

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO JOHN VON NEUMANN

**CARRERA PROFESIONAL TECNICO EN
CONTABILIDAD**



**“FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE
BODAS EN LA CIUDAD DE TACNA, 2020”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:
PROFESIONAL TÉCNICO EN
CONTABILIDAD**

AUTORES:

YULISA ALEYDA LUNA ZEVALLOS
LUZ CLARITA MOLLO HUAYTA

DOCENTE GUIA:

ERNESTO ALESSANDRO LEO ROSSI

**TACNA – PERÚ
2020**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	2
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPITULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	11
1.1. Título del Tema.....	11
1.2. Origen del Tema	11
1.3. Formulación del Problema.....	11
1.4. Objetivo General.....	12
1.5. Objetivos Específicos	12
1.6. Metodología.....	13
1.6.1. Hipótesis base del negocio.	13
1.6.2. Proponer el modelo de negocios.	13
1.6.3. Determinar la viabilidad del mercado.	13
1.6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.	13
1.6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.	14
1.6.6. Determinar la Propuesta Legal.	14
1.6.7. Evaluar la Propuesta Económica.	14
1.7. Limitaciones del Estudio	14

CAPITULO II MODELO DE NEGOCIOS	15
2.1. La Problemática Identificada	15
2.2. Nuestra Hipótesis	15
2.2.1. ¿Cómo es la experiencia actual?	16
2.2.2. ¿Qué problemas presenta?	16
2.2.3. ¿Quiénes están involucrados?	17
2.2.4. ¿Posibles soluciones?	17
2.3. Concepto Final	17
2.3.1. Nombre	17
2.3.2. ¿Qué es?	17
2.3.3. ¿Cómo funciona?	17
2.3.4. ¿Porque es especial?	17
2.3.5. Fotografía o imagen de la solución – Prototipo	18
2.4. El Propósito Estratégico	20
2.5. La Misión	20
2.6. La Visión	20
2.7. Los Promotores	20
2.8. Modelo de Negocios	22
CAPITULO III DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS	24
3.1. Estudio de Mercado	24
3.1.1. Análisis del Mercado	24

3.1.2. Estrategia del Producto o Servicio	40
3.1.3. Estrategia de Comunicación	44
3.1.4. Estrategia del Comercialización	45
3.1.5. Estrategias de Ingresos	45
3.2. Estudio Técnico	45
3.2.1. Especificaciones Técnicas	48
3.2.2. Flujo del Proceso	56
3.2.3. Localización del Proyecto	59
3.2.4. Capacidad Instalada Estimada	60
3.2.5. Infraestructura	60
3.2.6. Distribución de la Planta	Error! Bookmark not defined.
3.2.7. Equipamiento	61
3.3. Estudio Organizacional.....	61
3.3.1. Estructura Organizacional de la empresa	61
3.3.2. Descripción de los puestos	62
3.3.3. Requerimiento e inversión de personal.....	64
3.4. Estudio Legal.....	65
3.4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica	65
3.4.2. Selección del Régimen Tributario	65
3.4.3. Selección de Régimen laboral	65
3.4.4. Otros Trámites	66

