primaria	16,800	2	2	3	5	5	17

Graduación - Secundaria	19,200	5	6	4	5	7	27
Graduación - Superior	12,000	5	7	7	5	7	31
TOTAL		14	16	18	20	23	91

Tabla 15: Estimaciones de Eventos Anual (Cliente Grupo B) Precio por Eventos.

	PRECIO S/	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Graduación - Inicial	S/ 12,000	S/ 24,000	S/ 12,000	S/ 48,000	S/ 60,000	S/ 48,000	S/ 204,000
Graduación - Primaria	S/ 16,800	S/ 33,600	S/ 33,600	S/ 50,400	S/ 84,000	S/ 84,000	S/ 302,400
Graduación - Secundaria	S/ 19,200	S/ 96,000	S/ 115,200	S/ 76,800	S/ 96,000	S/ 134,400	S/ 537,600
Graduación - Superior	S/ 12,000	S/ 60,000	S/ 84,000	S/ 84,000	S/ 60,000	S/ 84,000	S/ 384,000
TOTAL	S/ 60,000	S/ 213,600	S/ 244,800	S/ 259,200	S/ 300,000	S/ 350,400	S/ 1,428,000

Teniendo en consideración las estimaciones de la Tabla 15, se pretende crecer año tras año en cuanto a la satisfacción de este mercado bastante grande e interesante, ya que aunque los pedidos sean específicamente en el mes de diciembre, hay una gran demanda para una inexistente oferta que ofrezca paquetes integrados. Es así que las diferentes ejecuciones de la fiesta de promoción ya no será realizada parte por parte, es decir, ya no serán cotizadas de actividad por actividad, como por ejemplo, que la directiva de los padres de familia primero coticen el precio del local, luego el precio de las tortas, el precio de los recuerdos de promoción, el catering, etc; sino más

al contrario, exista una empresa que ya les brinde las facilidades de integrar todo ello en un solo paquete sin que los alumnos, los padres de familia o hasta los docentes pierdan tiempo y voluntad para ejecutar este tipo de eventos que de alguna u otra manera es bastante detallada y compleja.

WiLove Event Planner estima que para el primer año se venderá S/ 213,600, para el segundo año pretende vender S/ 244,800, ya que el número de eventos complejos crecerá en la medida que nos enfocaremos en el nivel primaria y secundaria, ya que en estos tipos de mercado hay más demanda.

En cuanto al tercer año se pretende alcanzar la venta de S/ 259,200, en el cuarto año S/ 300,000 y en el quinto año pretendemos vender S/ 1'428,000, esto en base a que como se explicó en líneas anteriores, para el quinto año, la empresa crecerá con respecto a la infraestructura humana y capacitada, por lo que se tratará en la medida de lo posible abarcar a más mercado y expandirnos en toda la Provincia de Huanta además de llegar a ser una de las mejores alternativas en la producción de eventos en la Región de Ayacucho.

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Tamaño del negocio, Factores determinantes

Como ya se ha citado en más de una ocasión, la empresa objeto del presente plan de negocio, se encargará de proporcionar un servicio a sus clientes para el diseño y organización de eventos festivos y corporativos, esto en base a la gran demanda que existe en cuanto a la producción de eventos integrales (paquete completo) como las fiestas de cumpleaños, las fiestas de promociones, las fiestas religiosas, entre otras.

Desde ese punto de vista se tendrá en consideración que cada celebración puesta en manos de *WiLove Event Planner*, junto con la visión y dirección de los clientes, será minuciosamente creada, utilizando nuestra experiencia y conocimiento en tendencias de vanguardia, decoración temática y moderna además de ofrecer una elegante estructuración, haciendo que cada memorable momento de la especial celebración sea disfrutado placenteramente por los anfitriones y sus invitados.

Para hallar el tamaño del negocio tendremos en cuenta el número de posibles demandantes o las estimaciones semanales y mensuales de los clientes del Grupo A y B.

A continuación, se muestran los servicios para los clientes del Grupo A:

- Mujeres embarazadas (Paquete de Baby Shower).
- Niños y niñas (Paquete de Cumpleaños Kids).
- Niños, niñas y Adolescentes que realicen el Bautizo, Primera Comuni3n y Confirmaci3n (Paquete de Ceremonias Religiosas).
- Se3oritas (Paquete de Quince A3os)

- Mujeres independientes (Paquetes de Fiesta Vintage).
- Pareja de Novios (Paquete de Pedido de Mano y Matrimonio)
- Adultos (Paquete de Cumpleaños – 50 años o Fiestas Doradas)

Tabla 16: Estimaciones de Eventos por Semana (Cliente Grupo A).

	Lun	Mar	Miér	Jue	Vns	Sáb	Dom	TOTAL
Baby Shower	0	0	0	1	1	1	0	3
Cumple Kids	1	1	1	1	1	1	1	7
Bautizo	0	0	0	0	0	1	1	2
1° Comunión	0	0	0	0	0	3	0	3
Confirmación	0	0	0	0	0	2	0	2
Quince Años	0	0	0	0	1	1	0	1
Fiesta Vintage	0	0	0	0	0	3	0	3
Pedida de Mano	0	0	0	0	1	1	0	2
Matrimonios	0	0	0	0	0	1	0	1
Fiestas Doradas	1	0	1	0	1	2	0	5
TOTAL	2	1	2	2	4	16	2	29

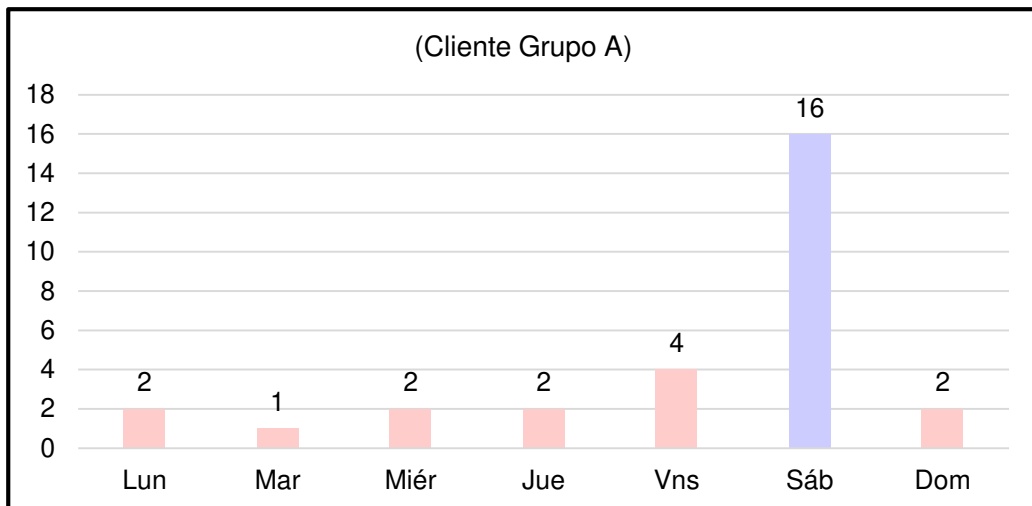


Figura 10: Estimaciones de Eventos por Semana (Cliente Grupo A).

Como se podrá observar, el día en el que mayoritariamente realizan los eventos es el sábado. Desde este punto de vista se ha visto en la necesidad de sincerar el número de eventos para el día sábado, ya que como empresa que maneja la calidad en sus servicios que ofrecen al mercado, no sería posible acaparar toda la demanda y realizar eventos a medio hacer, por lo que la distribución para asumir la responsabilidad en cuanto a paquetes del día sábado, será el siguiente:

- Se aceptará realizar sólo 1 Fiesta de Quince Años o una Boda y/o,
- Se aceptará realizar 2 hasta 3 eventos de fiestas menos complejas como los cumpleaños Kids, Bautizo, Fiesta Vintage o Fiesta Dorada.

De esta manera *WiLove Event Planner* tendrá como primera alternativa la exclusividad en los eventos, ya que nuestra política de servicio es organizar un evento personalizado, vanguardista y con la calidad mayor posible.

A continuación, se muestra las estimaciones de eventos mensuales con el mismo criterio:

Tabla 17: Estimaciones de Eventos por Mes (Cliente Grupo A).

	E	F	MZ	AB	MY	JN	JL	AG	S	O	N	D	TOTAL
Baby Shower	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	5
Cumple Kids	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	2	0	9
Bautizo	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	3
1° Comunción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Confirmación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Quince Años	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	5
Fiesta Vintage	1	2	2	2	2	1	0	2	1	2	0	0	15
Pedida de Mano	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	3
Matrimonios	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	3

Fiestas Doradas	0	1	1	1	0	1	0	1	2	1	1	0	9
TOTAL	3	5	5	5	4	4	3	4	5	6	4	6	55

Para realizar las estimaciones se tuvo en consideración la evaluación vertical del total de eventos realizados por mes, puesto que aunque se quiera producir todos los días un distinto evento, no sería lo óptimo, ya que como empresa necesitamos crear valor y calidad en cada producción, lo que no nos debemos bazar en cantidad sino calidad en cada evento.

Es así que en el mes de enero se realizarán 3 eventos, teniendo como evento principal la producción de un Quince Años, en el mes de febrero se realizará 5 eventos teniendo como evento principal la producción de un Matrimonio. En los meses de marzo y abril, de acuerdo a la exigencia del mercado sólo se aceptarán realizar las producciones de paquetes pequeños como un Baby Shower, un Cumpleaños Kids, dos Fiestas Vintage, y una Fiesta Dorada. En el mes de mayo se tendrá como principal evento la fiesta de Quince Años, en cuanto al mes de junio se aceptarán paquetes pequeños. Por otro lado, en julio se tendrá como paquete principal la producción de un Matrimonio, en el mes de agosto el paquete principal será una fiesta de Quince Años, en cuanto a los meses de septiembre y noviembre sólo se atenderán paquetes pequeños como los de cumpleaños, en el mes de octubre se atenderá un paquete principal de Quince Años y en el mes donde se atenderán 2 eventos principales como un Quince Años y un Matrimonio será en el mes de diciembre.

A continuación, se presenta la participación en los clientes del Grupo B:

- Alumnos que cursen el último año de su nivel (Paquete de Fiesta de Promoción en el Nivel Inicial, Primaria, Secundaria y Superior).
- Aniversario Institucional y/o Actos Ceremoniales (Paquete de servicios institucionales).

Tomando como referencia el mercado del nivel inicial, primaria y secundaria, se cuenta con aproximadamente 124 promociones la cual representan la Capacidad Instalada, quienes cada año requieren la producción de su fiesta de promoción, estos son parte de una demanda muy grande en el mes de diciembre por lo que nuestro primer enfoque es justamente la de posicionarnos en el mercado satisfaciendo las exigencias de este tipo de mercado la cual no está muy bien estudiada desde una óptica vanguardista e innovadora.