3.5. Estudio Financiero	67
3.5.1. Inversión Inicial	67
3.5.2. Valor de Venta	67
3.5.3. Ingresos Proyectados en Unidades	67
3.5.4. Ingresos Proyectados en Soles	68
3.5.5. Costos Proyectados por Unidad	68
3.5.6. Costos Proyectados en Soles	70
3.5.7. Gastos Proyectados Administrativos.....	70
3.5.8. Gastos Proyectados de Comercialización.....	71
3.5.9. Flujo Económico	71
3.5.10. Análisis Económico	72
CAPITULO IV DECISIÓN DE INVERSIÓN Y RECOMENDACIONES.....	73
4.1. Decisión de Inversión	73
4.2. Recomendaciones	73
CONCLUSIONES	75
BIBLIOGRAFIA	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelo CANVAS.....	22
Tabla 2. Población por rango de edad	24
Tabla 3. Número de hogares.....	25
Tabla 4. Población por sexo, según grupos quincenales de edad	25
Tabla 5. Pregunta 1.....	26
Tabla 6. Pregunta 2.....	27
Tabla 7. Pregunta 3.....	28
Tabla 8. Pregunta 4.....	29
Tabla 9. Pregunta 6.....	31
Tabla 10. Pregunta 7.....	32
Tabla 11. Pregunta 8.....	33
Tabla 12. Pregunta 9.....	35
Tabla 13. Equipamiento área de atención al cliente.....	61
Tabla 14. Equipamiento área de almacén.....	Error! Bookmark not defined.
Tabla 15. Requerimiento de personal contratado	64
Tabla 16. Requerimiento de personal externo	64
Tabla 17. Inversión inicial.....	67
Tabla 18. Valor de venta	67
Tabla 19. Ingresos proyectados en unidades	68
Tabla 20. Ingresos proyectados en soles.....	68
Tabla 21. Costo unitario del paquete básico	69
Tabla 22. Costo unitario del paquete intermedio.....	69

Tabla 23. Costo unitario del paquete Premium	69
Tabla 24. Costo unitario del paquete deluxe	Error! Bookmark not defined.
Tabla 25. Costo proyectado en soles	70
Tabla 26. Gastos administrativos	70
Tabla 27. Planilla de pago anual	71
Tabla 28. Gastos de comercialización	71
Tabla 29. Flujo de caja económico.....	72
Tabla 30. Indicadores económicos.....	72
Tabla 31. Inversión en activos - atención al cliente.....	78
Tabla 32. Inversión en activos – depósito	Error! Bookmark not defined.
Tabla 33. Inversión en intangibles.....	78
Tabla 34. Inversión en trámites legales.....	78
Tabla 35. Ingreso en unidades año 1	79
Tabla 36. Ingreso en unidades año 2.....	79
Tabla 37. Ingreso en unidades año 3.....	79
Tabla 38. Ingreso en unidades año 4.....	79
Tabla 39. Ingreso en unidades año 5.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Solución	19
Figura 2. Pregunta 1	26
Figura 3. Pregunta 2	27
Figura 4. Pregunta 3	28
Figura 5. Pregunta 4	29
Figura 6. Pregunta 5	30
Figura 7. Pregunta 6	31
Figura 8. Pregunta 7	32
Figura 9. Pregunta 8	33
Figura 10. Pregunta 9	35
Figura 11. Prototipo.....	44
Figura 12. Paquete básico	Error! Bookmark not defined.
Figura 13. Paquete Intermedio.....	Error! Bookmark not defined.
Figura 14. Paquete Premium	Error! Bookmark not defined.
Figura 15. Paquete Deluxe	Error! Bookmark not defined.
Figura 16. Proceso de producción del servicio....	Error! Bookmark not defined.
Figura 17. Macrolocalización.....	59
Figura 18. Micro localización.....	60
Figura 19. Distribución de la planta.....	60
Figura 20. Estructura organizacional.....	61

RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día, el matrimonio es un ritual importante que cumple la sociedad como demostración de respeto y amor hacia la otra persona, cuando llegan al compromiso, son justamente estas etapas en las que festejarlo o no puede marcar un episodio muy emotivo para las dos personas. Considerado como un medio útil para comprobar los vínculos afectivos y los encuentros familiares, una demostración de buenos deseos y gratificaciones, es una forma de reafirmar el amor y respeto que se tienen los novios.

Debido a las razones mencionadas previamente y ante la creciente demanda de servicio de wedding planner es que se procedió a estudiar la viabilidad del presente plan de negocios. Para tal fin se realizaron los estudios de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio legal y estudio financiero, en cada una de estas etapas se logró demostrar la factibilidad de su implementación.