Sin embargo, como no se logrará atender la gran cantidad de demanda por este grupo de clientes, se ha visto en la necesidad de hacer una estimación de acuerdo a la experiencia que se tiene año tras año, por tal se estima lo siguiente:

Tabla 18: Estimaciones de Eventos por Mes (Cliente Grupo B).

	E	F	MZ	AB	MY	JN	JL	AG	S	O	N	D	TOTAL
Graduación Inicial -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Graduación Primaria -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Graduación Secundaria -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5

Graduación - Superior	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	2	5
TOTAL	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	11	14

Como se puede observar en la Tabla 18, en el mes de diciembre habrá mayor volumen de pedidos, esto porque se tratan de fiestas de graduación que normalmente se realizan en dicho mes. Considerando los pedidos del Grupo A, las cuales suman a 6 producciones, se tendrá que realizar 11 eventos más; sin embargo, la prioridad del mes serán sin lugar a dudas las producciones de las fiestas de promoción, ya que estas son mucho más dinámicas y menos complicadas a diferencia de la realización de bodas.

3.2 Proceso y Tecnología

3.2.1 Descripción y diagrama de los procesos

3.2.1.1 Descripción de Procesos

De acuerdo a los servicios que brindan en *WiLove Event Planner*, el proceso de producción tendrá características diferentes.

Según los estudios realizados por Rios, L. Martínez, L., y Ceballos, J. (2014), en el Manual de Eventos, refieren que en un evento como en cualquier actividad en la que se necesite lograr una meta, se hace necesario conocer y aplicar cada uno de los procesos y por ende los procedimientos adecuados con el fin de lograr dicha meta, por tanto se hace necesario no solo conocer la etapas sino todo el proceso administrativo que conlleva para obtener los resultados deseados y con ello la total satisfacción del cliente.

A continuación, se presenta un cuadro dónde se refleja la importancia de las diferentes etapas que tiene el diseño y organización de un evento.

Tabla 19: Etapas de un Evento.

ETAPAS DEL EVENTO	ETAPAS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO
Pre-Evento	Planificación Organización
Evento	Dirección
Post-Evento	Evaluación

3.2.1.1.1 Proceso del Pre-Evento

En este proceso se deben desarrollar las acciones que ayuden a posicionar una imagen única del evento en la mente y el corazón del público objetivo, por ello, es importante crear tácticas consistentes que respalden el proceso de comunicación.

Determinar ¿Qué? es lo que se quiere alcanzar con la realización del evento.

Planificación

1. Definir el objetivo del evento tipo y el nombre
2. Nombrar Comité Organizador:
3. Seleccionar la Fecha
4. Definir el Número y el Tipo de Asistentes al Evento
5. Determinar los estándares que se brindarán en el evento
6. Elaborar Cronograma de Actividades
7. Estimación de Recursos

8. Promoción del Evento

9. Elaborar el Presupuesto y Determinar la forma de Financiamiento

Tabla 20: Ingresos y Egresos en los Eventos.

EGRESOS	INGRESOS
Publicidad y Promoción.	Espacios Publicitarios.
Impresos y Originales.	Actividades Especiales.
Alquiler de Oficina.	Venta de Comida y Bebidas.
Alquiler y Montaje de Salones.	Concesiones para venta.
Transporte.	Cuotas de Registro al evento.
Eventos Sociales.	Donativos y Patrocinio.
Recursos Humanos.	Venta de Paquetes Promocionales
Servicios Profesionales.	para actividades: Sociales, Artísticas,
Papelería.	Culturales y Deportivas.
Alquiler de Equipos.	
Otros.	

Organización

1. Diseño y elaboración de impresos.
2. Selección y capacitación del personal.
3. Adquisición o contratación de materiales, equipos y servicio.

3.2.1.1.2 Proceso Del Evento

Dirección

1. Recepción de los participantes.
2. Registro de los participantes.
3. Realización del Acto de Inauguración.

4. Realización del cóctel de bienvenida.
5. Implantación del Programa General de Actividades.
6. Clausura del Evento.

3.2.1.1.3 Proceso Del Post Evento

Evaluación

1. Seguimiento de las actividades.
2. La aplicación de encuestas de satisfacción y reporte de resultados.
3. Evaluación.
4. Agradecimientos.
5. Cumplimiento de Compromiso

3.2.1.2 Diagrama de Procesos

Manene, L. (2011) considera que el un diagrama de flujo es la representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es decir, viene a ser la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo.

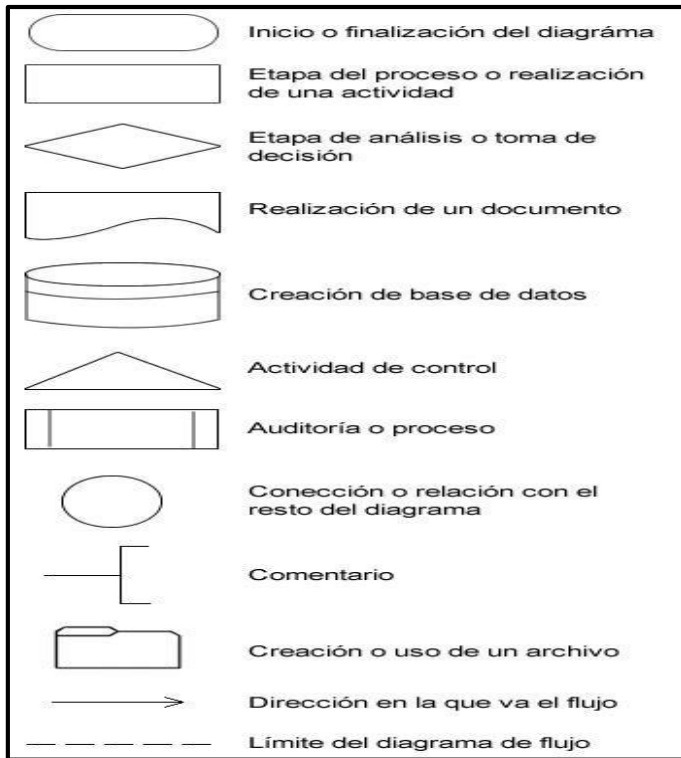


Figura 11: Figuras del Flujograma.
Fuente: Elaborado por Manene, L. (2011).

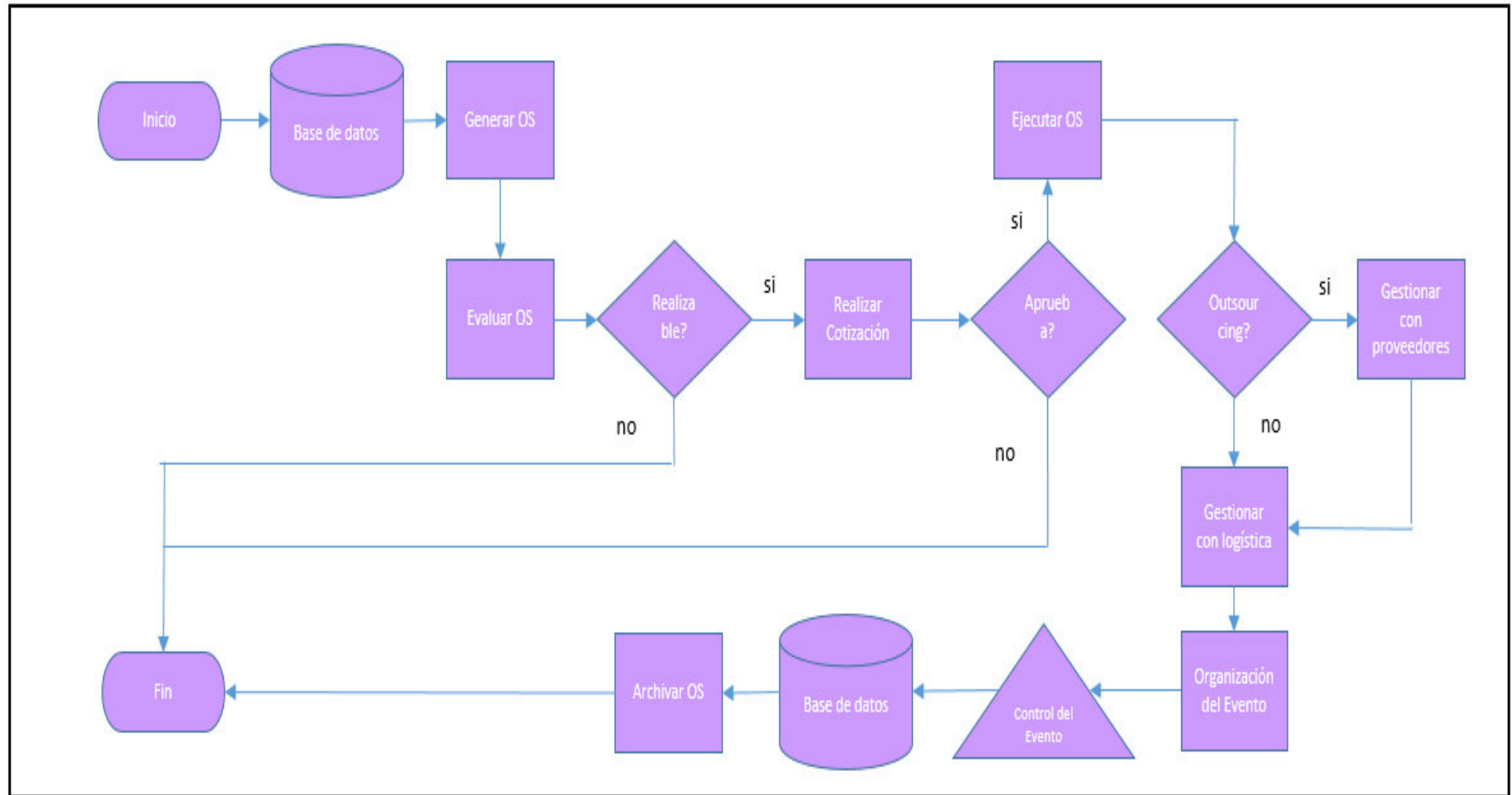


Figura 12: Flujograma de la empresa *WiLove Event Planner*.

De acuerdo al flujograma diseñado, el proceso empezará desde la creación de una Base de Datos, luego se generará la Orden de Servicio (OS) la cual será previamente evaluado, si es que la OS no es aceptada, se finaliza el proceso; por el contrario si la OS es aceptada se realiza la Cotización del tipo de servicio o paquete que requiera el cliente. Luego de realizar la cotización, se debe llegar a un acuerdo mutuo entre la empresa y el cliente con la finalidad de aprobarla o no, en caso se apruebe se ejecutará la OS de caso contrario terminará el proceso. Seguidamente, se debe plantear si el paquete de servicio a brindar será tercerizado, si se necesita tercerizar entonces se debe gestionar con los proveedores y luego gestionar también con la logística interna, esto por tratarse de servicios o paquetes más complejos como la planificación de Bodas, 15 años o Fiestas de Graduaciones; más por el contrario, si sólo se trata de un servicio menos complejo como los cumpleaños Kids, Vintage, Baby Shower, Primeras Comuniones entre otros, entonces sólo se necesitará la Gestión Logística Interna de la empresa por lo que no es necesario acceder a servicios específicos de nuestros proveedores.

3.2.2 Capacidad instalada y operativa

Para hallar la capacidad instalada y operativa tendremos en cuenta el número de posibles demandantes o las estimaciones mensuales de los clientes del Grupo A.

A continuación, se presenta los servicios para los Clientes del Grupo A:

- Mujeres embarazadas (Paquete de Baby Shower).
- Niños y niñas (Paquete de Cumpleaños Kids).

- Niños, niñas y adolescentes que realicen el Bautizo, Primera Comuni3n y Confirmaci3n (Paquete de Ceremonias Religiosas).
- Se1oritas (Paquete de Quince A1os)
- Mujeres independientes (Paquetes de Fiesta Vintage)
- Pareja de Novios (Paquete de Pedido de Mano y Matrimonio)
- Adultos (Paquete de Cumplea1os – 50 a1os o Fiestas Doradas)

Tabla 21: Estimaciones de Eventos por Mes (Cliente Grupo A).

	E	F	MZ	AB	MY	JN	JL	AG	S	O	N	D	TOTAL
Baby Shower	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	5
Cumple Kids	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	2	0	9
Bautizo	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	3
1° Comuni3n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Confirmaci3n	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Quince A1os	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	5
Fiesta Vintage	1	2	2	2	2	1	0	2	1	2	0	0	15
Pedida de Mano	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	3
Matrimonios	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	3
Fiestas Doradas	0	1	1	1	0	1	0	1	2	1	1	0	9
TOTAL	3	5	5	5	4	4	3	4	5	6	4	6	55

Para realizar las estimaciones se tuvo en consideraci3n la evaluaci3n vertical del total de eventos realizados por mes, puesto que aunque se quiera producir todos los d1as un distinto evento, no ser1a lo 3ptimo, ya que como empresa necesitamos crear valor y calidad en cada producci3n, lo que no nos debemos bazar en cantidad sino calidad en cada evento.

Es así que en el mes de enero se realizarán 3 eventos, teniendo cómo evento principal la producción de un Quince Años, en el mes de febrero se realizará 5 eventos teniendo como evento principal la producción de un Matrimonio. En los meses de marzo y abril, de acuerdo a la exigencia del mercado sólo se aceptarán realizar las producciones de paquetes pequeños como un Baby Shower, un Cumpleaños Kids, dos Fiestas Vintage, y una Fiesta Dorada. En el mes de mayo se tendrá como principal evento la Fiesta de Quince Años, en cuanto al mes de junio se aceptarán paquetes pequeños. Por otro lado, en julio se tendrá como paquete principal la producción de un Matrimonio, en el mes de agosto el paquete principal será una Fiesta de Quince Años, en cuanto a los meses de septiembre y noviembre sólo se atenderán paquetes pequeños como los de cumpleaños, en el mes de octubre se atenderá un paquete principal de Quince Años y en el mes donde se atenderán 2 eventos principales como un Quince Años y un Matrimonio será en el mes de diciembre.

A continuación, se presenta la participación en los Clientes del Grupo B:

- Alumnos que cursen el último año de su nivel (Paquete de Fiesta de Promoción en el Nivel Inicial, Primaria, Secundaria y Superior).
- Aniversario Institucional y/o Actos Ceremoniales (Paquete de servicios institucionales)

Tomando como referencia el mercado del nivel inicial, primaria y secundaria, se cuenta con aproximadamente 124 promociones la cual representan la Capacidad Instalada, quienes cada año requieren la producción de su fiesta

de promoción, estos son parte de una demanda muy grande en el mes de diciembre por lo que nuestro primer enfoque es justamente la de posicionarnos en el mercado satisfaciendo las exigencias de este tipo de mercado la cual no está muy bien estudiada desde una óptica vanguardista e innovadora.

Sin embargo, como no se logrará atender la gran cantidad de demanda por este grupo de clientes, se ha visto en la necesidad de hacer una estimación de acuerdo a la experiencia que se tiene año tras año, por tal se estima lo siguiente:

Tabla 22: Estimaciones de Eventos por Mes (Cliente Grupo B).

	E	F	MZ	AB	MY	JN	JL	AG	S	O	N	D	TOTAL
Graduación Inicial -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Graduación Primaria -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Graduación Secundaria -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5
Graduación Superior -	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	2	5
TOTAL	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	11	14

Como se puede observar en la Tabla 22, en el mes de Diciembre habrá mayor volumen de pedidos, esto porque se tratan de fiestas de graduación que normalmente se realizan en dicho mes. Considerando los pedidos del Grupo A, las cuales suman a 6 producciones, se tendrá que realizar 11 eventos más; sin embargo, la prioridad del mes será sin lugar a dudas las

producciones de las fiestas de promoción, ya que estas son mucho más dinámicas y menos complicadas a diferencia de la realización de bodas.

3.2.3 Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

Para iniciar el proceso de producción es necesario tener en cuenta todos los rubros dentro de los cuales contemplamos la maquinaria, menaje que intervienen en función de las actividades y que aporten al desarrollo y cumplimiento sin inconvenientes de las mismas.

Tabla 23: Estructura de los Activos Tangibles de Wilove Event Planner.

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	INVERSIÓN
I. ACTIVO FIJO			
A. TANGIBLES			
Maquinaria y/o Equipos			S/ 8,660.00
Equipo de Sonido	1	Unidad	S/ 3,800.00
Pack de Luces Varios	1	Unidad	S/ 800.00
Micrófono	1	Unidad	S/ 160.00
Computadora	1	Unidad	S/ 1,800.00
Impresora	1	Unidad	S/ 400.00
TV para Publicidad	1	Unidad	S/ 1,700.00
Muebles y enseres			S/ 1,710.00
Escritorio	1	Unidad	S/ 340.00
Silla Ejecutiva	1	Unidad	S/ 170.00
Silla de Visita	2	Unidad	S/ 140.00
Archivadores	2	Unidad	S/ 360.00
Pack de Mesas de Trabajo	1	Unidad	S/ 700.00
Otros			S/ 130.00
Extintor	1	Unidad	S/ 80.00
Botiquín	1	Unidad	S/ 50.00
TOTAL TANGIBLES			S/ 10,500.00

Tabla 24: Estructura de los Activos Intangibles de Wilove Event Planner.

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO TOTAL
I. ACTIVO FIJO			
INTANGIBLES			
Lic. De Funcionamiento Municipal	1	Documento	S/ 80.00
Gastos Notariales de Constitución	1	Documento	S/ 120.00
Búsqueda Fonética y Figurativa y Reserva de Nombre Comercial - SUNARP	1	Documento	S/ 100.00
Registro de Marca INDECOPI	1	Documento	S/ 250.00
Legalización de Libros Contables	1	Documento	S/ 100.00
Imprevistos	1	Documento	S/ 200.00
TOTAL INTANGIBLES			S/ 850.00

Tabla 25: Estructura del Capital de Trabajo de Wilove Event Planner.

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO TOTAL
II. CAPITAL DE TRABAJO			
Planilla	1	Unidad	S/ 2,860.00
Servicio de Tercero (Legal)	1	Unidad	S/ 80.00
Servicio de Tercero (Contable)	1	Unidad	S/ 80.00
Útiles de Oficina	1	Unidad	S/ 100.00
Alquiler de Local	1	Unidad	S/ 100.00
Dúo de Internet y Teléfono	1	Unidad	S/ 100.00
Caja Chica	1	Unidad	S/ 200.00
Otros Gastos	1	Unidad	S/ 200.00
TOTAL			S/ 3,720.00

3.2.4 Infraestructura y características físicas

Wilove Event Planner, al tener dos tipos de clientes (Clientes del Grupo A y Clientes del Grupo B) tendrá servicios diferentes que ofrecer, por ejemplo:

- **Clientes del Grupo A:** Serán aquellos clientes individuales, es decir, el enfoque será una sola persona con excepción del Servicio de Bodas, los servicios en este grupo son:
 - Mujeres embarazadas (paquete de Baby Shower).
 - Niños y niñas (paquete de Cumpleaños Kids).
 - Niños, niñas y Adolescentes que realicen el Bautizo, Primera Comuni3n y Confirmaci3n (paquete de Ceremonias Religiosas).
 - Mujeres independientes (paquetes de Cumpleaños Vintage)
 - Adultos (Paquete de Cumpleaños – 50 a3os)

Para este grupo de clientes a excepci3n de las viñetas en negro (Fiesta de Quince A3os y Matrimonios) contamos con los diferentes muebles, materiales, insumos y materia prima:

- **Pack de Mobiliarios**

Wilove Event Planner, cuenta con un pack de mobiliario bastante completo como las mesas vintage, las mesas laterales, el Candy Bar, la escalera, sillas, entre otros muebles que sirven para la decoraci3n y el servicio final.



Fotografía: Winny Pariona. (2018).