En el estudio de mercado se logró determinar que el 94% de las personas contratarían a una organizadora de eventos matrimoniales, motivo que les facilita la organización. El estudio técnico permitió definir una capacidad de atención de 2 eventos al mes y las cuales se realizarían los días viernes a domingo, además de la macro y micro localización.

A través del estudio organizacional se determinó la necesidad de contar con un Gerente General, un Administrador, un supervisor y operarios según la demanda. Mediante el estudio legal se definió que la empresa será persona jurídica de S.C.R.L bajo el régimen MYPE tributario y régimen laboral, dado que

siendo una microempresa tendremos como responsabilidad ciertos beneficios a nuestros trabajadores. Concluyendo con el estudio financiero tendremos una inversión económica de S/ 214,102 y un COK de 21%, obteniendo así un VAN de 42,300 y un TIR de 28%.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.1. Título del Tema

Formulación de un plan de negocios para la creación de una empresa organizadora de bodas en la ciudad de Tacna, 2020.

1.2. Origen del Tema

Una boda es una ceremonia que puede ser civil o religiosa, mediante la cual se celebra el comienzo del matrimonio convirtiéndose en un ritual que formaliza la unión entre dos personas ante una autoridad externa, generando compromisos u obligaciones sociales y legales entre las 2 partes, es el inicio de una vida nueva junta a la persona especial con quien deciden caminar rumbo al éxito y es por eso que se convierte en un momento único, el cual debe ser celebrado de la mejor manera para crear un agradable recuerdo en los novios y seres queridos.

Considerando la dedicación, tiempo y experiencia que se requiere para organizar una boda perfecta, surge la propuesta de evaluación de viabilidad de un negocio dedicado a la organización de bodas, es ahí donde las wedding planners desarrollaran sus habilidades para ofrecer sus servicios.

Las principales ventajas que ofrece este tipo de servicios, es que los novios únicamente deben tener conciencia de cuál es la idea de su boda perfecta para luego solo tomar decisiones ya que las wedding planner le presentan todas las alternativas posibles para lograrlo y son ellas quienes ejecutan la boda y controlan el antes, durante de ese día especial para los novios.

1.3. Formulación del Problema

Imaginar una boda propia, se tiene en mente cientos de ideas, a veces inconexas, que hemos visto en [Pinterest](#), [Instagram](#), [facebook](#) en las bodas de nuestros amigos o en blogs de bodas, Con tanta información en el aire en ocasiones no es tarea fácil saber qué es lo que queremos realmente o a veces es complicado saber por dónde empezar a construir el proyecto siendo el tiempo un valor muypreciado a lo igual que los recursos y presupuestos, lo que puede traer estrés y sufrimiento emocional para los novios, es por eso que las wedding planner harán que el proceso de una boda se convierta en una experiencia divertida y amena, ya que ellas se encargarán de aportar valor y diferenciación en cada boda, con su profesionalismo y experiencia ayudaran a interpretar la visión de los novios y así garantizar resultados.

1.4. Objetivo General

Formular un plan de negocios para la creación de una empresa organizadora de bodas en la ciudad de Tacna, 2020.

1.5. Objetivos Específicos

- Comprobar la hipótesis base del negocio.
- Proponer el modelo de negocios
- Determinar la viabilidad del mercado
- Determinar la Propuesta Técnica Operativa
- Determinar la Propuesta Organizacional.
- Determinar la Propuesta Legal
- Evaluar la Propuesta Económica.

1.6. Metodología

1.6.1. Hipótesis base del negocio.

La metodología que se utilizó es de Design Thinking.

Según Tim Brown, actual CEO de IDEO, el Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

1.6.2. Proponer el modelo de negocios.

La metodología que se utilizó es el Modelo de Canvas.

El modelo canvas es una herramienta creada por Alex Osterwalder y se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para establecer su estrategia de negocios.

1.6.3. Determinar la viabilidad del mercado.

A través de encuestas y de entrevistas directas con potenciales clientes se determinarán las características del producto, precio plaza y promoción de la propuesta.

1.6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Se utilizó un flujograma del proceso para determinar la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

1.6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

Diseño de los requerimientos de personal y sus características utilizando un organigrama.