- **Pack de Materiales, insumos y materia prima:** *Wilove Event Planner*, necesitará contar con materiales como:
 - ✓ Luces.
 - ✓ Telas.
 - ✓ Marco de fierro para la decoración de la pared.
 - ✓ Flores naturales o artificiales de acuerdo a la temática de cada evento.
 - ✓ Globos de diferentes medidas.
 - ✓ Servicio de repostería.
 - ✓ Inflador de globo eléctrico.
 - ✓ Fuentes para dulces y demás accesorios que servirán para la decoración de la mesa y la pared, como lo mostrados en la siguiente fotografía:

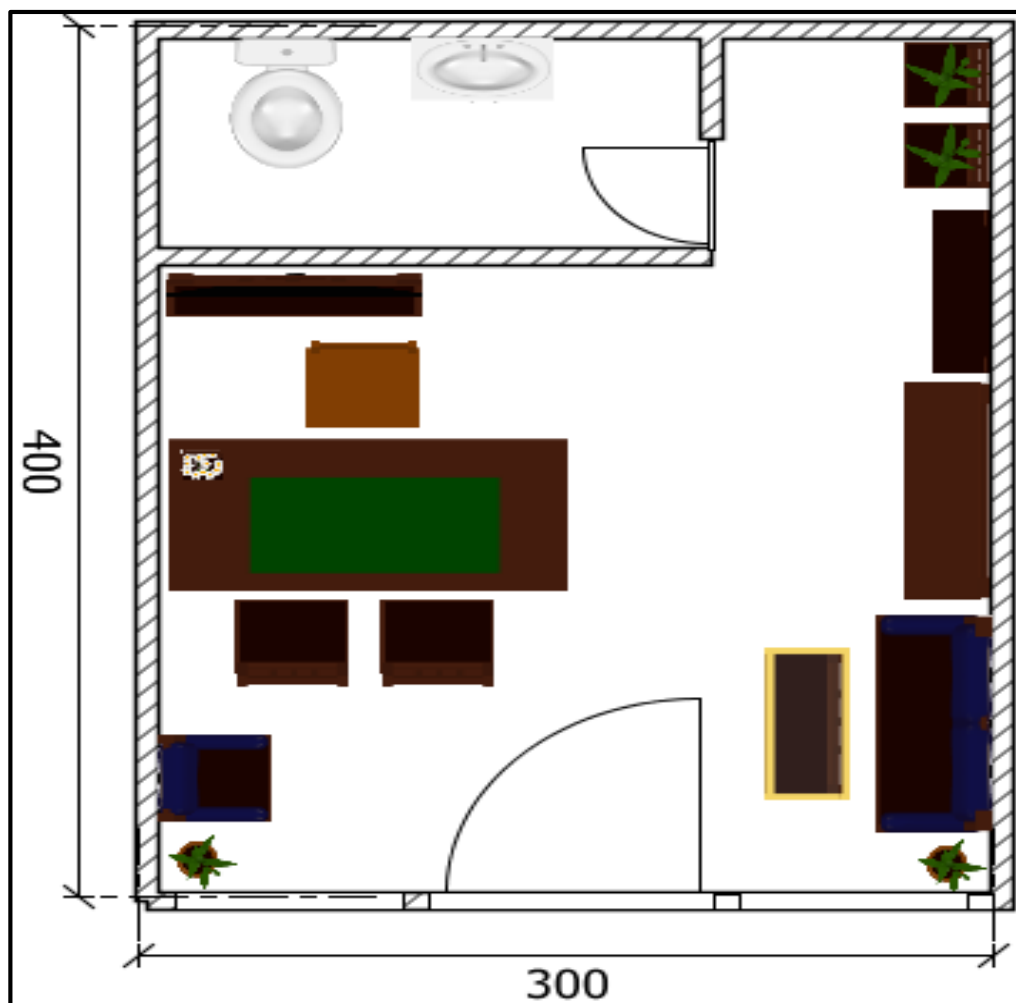


Fotografía: Winny Pariona. (2018).

Para el grupo de clientes como para la Fiesta de Quince Años y los Matrimonios, además de los Clientes del Grupo B, quienes son aquellos clientes Grupales, como:

- Alumnos que cursen el último año de su nivel (Paquete de Fiesta de Promoción en el Nivel Inicial, Primaria, Secundaria y Superior).
- Aniversario Institucional y/o Actos Ceremoniales (Paquete de servicios institucionales)

Se contará con los servicios de la Sub Contratación de empresas que se dedican a actividades específicas como el alquiler del local, servicios de catering, alquiler de luces y equipos, alquiler de carpas, servicio de floristería, servicio de fotografía, alquiler de muebles, servicio de hora y otros enseres necesarios para la producción de cada evento de acuerdo a la temática requerida por el cliente.



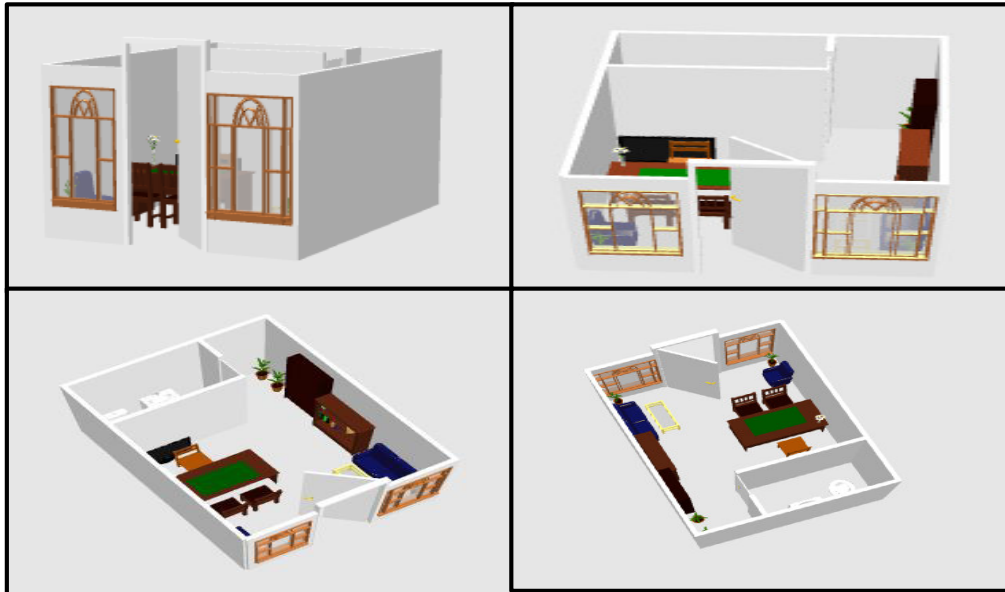


Figura 13: Plano de Oficina de *Wilove Event Planner*.

3.3 Localización del negocio, Factores determinantes

3.3.1 Localización del Negocio

Wilove Event Planner estará ubicada en el distrito y provincia de Huanta del Departamento de Ayacucho.

La ciudad de Huanta también conocido como la “Bella Esmeralda de los Andes”, es la segunda ciudad más poblada de la región luego de la capital Huamanga, con una población aproximada de 93,000 habitantes y está ubicada a 2,642 msnm donde radica el 92% de su población total la cual recae en 70 000 habitantes aproximadamente.

Por todos los factores que se explicarán líneas posteriores, *Wilove Event Planner* estará ubicada geográficamente en la ciudad de Huanta, exactamente en el Jr. Miguel Untiveros N° 504 – Frente a la Plaza de Los Héroes, segunda plaza más concurrida después de la Plaza de Armas principal.

3.3.2 Factores Determinantes

El proyecto de negocio será implementado en Huanta por razones vivenciales y personales; sin embargo, para explicar metódicamente la localización del proyecto de negocio, se tomó en consideración el Método de Factores Ponderados de Localización tomando en cuenta 6 factores, las cuales son: i) Proximidad a los Clientes, ii) Disponibilidad de Mano de Obra, iii) Calidad de Vida, iv) Costo de Localización, v) Sistema de Transporte y vi) Competencia.

Tabla 26: Cuadro de Métodos de Factores Ponderados de Localización para el Plan de Negocio.

Factores a evaluar	Ponderación (1% al 100%)	Huanta (HTA)	Huamanga (HGA)	Santa Anita (S.A)	HTA (P)	HGA (P)	S.A (P)
Proximidad a los clientes	90	5	2	1	450	180	90
Disponibilidad de M.O	80	5	3	1	400	240	80
Calidad de vida	70	4	5	5	280	350	350
Costo de localización	50	5	2	4	250	100	200
Sistema de transporte	30	3	4	5	90	120	150
Competencia	20	5	3	1	100	60	20
					1570	1050	890

La proximidad a los clientes es el factor con mayor ponderación, pues se cree que para incursionar a la industria de la organización de eventos, se debe conocer muy bien al mercado, de ser posible, se debe manejar una

cartera de clientes y potenciales clientes para brindarles un servicio personalizado, innovador y vanguardista en el diseño y planificación de los eventos que ellos requieren. Como segundo factor tenemos la disponibilidad de Mano de Obra. De acuerdo a lo comentado en líneas anteriores, al conocer y ser parte de la población de la ciudad de Huanta, la mano de obra que será parte del equipo de *Wilove Event Planner*, será rápidamente conseguido, puesto que en Huanta se encuentran familiares y amigos con quienes se puede contar para la realización de los eventos. Este factor es bastante importante, puesto que el equipo de trabajo debe ser caracterizarse por ser un staff de conocedores del servicio, quienes se desenvuelvan de una manera eficiente y eficaz para la satisfacción de nuestros clientes y que estén en constante capacitación, más por el contrario, en la ciudad de Huamanga y aún en el caso de Lima, no se cuenta con un equipo de mano de obra con quienes podemos contar en primera instancia.

El tercer factor es la calidad de vida, es decir, la capacidad adquisitiva que posee el mercado de Huanta ante la posibilidad de demandar la organización de sus eventos. De acuerdo al cuadro del Método de Factores Ponderados, la capital de Lima tiene mayor puntaje, pues por razones obvias, en la capital el desarrollo y la economía es mucho más elevado en mucho de los aspectos incluyendo la capacidad adquisitiva del mercado en general a comparación de provincias del Departamento de Ayacucho.

Como cuarto factor se tiene al costo de localización dónde Huanta tiene mayor puntaje que Huamanga y la capital de Lima, porque en dicha ciudad se cuenta con una ubicación estratégica para el alquiler de la empresa con un costo bastante accesible y negociable por tratarse de una negociación

familiar la cual no se tiene en Huamanga tampoco en Lima. Asimismo, se tiene el quinto factor que es el Sistema de Transporte. Es importante destacar que Huanta tiene menor puntaje que Lima y Huamanga, puesto que desde el punto de vista de abastecimiento de proveedores será mucho más accesible tener un negocio en la capital ya que, por el contrario, cuando el negocio se encuentra en provincia, el abastecimiento será más tardía a Huamanga y aún más tardía para la ciudad de Huanta.

Finalmente, la competencia en la industria de organización de eventos integrales es casi nula en la ciudad de Huanta, pues no existe una empresa similar a la que *Wilove Event Planner* desea implementar; sin embargo en la ciudad de Huamanga ya existen algunas marcas que están empezando a ser reconocidos como empresas de eventos integrales, y por otro lado en el mercado de Lima, ya la oferta está bastante copada, por tal motivo, en cuanto a la competencia, Huanta posee mayor ventaja que las dos otras ciudades.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.1 Inversión Fija

4.1.1 Inversión Tangible

Según Car, G. (2014), considera que los activos fijos tangibles son mejor conocidos como inmuebles, maquinaria y equipo, estos incluyen: mobiliario y equipo de oficina, muebles y enseres, equipo de cómputo, equipo de transporte, equipo de reparte, terrenos y edificios; los cuales son adquiridos por las empresas con el fin de utilizarlos en beneficio de esta, en la producción de artículos para su venta y/o para la prestación de servicios hacia sus clientes o al público en general.

Para efecto del Estudio de la Inversión y Financiamiento se tendrá en cuenta únicamente los siguientes servicios:

- Baby Shower.
- Cumple Kids.
- Bautizo.
- 1° Comunion.
- Confirmación.
- Fiesta Vintage.
- Fiesta Dorada.

A continuación se detallará la lista de la Inversión Tangible con respecto a la Inversión de Equipos.

Tabla 27: Inversión Tangible.

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	INVERSIÓN
I. ACTIVO FIJO			
A. TANGIBLES			
Maquinaria y/o Equipos			S/ 8,660.00
Equipo de Sonido	1	Unidad	S/ 3,800.00
Pack de Luces Varios	1	Unidad	S/ 800.00
Micrófono	1	Unidad	S/ 160.00
Computadora	1	Unidad	S/ 1,800.00
Impresora	1	Unidad	S/ 400.00
TV para Publicidad	1	Unidad	S/ 1,700.00
Muebles y enseres			S/ 1,710.00
Escritorio	1	Unidad	S/ 340.00
Silla Ejecutiva	1	Unidad	S/ 170.00
Silla de Visita	2	Unidad	S/ 140.00
Archivadores	2	Unidad	S/ 360.00
Pack de Mesas de Trabajo	1	Unidad	S/ 700.00
Otros			S/ 130.00
Extintor	1	Unidad	S/ 80.00
Botiquín	1	Unidad	S/ 50.00
TOTAL TANGIBLES			S/ 10,500.00

Tal como se ha explicado en los anteriores capítulos, *Wilove Event Planner*, tendrá como enfoque principal a los clientes del Grupo A (Servicios menos complejos como: Fiesta Vintage o Fiesta Kids o Servicios más complejos como: Fiesta de 15 Años), y por otro lado, a los clientes del Grupo B (Servicios Complejos como: Fiestas de Graduación del nivel Inicial, Primaria, Secundaria y Superior).

Es así que para las fiestas menos complejas, es decir, para los servicios detallados en líneas arriba se tendrá que contar con todos los Activos Tangibles que se observan en la tabla 27; más por el contrario, si se trata de un Servicio con mayor complejidad como la Fiesta de 15 Años o la Fiesta de Graduación será realizado mediante el Outsourcing o la Tercerización de

cada actividad, las cuales sean parte de un servicio de calidad del paquete completo que *Wilove Event Planner* ofrecerá al mercado distrital de Huanta.

4.1.2 Inversión Intangible

Según Sevilla, A. (2015), considera que un activo intangible es un activo que no tiene forma física, no es algo material y por tanto, no se puede ver ni tocar. Estos provienen de los conocimientos, habilidades y actitudes de las personas y empresas. Hay muchos tipos de activos intangibles como las patentes, marcas, derechos de autor, fondo de comercio, dominios de internet, franquicias, etc. Lo contrario de un activo intangible es un activo tangible.

A pesar de no tener naturaleza física, los activos intangibles son recursos muy valiosos para las empresas. Son recursos que pertenecen a la empresa y que pueden generar una gran ventaja competitiva si son correctamente gestionados.

Tabla 28: Inversión Intangible – Trámites de Constitución.

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO TOTAL
I. ACTIVO FIJO			
INTANGIBLES			
Lic. De Funcionamiento Municipal	1	Documento	S/ 80.00
Gastos Notariales de Constitución	1	Documento	S/ 120.00
Búsqueda Fonética y Figurativa y Reserva de Nombre Comercial - SUNARP	1	Documento	S/ 100.00
Registro de Marca INDECOPI	1	Documento	S/ 250.00
Legalización de Libros Contables	1	Documento	S/ 100.00
Imprevistos	1	Documento	S/ 200.00
TOTAL INTANGIBLES			S/ 850.00

4.2 Capital de Trabajo

Gerencie.com (2018) señala que aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

La empresa para poder operar requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Tabla 29: Capital de Trabajo.

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO TOTAL
II. CAPITAL DE TRABAJO			
Planilla	1	Unidad	S/ 2,860.00
Servicio de Tercero (Legal)	1	Unidad	S/ 80.00
Servicio de Tercero (Contable)	1	Unidad	S/ 80.00
Útiles de Oficina	1	Unidad	S/ 100.00
Alquiler de Local	1	Unidad	S/ 100.00
Dúo de Internet y Teléfono	1	Unidad	S/ 100.00
Caja Chica	1	Unidad	S/ 200.00
Otros Gastos	1	Unidad	S/ 200.00
TOTAL			S/ 3,720.00

4.3 Inversión Total

La Inversión Total es la suma de los siguientes elementos:

- Activos Fijos (AF), o tangibles, la cual representa el 64% del Total de la Inversión.
- Activos Nominales (AN), o intangibles, la cual representa el 5% del Total de la Inversión.

- Capital de Trabajo (CT), la cual representa el 31% del Capital de Trabajo.

Tabla 30: Capital de Trabajo.

RUBRO	TOTAL	%
Inversión Tangible	S/ 10,500.00	69%
Inversión en Maquinarias y Equipos	S/ 8,660.00	
Inversión Muebles y Enseres	S/ 1,710.00	
Otros (Extintor y Botiquín)	S/ 130.00	
Inversión Intangible	S/ 850.00	6%
Inversión en Trámites de Constitución	S/ 850.00	
Capital de Trabajo	S/ 3,720.00	25%
Inversión Total	S/ 15,070.00	100%

4.4 Estructura de la inversión y financiamiento

Para tal efecto y como ya se está ejecutando el plan de negocio a escala de pedidos exclusivos, se ha tomado en consideración que la Estructuración de la Inversión y Financiamiento se realizará por cada accionista de *Wilove Event Planner*.

Tabla 31: Aportes de la Inversión.

Accionistas	Aporte S/	Aporte %
Winy Pariona Ramírez	S/9,042.00	60%
Paulina Ramírez Paredes	S/3,767.50	25%
Jessica Cárdenas Luján	S/2,260.50	15%
Inversión Total	S/15,070.00	100%

De acuerdo al cuadro del aporte por cada accionista, se puede observar que la mayor participación lo tiene la señorita Winy Pariona. La señorita Pariona es la principal emprendedora del proyecto de negocio, pues viene trabajando dentro de la industria aproximadamente 2 años por lo que ya tiene bastante

registrado la cartera de clientes en el distrito, por otro lado, ya conoce el mercado en cuanto a los requerimientos que tiene cada cliente a la hora de diseñar la fiesta que desean tener.

Desde la óptica de Winny Pariona, ya que la inversión no es tan elevada, no será necesario realizar un préstamo en alguna cooperativa, caja o banco de la Ciudad, pues se tendrá en consideración los servicios personales que realizó en cuanto al diseño de fiestas temáticas las cuales se ejecutaron en la Ciudad de Lima dónde se llegó a acumular más de S/ 10, 000. La segunda inversionista; Paulina Ramírez, aportará una suma de S/3,767.50, monto que se obtendrá a base del servicio que realizó en algunas fiestas temáticas en la Provincia y Distrito de Huanta, pues dicha accionista también es parte de la industria y socia estratégica para la empresa. Finalmente, en cuanto a la inversión de Jessica Cárdenas, asciende a S/2,260.50, este será aportado mediante ahorro ya que se trata de un monto bastante pequeño.

Tal como se detalló en líneas anteriores, no será necesario el préstamo de dinero de alguna institución prestamista de capital, por lo que no se tendrá ninguna estructura de Inversión y Financiamiento, ni tampoco habrá alguna preocupación en las fuentes financieras y las condiciones de pago en cuanto a la amortización de la deuda, los interés, entre otros deberes que se debe pagar cuando se realiza algún préstamo.

CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

El estudio de los Costos, Ingresos y Egresos permitirá conocer con mayor exactitud, los gastos en los que estaremos incurriendo para hacer posible el proyecto, asimismo, permitirá conocer los ingresos y egresos que se tendrá en un determinado periodo (desde el Año 0 al Año 5).

Se debe tener en consideración que, en este apartado también se tendrá en cuenta el estudio de los costos, ingresos y egresos para la organización de los eventos menos complejos como:

- Baby Shower.
- Cumple Kids.
- Bautizo.
- 1° Comunión.
- Confirmación.
- Fiesta Vintage.
- Fiesta Dorada.

5.1. Presupuestos de los Costos

A continuación, se detalla el listado de los costos incurridos:

Tabla 32: Costos de Insumos.

Insumos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Accesorios de mesa (incluye fuentes, adornos, torta y bocaditos varios)	S/3,000.00	S/3,300.00	S/3,630.00	S/3,993.00	S/4,392.30	S/4,831.53
Accesorios de pared (decoración de acuerdo a temática)	S/2,160.00	S/2,376.00	S/2,613.60	S/2,874.96	S/3,162.46	S/3,478.70
Accesorios de Espacio (decoración de acuerdo a temática)	S/1,200.00	S/1,320.00	S/1,452.00	S/1,597.20	S/1,756.92	S/1,932.61
Total	S/6,360.00	S/6,996.00	S/7,695.60	S/8,465.16	S/9,311.68	S/10,242.84

En la tabla 32 se puede observar que para el Año 0, el Costo Total será de S/6,360.00 y a partir de ello se pretende crecer en ventas por lo que año tras año se podrá tener un costo mayor al anterior.

Tabla 33: Costos de Mano de Obra.

Detalle	Mensual	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Eventista (Personal administrativo)	S/ 0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total	S/ 0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00

De acuerdo a la Tabla 33, se puede observar que no se incurrirá en un costo adicional en la contratación de un eventista, puesto que el personal administrativo será quien se encargue de absolutamente todos los procesos de la organización de eventos, quién, a su vez, pueda velar por la correcta recopilación de información de nuestros principales y mayores proveedores quienes serán los aliados para cumplir con la exigencia del cliente.

Tabla 34: Costos Indirectos.

Detalle	Mensual	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de local	100	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00
Dúo internet y teléfono	100	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00
Material de oficina	100	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00	S/1,200.00
Costos varios	300	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00	S/3,600.00
Total		S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00

Tabla 35: Depreciación de Equipos y Mobiliarios.

Detalle	Depreciación (%)	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Sonido	20%	S/3,800.00	S/760.00	S/760.00	S/760.00	S/760.00	S/760.00
Pack de Luces Varios	20%	S/800.00	S/160.00	S/160.00	S/160.00	S/160.00	S/160.00
Micrófono	20%	S/160.00	S/32.00	S/32.00	S/32.00	S/32.00	S/32.00
Computadora	25%	S/1,800.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00	S/450.00
Impresora	25%	S/400.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00	S/100.00
TV para Publicidad	20%	S/1,700.00	S/340.00	S/340.00	S/340.00	S/340.00	S/340.00
Total		S/8,660.00	S/1,842.00	S/1,842.00	S/1,842.00	S/1,842.00	S/1,842.00

Tabla 36: Gastos de Producción y Ventas.

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	S/800.00	S/880.00	S/960.00	S/1,040.00	S/1,120.00	S/1,200.00
Total	S/800.00	S/880.00	S/960.00	S/1,040.00	S/1,120.00	S/1,200.00

Tabla 37: Gastos Administrativos.

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	S/12,000.00	S/12,000.00	S/14,400.00	S/14,400.00	S/16,800.00	S/16,800.00
Asistente Administrativo	S/11,160.00	S/11,160.00	S/13,560.00	S/13,560.00	S/15,960.00	S/15,960.00
Asistente Operativo	S/11,160.00	S/11,160.00	S/13,560.00	S/13,560.00	S/15,960.00	S/15,960.00
Total	S/34,320.00	S/34,320.00	S/41,520.00	S/41,520.00	S/48,720.00	S/48,720.00

Tabla 38: Gastos administrativos (Externo).

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Abogado Externo	S/960.00	S/960.00	S/960.00	S/960.00	S/960.00	S/960.00
Contador Externo	S/960.00	S/960.00	S/960.00	S/960.00	S/960.00	S/960.00
Total	S/1,920.00	S/1,920.00	S/1,920.00	S/1,920.00	S/1,920.00	S/1,920.00

Tabla 39: Gastos de Seguridad.

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Botiquín	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00	S/50.00
Extintor Local	S/80.00	S/80.00	S/80.00	S/80.00	S/80.00	S/80.00
Total	S/130.00	S/130.00	S/130.00	S/130.00	S/130.00	S/130.00

En la Tabla 39 de los Gastos de Seguridad, detallamos los gastos en lo que estaríamos incurriendo en el Botiquín y Extintor Local, considerando que el año 0 se tendrá un gasto de S/. 130.00.

5.2 Punto de Equilibrio

Según Váquiro, C. (2006), refiere que para poder comprender mucho mejor el concepto de punto de equilibrio, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Así como hay costos y gastos operativos fijos, también hay costos y gastos operativos variables.

Para conocer el Punto de Equilibrio, se tomará en cuenta la planificación de Fiestas Menos Complejas, es decir, se tendrá en cuenta los 7 eventos con más demanda en el mercado del distrito de Huanta.

- Precio de Venta (Promedio de los 7 principales Servicios): **S/. 6,775.71**
- Costo Fijo Unitario = Costo Fijo Total/Cantidad de Servicios Brindados
- CFU= $(S/ 3,750 / 7) = \mathbf{S/. 535,71}$
- Costo Variable Unitario = Costo Variable Total/Cantidad de Servicios Brindados
- CVU= $(S/7,160 / 7) = \mathbf{S/. 1,022.86}$
- Margen de Contribución Unitario = Precio (promedio) – CVU

- $MCU = (S/. 6,775.71 - S/. 1,022.86) = S/ 5,752.85$

El margen de Contribución es de **S/ 5,752.85**, el cual cubre los costos fijos de S/. 1,022.86, obteniendo una ganancia de **S/. 4,729.99** por el servicio brindado.

5.3 Estado de Ganancias y Pérdidas

En la Tabla 40 se detalla el Estado de Ganancias y Pérdidas, en donde se visualiza que el primer año se tendrá una Utilidad Neta negativa de -S/2,970.00, la cual muestra una pérdida; sin embargo, a partir del año 3 se verá una utilidad de S/15,784.56, en el cuarto año S/17,584.89 y en el quinto año tendrá una Utilidad Neta de S/29,853.05.

Tabla 40: Estado de Ganancias y Pérdidas.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	S/47,430.00	S/53,365.51	S/60,150.05	S/79,655.56	S/89,782.44	S/101,196.78
Costos	S/13,690.00	S/14,326.00	S/15,025.60	S/15,795.16	S/16,641.68	S/17,572.84
Depreciación	S/0.00	S/1,842.00	S/1,842.00	S/1,842.00	S/1,842.00	S/1,842.00
Utilidad bruta	S/33,740.00	S/37,197.51	S/43,282.45	S/62,018.40	S/71,298.76	S/81,781.94
Gastos Administrativos	S/36,240.00	S/36,240.00	S/43,440.00	S/43,440.00	S/50,640.00	S/50,640.00
Gastos de venta	S/800.00	S/880.00	S/960.00	S/1,040.00	S/1,120.00	S/1,200.00
Utilidad operativa	-S/3,300.00	S/77.51	-S/1,117.55	S/17,538.40	S/19,538.76	S/29,941.94
Utilidad antes de Impuestos	-S/3,300.00	S/77.51	-S/1,117.55	S/17,538.40	S/19,538.76	S/29,941.94
Impuestos	-S/330.00	S/7.75	-S/111.76	S/1,753.84	S/1,953.88	S/8,832.87
Utilidad Neta	-S/2,970.00	S/69.76	-S/1,005.80	S/15,784.56	S/17,584.89	S/29,853.05

5.4 Presupuestos de Ingresos

Demanda Proyectada: La Tabla 41 que es la Demanda Proyectada, está basada en el porcentaje que se desea alcanzar de la Demanda Insatisfecha, el cual fue

hallado en el Capítulo de Estudio de Mercado. La demanda Insatisfecha para el primer año es de 34 personas, cubriendo inicialmente el 10% de acuerdo a la capacidad instalada que tiene *Wilove Event Planner*.

Asimismo, tanto los servicios como los porcentuales detallados, se han obtenido de la encuesta realizada al Mercado Objetivo.

Tabla 41: Demanda Proyectada.

	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Baby Shower	10%	10	11	12	13	15	16
Cumple Kids	20%	12	13	15	16	18	19
Bautizo	10%	8	9	10	11	12	13
1° Comunión	5%	6	7	7	8	9	10
Confirmación	5%	5	6	6	7	7	8
Fiesta Vintage	30%	10	11	12	13	15	16
Fiestas Doradas	20%	10	11	12	13	15	16
TOTAL	100%	61	67	74	81	89	98

Precios de los Principales Servicios: En la Tabla 42, se detallará los precios de los principales servicios que *Wilove Event Planner* estaría ofreciendo, cabe precisar que tanto los servicios como los precios fueron obtenidos a partir de la experiencia que se tiene en la industria de planificación de eventos en diferentes tipos de temáticas y localidades del distrito de Huanta.

Tabla 42: Precio de Principales Servicios.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Baby Shower	S/ 870.00	S/ 898.71	S/ 928.37	S/ 1,856.77	S/ 1,918.04	S/ 1,981.34	S/ 8,453.22
Cumple Kids	S/ 850.00	S/ 878.05	S/ 907.03	S/ 936.96	S/ 967.88	S/ 999.82	S/ 5,539.73
Bautizo	S/ 750.00	S/ 774.75	S/ 800.32	S/ 826.73	S/ 854.01	S/ 882.19	S/ 4,887.99
1° Comunión	S/ 580.00	S/ 580.00	S/ 599.14	S/ 618.91	S/ 639.34	S/ 660.43	S/ 3,677.82
Confirmación	S/ 550.00	S/ 568.15	S/ 586.90	S/ 606.27	S/ 626.27	S/ 646.94	S/ 3,584.53
Fiesta Vintage	S/ 800.00	S/ 826.40	S/ 853.67	S/ 881.84	S/ 910.94	S/ 941.00	S/ 5,213.86
Fiestas Doradas	S/ 830.00	S/ 857.39	S/ 885.68	S/ 914.91	S/ 945.10	S/ 976.29	S/ 5,409.38
TOTAL	S/ 5,230.00	S/ 5,383.45	S/ 5,561.10	S/ 6,642.38	S/ 6,861.58	S/ 7,088.02	S/ 36,766.54

Ingresos Anuales Proyectados por Servicio: En la Tabla 43 se detalla los ingresos que se tendrá durante los 5 primeros años, el ingresos en el primer año por los principales servicios es de S/ 53,768.39.

Tabla 43: Ingresos Anuales Proyectados por Servicios.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Baby Shower	S/ 8,700.00	S/ 9,885.81	S/ 11,233.25	S/ 24,713.58	S/ 28,082.04	S/ 31,909.62	S/ 114,524.30
Cumple Kids	S/ 10,200.00	S/ 11,590.26	S/ 13,170.01	S/ 14,965.09	S/ 17,004.83	S/ 19,322.58	S/ 86,252.77
Bautizo	S/ 6,000.00	S/ 6,817.80	S/ 7,747.07	S/ 8,802.99	S/ 10,002.84	S/ 11,366.23	S/ 50,736.92
1° Comunion	S/ 3,480.00	S/ 3,828.00	S/ 4,349.76	S/ 4,942.63	S/ 5,616.31	S/ 6,381.81	S/ 28,598.50
Confirmación	S/ 2,750.00	S/ 3,124.83	S/ 3,550.74	S/ 4,034.70	S/ 4,584.63	S/ 5,209.52	S/ 23,254.42
Fiesta Vintage	S/ 8,000.00	S/ 9,090.40	S/ 10,329.42	S/ 11,737.32	S/ 13,337.12	S/ 15,154.97	S/ 67,649.23
Fiestas Doradas	S/ 8,300.00	S/ 9,431.29	S/ 10,716.77	S/ 12,177.47	S/ 13,837.26	S/ 15,723.28	S/ 70,186.08
TOTAL	S/ 47,430.00	S/ 53,768.39	S/ 61,097.02	S/ 81,373.78	S/ 92,465.03	S/ 105,068.01	S/ 441,202.22

5.5 Presupuestos de Egresos

En la tabla 44, se puede visualizar los egresos en los que estaría incurriendo Wilove Diseño y Organización de Eventos S.A.C., el primer año se tendrá un total de S/53,288.00.

Tabla 44: Presupuestos de Egresos.

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos						
Depreciación	S/0.00	S/1,842.00	S/1,842.00	S/1,842.00	S/1,842.00	S/1,842.00
Gastos Administrativos	S/36,240.00	S/36,240.00	S/43,440.00	S/43,440.00	S/50,640.00	S/50,640.00
Mano de Obra	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos de Alquiler	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00
Gastos de Seguro y Otros	S/130.00	S/130.00	S/130.00	S/130.00	S/130.00	S/130.00
Gastos de Promoción y Publicidad	S/800.00	S/880.00	S/960.00	S/1,040.00	S/1,120.00	S/1,200.00
Total Costos Fijos	S/44,370.00	S/46,292.00	S/53,572.00	S/53,652.00	S/60,932.00	S/61,012.00
Costos Variables						
Costos de Materiales	S/6,360.00	S/6,996.00	S/7,695.60	S/8,465.16	S/9,311.68	S/10,242.84
Costos Indirectos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total Costos Variables	S/6,360.00	S/6,996.00	S/7,695.60	S/8,465.16	S/9,311.68	S/10,242.84
Total Costos	S/50,730.00	S/53,288.00	S/61,267.60	S/62,117.16	S/70,243.68	S/71,254.84

5.6 Flujo de Caja Proyectado

En la Tabla 45, podemos ver el Flujo de Caja Proyectado a 5 años, en donde el año 0 asciende a -S/ 15,070.00, la cual viene a ser la inversión inicial para la realización del negocio, mientras que el año 5 asciende S/. 23,838.28.

Tabla 45: Flujo de Caja Proyectado.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos por Ventas	S/. 0.00	S/. 53,768.39	S/. 61,097.02	S/. 81,373.78	S/. 92,465.03	S/. 105,068.01
Total de Ingresos	S/. 0.00	S/. 53,768.39	S/. 61,097.02	S/. 81,373.78	S/. 92,465.03	S/. 105,068.01
Egresos						
Inversión	S/ 15,070.00					
Insumos y Costos de la DFI		S/ 6,996.00	S/ 7,695.60	S/ 8,465.16	S/ 9,311.68	S/ 10,242.84
Mano de Obra		S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Costos Indirectos (Producción)		S/ 7,330.00	S/ 7,330.00	S/ 7,330.00	S/ 7,330.00	S/ 7,330.00
Gastos de Venta		S/ 880.00	S/ 960.00	S/ 1,040.00	S/ 1,120.00	S/ 1,200.00
Gastos Administrativos		S/ 36,240.00	S/ 43,440.00	S/ 43,440.00	S/ 50,640.00	S/ 50,640.00
Depreciación		S/ 1,842.00	S/ 1,842.00	S/ 1,842.00	S/ 1,842.00	S/ 1,842.00
Total de Egresos	S/ 15,070.00	S/ 53,288.00	S/ 61,267.60	S/ 62,117.16	S/ 70,243.68	S/ 71,254.84
Utilidad antes de Impuestos		S/ 480.39	-S/ 170.58	S/ 19,256.62	S/ 22,221.35	S/ 33,813.17
Impuestos (10% o 29.5% Anual)		S/ 48.04	-S/ 17.06	S/ 5,680.70	S/ 6,555.30	S/ 9,974.88
Utilidad Neta		S/ 432.35	-S/ 153.53	S/ 13,575.92	S/ 15,666.05	S/ 23,838.28
Flujo de Caja Económico	-S/ 15,070.00	S/. 432.35	-S/. 153.53	S/. 13,575.92	S/. 15,666.05	S/. 23,838.28

5.7 Balance General

En la tabla 46, se detalla el Balance General de Wilove Diseño y Organización de Eventos S.A.C., teniendo un total en Activo y Pasivo de S/. 15,070.00.

Tabla 46: Balance General.

Activo		Pasivo	
Caja y Bancos	S/. 3,850.00	Préstamo Bancario	S/. 0.00
Maquinaria y Equipo	S/. 8,660.00	Patrimonio	
Muebles y Enseres	S/. 1,710.00	Capital	S/. 15,070.00
Activos Intangibles	S/. 850.00	Total Patrimonio	S/. 15,070.00
Total Activo	S/. 15,070.00	Total Pasivo y Patrimonio	S/. 15,070.00

CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN

6.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Según Bravo, S. (2017), refiere que el Valor Agregado Económico (EVA) es un indicador fundamental de desempeño que mide el verdadero beneficio económico generado por una empresa o negocio en un periodo determinado de operación; en otras palabras, este indicador cuantifica la creación de valor. Sin embargo, esta no es la única función del EVA, lo que hace necesario revisar la similitud entre este concepto y el Valor Actual Neto Económico (VANE).

Por otro lado, el Valor Agregado Financiero (FVA), mide el valor agregado sobre el valor del patrimonio de las accionistas, considerando los efectos de valor agregado del negocio y los efectos de la deuda. Para este nuevo concepto, es necesario revisar la relación entre el FVA con el Valor Actual Neto Financiero (VANF).

Tabla 47: Evaluación Económica.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos por Ventas	S/. 0.00	S/. 53,768.39	S/. 61,097.02	S/. 81,373.78	S/. 92,465.03	S/. 105,068.01
Total de Ingresos	S/. 0.00	S/. 53,768.39	S/. 61,097.02	S/. 81,373.78	S/. 92,465.03	S/. 105,068.01
Egresos						
Inversión	S/ 15,070.00					
Insumos y Costos de la DFI		S/ 6,996.00	S/ 7,695.60	S/ 8,465.16	S/ 9,311.68	S/ 10,242.84
Mano de Obra		S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
Costos Indirectos (Producción)		S/ 7,330.00	S/ 7,330.00	S/ 7,330.00	S/ 7,330.00	S/ 7,330.00
Gastos de Venta		S/ 880.00	S/ 960.00	S/ 1,040.00	S/ 1,120.00	S/ 1,200.00
Gastos Administrativos		S/ 36,240.00	S/ 43,440.00	S/ 43,440.00	S/ 50,640.00	S/ 50,640.00
Depreciación		S/ 1,842.00	S/ 1,842.00	S/ 1,842.00	S/ 1,842.00	S/ 1,842.00
Total de Egresos	S/ 15,070.00	S/ 53,288.00	S/ 61,267.60	S/ 62,117.16	S/ 70,243.68	S/ 71,254.84
Utilidad antes de Impuestos		S/ 480.39	-S/ 170.58	S/ 19,256.62	S/ 22,221.35	S/ 33,813.17
Impuestos (10% o 29.5% Anual)		S/ 48.04	-S/ 17.06	S/ 5,680.70	S/ 6,555.30	S/ 9,974.88
Utilidad Neta		S/ 432.35	-S/ 153.53	S/ 13,575.92	S/ 15,666.05	S/ 23,838.28
Flujo de Caja Económico	-S/ 15,070.00	S/. 432.35	-S/. 153.53	S/. 13,575.92	S/. 15,666.05	S/. 23,838.28

EVALUACIÓN ECONÓMICA - FINANCIERA

	ECONÓMICA	FINANCIERA
VAN	S/ 18,339.25	S/ 18,339.25
TIR	37%	37%
B/C	S/ 1.13	S/ 1.13
PRC	Tercer Periodo	Tercer Periodo

COK	12%
-----	-----

La Tasa de Oportunidad es el 12%, esto en la medida que se compara con las probabilidades que el servicio de eventos integrados sea mucho más económicas y completas a diferencia del servicio que ofrecen en el mercado por actividad concreta. En otras palabras, será mucho más beneficioso acceder a la compra de un servicio donde se pueda ofrecer un paquete integrado y cubrir los tiempos y recursos con una sola empresa que se pueda encargar de todas los intereses que cliente requiera, a diferencia de lo que actualmente brindan en el mercado que son actividades específicas y que necesariamente se debe acudir a más proveedores, más recursos y más tiempo.

6.2 Evaluación Social

La evaluación social identifica y evalúa los impactos socioeconómicos de una actividad o proyecto planificado sobre personas y comunidades que residen en su área de influencia directa e indirecta, con el fin de identificar medidas para prevenir, mitigar o compensar los impactos negativos, mejorar

los positivos y Compartir los beneficios del proyecto con las comunidades locales.

Según la investigación por ERES (s.f.), considera que el ambiente está conformado por dimensiones físicas (aire, tierra y agua), biológicas (flora y fauna) y sociales. Estas dimensiones están intrínsecamente interrelacionadas. Los seres humanos dependemos para nuestra supervivencia de los recursos naturales y esos recursos se ven afectados por el uso que hacemos de ellos. Por lo tanto, un cambio en los elementos en cualquiera de las dimensiones ambientales causa cambios en otras dimensiones. Por esta razón, la evaluación ambiental debe integrar el análisis de los aspectos naturales y sociales para comprender los impactos potenciales de cada dimensión ambiental y sus interrelaciones. Por lo tanto, ERES incorpora el análisis de los impactos socioeconómicos en las evaluaciones de impacto ambiental.

En conclusión, el propósito de la evaluación social es asegurar que los costos de los proyectos implementados en un territorio no afecten a las comunidades residentes y que, por el contrario, los proyectos beneficien a las comunidades locales y promuevan el desarrollo local sostenible. En ese sentido la empresa WiLove Diseño y Organización de Eventos S.A.C., tendrá como prioridad el valor de la responsabilidad ciudadana, aportando al desarrollo empresarial responsable de la Provincia de Huanta con aporte al bienestar ciudadano mediante la oferta laboral y capacitación de su personal, el respeto entre todos los que conforman el equipo y la integración de cada trabajador a una familia emprendedora.

6.3 Impacto Ambiental

Es de suma importancia que el proyecto tenga en cuenta aspectos que puedan afectar al medio ambiente, para lo cual se realizará un análisis de los impactos de cada área de acuerdo a su actividad. El estudio realizado a continuación es una lista de los impactos que deberán ser tomados en cuenta para ser contrarrestados.

Equipamiento

- Características de los equipos y materiales a utilizar.
- Desperdicio de energía.
- Desperdicio de agua (pérdidas y fugas).
- Uso de la energía eléctrica.
- Herramientas y utillaje.
- Manejo de plástico.

Seguridad de los clientes

- Trabajo con proveedores certificados.
- Uso de materiales naturales y ambientales.
- Reutilización de géneros.
- Valor nutricional de los alimentos.

Seguridad de los trabajadores

- Medidas de seguridad industrial y salud ocupacional.
- Plan de educación ambiental.
- Plan de manejo de emergencias.
- Capacitación laboral.

- Capacitación industrial.

Residuos

- Manejo de desechos.
- Manejo de residuos peligrosos y del aceite.
- Manejo de material de consumo.
- Diferenciación entre residuos sólidos y líquidos.
- Minimización de la generación de residuos.

Publicidad y Mercadeo

- Utilizar materias libres de elementos contaminantes.
- Minimizar el uso de papel de fotocopiado y de impresión.

Tecnología, Sistemas informáticos

- Uso del ordenador y aparatos electrónicos.
- Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos

Servicio al cliente

- Uso de materiales y productos para el aseo personal.
- Uso de la energía eléctrica y sistemas de iluminación.
- Manejo del ruido.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

7.1.1. Conclusión General

Se concluyó que el proyecto de negocio, desde una óptica financiera, es rentable en el tiempo, por tal, para ser la empresa líder en la industria de organización de eventos integrales, se tiene que innovar en cuanto a los servicios, es decir, ofrecer al mercado nuevas temáticas y diseños que no caigan en lo común y rutinario que ofrece la competencia, así la empresa se posicionará en el recuerdo de cada memoria quienes vivirán la experiencia de *WiLove Event Planner*.

7.1.2. Conclusiones Específicas

- A través del estudio de mercado, se concluyó que en el distrito de Huanta, no existe una empresa que brinde un servicio integrado y vanguardista, por lo que *WiLove Event Planner* pretende dar respuesta a las necesidades de diverso tipo dentro del campo de planificación y organización de eventos en nuestra área de actuación, la provincia de Huanta.
- Se concluye que año tras año, la capacidad adquisitiva de la población va en crecimiento, por tal, la organización de eventos va tomando importancia en el desarrollo y el estilo de vida de las personas, por lo que, superar las grandes exigencias será prioridad de *WiLove Event Planner*.
- Se concluye que para tener una excelente logística integral se necesitará de alianzas estratégicas con los proveedores de primera confianza con

la finalidad de garantizar la calidad y cumplir los estándares y plazos establecidos con el cliente y los mismos proveedores.

- De acuerdo a los resultados económicos y financieros del proyecto, se refleja que aun tratándose de solamente los servicios con menor complejidad, existe una buena rentabilidad en el flujo de caja por lo que si sumamos los servicios que necesitan de la tercerización o los denominados; paquetes complejos, creemos que nuestros números crecerán a favor de la empresa.
- Para finalizar, se concluye que, ser parte de los momentos especiales e inolvidables de las personas, contribuye al desarrollo familiar, amical, ambiental, social y, por último, pero no menos importante el desarrollo comercial con nuevas alternativas en el mercado.

7.2 Recomendaciones

- Para captar clientes será necesario renovar las ofertas, ofrecer paquetes que superen las expectativas del cliente. Además, dar lo mejor en cada diseño con la finalidad de cumplir el sueño de otro, esto siempre será un plus o valor agregado que el cliente podrá percibir y sentirse muy bien atendido en su día especial.
- Invertir en más activos fijos relacionado a la decoración y montaje de bodas, de esta forma a través de los años se reducirán los gastos de alquiler y esto permitirá que se disminuya el costo variable por servicio; por consecuencia generaría un mayor margen de ganancia.

- Perseverar en publicidad para la difusión de temáticas y desarrollo de eventos acorde al gusto el cliente, empleando frecuentemente las redes sociales y publicidad escrita.
- Incrementar el número de proveedores con respecto a locales y repostería a fin de tener una mayor diversidad y analizar mejor los costos variables.
- Aprovechar los meses con mayor demanda para lograr el desarrollo de una publicidad de boca a boca con la finalidad de posicionarnos con fuerza en la mente de nuestros futuros clientes.
- Teniendo en cuenta la perspectiva ambiental, es importante lograr el compromiso de todo el equipo, informar siempre a los trabajadores sobre los parámetros ambientales que se debe respetar en la organización de cada evento, esto con la finalidad de no dañar ningún recurso natural que probablemente sea parte de nuestro diseño eventista.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Bravo, S. (2017). Inversión e Infraestructura – Evaluación Económica Financiera: EVA Y FVA. Recopilado el 02/10/18 de: <https://gestion.pe/blog/inversioneinfrasestructura/2017/09/evaluacion-economica-financiera-eva-y-fva.html>
2. Car, G. (2014). Inversiones Tangibles e Intangibles. Recopilado el 15/09/18 de: <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/INVERSIONES-TANGIBLES-E-INTANGIBLES/1632792.html>
3. Castillo, A. (2016). Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa. Apuntes iniciales, a propósito de las modificaciones introducidas por la Ley N° 30056 y la aprobación del T.U.O. de la Ley MIPYME mediante Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/tag/ley-28015/>
4. Di, A. (2015). *Organización de Eventos: Definición y Tipos*. Recuperado de: <http://www.redrrpp.com.ar/organizacion-de-eventos-definicion-tipos/>
5. ERES. (2016). Evaluación Social. Recopilado el 01/10/18 de: <http://eres.com.co/es/evaluacion-social>
6. Escuela Europea de Management. (2016) ¿Cómo analizar los factores tecnológicos de una empresa? Recuperado de: <http://www.escuelamanagement.eu/innovacion-estrategica/como-analizar-los-factores-tecnologicos-de-una-empresa>
7. Guzmán, A. (2013). <https://www.gestiopolis.com/el-proceso-administrativo-segun-varios-autores/>
8. INEI. (2014). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme. De todas las actividades económicas. Revisión 4*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones-digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf>
9. Manene, L. (2011). Diagrama de Flujo: Su definición, objetivo, ventajas, elaboración, fases, reglas y ejemplos de aplicaciones. Recopilado el 22/09/18 de: <http://www.luismiguelmanene.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicion-objetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>

10. Ministerio de la Producción (2016). *Estructura Productiva: empresas*. Recuperado de: http://demi.produce.gob.pe/Content/files/doc_03/Regionales/Ayacucho.pdf
11. Ministerio de Salud, a través de la Oficina General de Tecnologías de la Información. (2016). *Población Estimada por Edades Simples y Grupos de Edad, según Distrito, Provincia y Departamento de Ayacucho*. Recuperado de: <http://www.minsa.gob.pe/estadisticas/estadisticas/Poblacion/PoblacionMarcos.asp?05>
12. Montano, J. (s.f). *Agustín Reyes Ponce: Biografía y Aportes a la Administración*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/agustin-reyes-ponce/>
13. Rae.es. (2017). *Concepto de Diseño*. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=DuKP0H9>
14. Ríos, L., Martínez, L. & Cebal, J. (2014). *Manual de Eventos*. Recuperado de: <https://es.calameo.com/read/0025046856350fa003870>
15. Sevilla, A. (2015). Activo Intangible. Recopilado el 15/09/18 de: <http://economipedia.com/definiciones/activo-intangible.html>
16. Zankyou (2018). *Los 10 mejores en decoración de bodas de Lima: ensueño y personalización para tu matrimonio*. Recuperado de: <https://www.zankyou.com.pe/p/decoracion-bodas-lima>

ANEXOS

Anexo 1: Requisitos para el Licenciamiento de Funcionamiento

SUB GERENCIA DE RENTAS

Presentación
Somos una Sub Gerencia para promover y controlar la formalización de la industria, el comercio y los servicios, brindando un eficiente servicio con valor agregado, sin engorrosos procedimientos propiciando la disminución de costos en las tasas, derechos y tiempos que se imponen al contribuyente.

Visión
Ser el eje del Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Huanta, con la formalización de todos los locales que se encuentran en nuestra ciudad.

El trámite es FÁCIL en 1 día hábil tienes tu LICENCIA
Que no te sorprendan los tramitadores

Ser FORMAL es el mejor NEGOCIO



Municipalidad Provincial de
HUANTA
Juntos hacemos más...

Facebook Twitter YouTube

Oficina de Fiscalización Tributaria

OBTÉN TU LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

FORMALÍZATE para que tu negocio crezca, ahora es más **FÁCIL**, más **RÁPIDO** y más **BARATO**, gracias a la LEY MARCO de la Licencia de Funcionamiento N°28976 y la Ordenanza Municipal N°003-2013-MPH/A

FÁCIL, RÁPIDO Y BARATO

Saca tu LICENCIA FÁCIL y en 1 Día Hábil

**APROVECHA Y...
REGULARIZA
TU COMERCIO**

SUB GERENCIA DE RENTAS - OFICINA DE FISCALIZACIÓN TRIBUTARIA


APROVECHA, ES RÁPIDO Y BARATO



**LICENCIA DE Funcionamiento
NEGOCIO FORMAL**

TRÁMITE FÁCIL ENTREGA EN 24 HORAS

Municipalidad Provincial de Huanta
Jr. Razuhuillca N° 183 - Plaza de Armas
Teléfono: (084) 2218192/2031-222318
Correo electrónico: mphi@munhuanta.gob.pe
www.munhuanta.gob.pe

No mayor a 100 m² <small>Establecimiento que requiere ITSE Básica Ex-Post</small>	Más de 100 m² hasta 500 m² <small>Establecimiento que requiere ITSE Básica Ex-Ante</small>	Mayor a 500 m² <small>Establecimiento que requiere ITSE de detalle o multidisciplinaria</small>
<p>A. REQUISITOS GENERALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Formato único de Trámite (FUT) con carácter de declaración jurada debidamente llenado e indicando el número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante. Tratándose de personas jurídicas o naturales. Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad. Copia de la vigencia de poder de representante legal en caso de personas jurídicas o entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requiere de carta poder con firma legalizada. Pago por derecho de trámite S/80.40 soles. <p>B. REQUISITOS ESPECÍFICOS</p> <p>De ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud. Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de actividades que conforme a la Ley lo requieran de manera previa al otorgamiento de Licencia de Funcionamiento Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura. 	<p>A. REQUISITOS GENERALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Formato único de Trámite (FUT) con carácter de declaración jurada debidamente llenado e indicando el número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante. Tratándose de personas jurídicas o naturales. Aprobar la inspección técnica de seguridad en edificaciones básica. Copia de la vigencia de poder de representante legal en caso de personas jurídicas o entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requiere de carta poder con firma legalizada. Pago por derecho de trámite S/187.90 soles. <p>B. REQUISITOS ESPECÍFICOS</p> <p>De ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud. Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de actividades que conforme a la Ley lo requieran de manera previa al otorgamiento de Licencia de Funcionamiento Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura. 	<p>A. REQUISITOS GENERALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Formato único de Trámite (FUT) con carácter de declaración jurada debidamente llenado e indicando el número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante. Tratándose de personas jurídicas o naturales. Copia certificada de ITSE. Copia de la vigencia de poder de representante legal en caso de personas jurídicas o entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requiere de carta poder con firma legalizada. Pago por derecho de trámite S/43.10 soles. <p>B. REQUISITOS ESPECÍFICOS</p> <p>De ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud. Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de actividades que conforme a la Ley lo requieran de manera previa al otorgamiento de Licencia de Funcionamiento Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura.
<p>EN 1 DÍA HÁBIL TIENES TU LICENCIA</p>		
<p>SUB GERENCIA DE RENTAS Jr. Razuhuillca N° 183</p>	<p>Horario de atención de Lunes a Viernes 8:30 a.m. a 12:30 p.m. 3:00 p.m. a 5:30 p.m.</p>	 <p>Recuerda vecino mantengamos limpia nuestra Huanta</p>  <p>Municipalidad Provincial de HUANTA <i>Juntos hacemos más...</i></p>



**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE
HUANTA - VRAEM**
SUB GERENCIA DE RENTAS

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:

NOMBRE COMERCIAL:

DIRECCIÓN:

R.U.C.:

GIRO(S):

HUANTA,

HORARIO DE ATENCIÓN:

OBSERVACIÓN:

CATEGORÍA:

ÁREA:

LICENCIA N°

HASTA:

INDICACIONES:

- Esta licencia no podrá ser utilizado por otra persona que no sea el titular de la misma.
- Esta licencia debe ser colocada en lugar visible.
- La tasa de los arbitrios municipales se pagarán dentro del trimestre.
- El titular de la presente licencia debe comunicar al Servicio de Administración Tributaria de Huanta, si amplía, reduce el área del local, cierra, cambia de local, o de giro a fin de anular esta licencia.

Juntos hacemos más...