1.6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propone la constitución legal más adecuada de acuerdo a las propuestas anteriores, según el marco legal peruano.

1.6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Se utilizó un flujo económico para determinar el VAN, TIR de la propuesta.

1.7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

- Tiempo: Se dispone 2 meses para la elaboración del Plan.
- Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.

CAPITULO II

MODELO DE NEGOCIOS

2.1. La Problemática Identificada

El matrimonio es un acontecimiento muy importante para muchas parejas y por eso es que organizar la boda perfecta requiere de tiempo, talento y presupuesto, a veces la boda de ensueño puede no ser un buen recuerdo debido que si es organizada solo por los novios traerá consigo probablemente gastos excesivos y mucho estrés, es por eso que hoy en día existen las wedding planners.

Se debe mencionar que las wedding planners se ha desarrollado a nivel nacional e internacional, Ahora bien, en el Perú, existe un mercado exigente y dispuesto a confiar sus más anheladas celebraciones en una persona capacitada y experimentada en el rubro. Cabe mencionar que, en nuestro país, frente al interés de muchas personas de desenvolverse en este rubro, se han creado diplomados y cursos de especialización de postgrado, para certificar el profesionalismo en cada servicio brindado,

Si nos enfocamos en la provincia de Tacna existen empresas como , “Tacna fiesta eventos” , equipo que tiene como objetivo trabajar en la planificación de eventos matrimoniales y así conseguir resultados totalmente positivos, “como anillo al dedo” , equipo de amplia trayectoria y experiencia en el rubro de bodas , “Magaly Hidalgo wedding Planner” , empresa especializada en

matrimonios memorables desde febrero 2018 , “Mayra Lara wedding planner”, certificada en la escuela de wedding planner Perú con 7 años de experiencia , profesional en administración de turismo y hotelería se encarga de la organización, planificación y asistencia de la boda .

2.2. Nuestra Hipótesis

En la ciudad de Tacna, las parejas que contraen matrimonio o el público en general no logra tomar la decisión de contratar a unas organizadoras o en este caso una Wedding planners porque tienen el concepto de contratar un servicio como ese podría tener un costo elevado.

2.2.1. ¿Cómo es la experiencia actual?

Al organizar una boda, los novios no disponen de suficiente tiempo y/o desean organizar un evento para dejar el mejor recuerdo en ellos y sus invitados , es por eso que recurren a contratar los servicios de empresas organizadoras, que muchas veces no cumplen con los requerimientos solicitados por los novios, dejando en ellos un sin sabor de lo que sería su boda ideal, ya que la calidad de servicios ofrecidos por proveedores no es la solicitada, y no se logra mantener un control en el evento.

2.2.2. ¿Qué problemas presenta?

- Tiempo de ejecución del evento completo.
- Incumplimiento de todos los servicios brindados, debido a su proveedor irresponsable.
- Paquetes acordes a las necesidades.

2.2.3. ¿Quiénes están involucrados?

- Parejas comprometidas.
- Familias.
- Público en General.

2.2.4. ¿Posibles soluciones?

- paquetes personalizados: los paquetes a ofrecer serán armados de acuerdo a las necesidades y presupuesto del cliente.
- Trabajar con proveedores reconocidos por su responsabilidad y calidad.
- Solicitar a los clientes iniciar el contrato con un periodo extenso a la fecha del evento.

2.3. Concepto Final

2.3.1. Nombre

Wedding planner - My dream wedding

2.3.2. ¿Qué es?

Servicio integral de organización de eventos matrimoniales.

2.3.3. ¿Cómo funciona?

El cliente se comunica a través de nuestros canales de comunicación (telefonía, redes sociales, página web) para solicitar una reunión y conocer un poco más de nuestra empresa, brindarnos la información de sus requerimientos y preferencias para organizar su boda, en base a esa información se realizará una cotización, se organiza una nueva reunión donde se determina dicho

paquete personalizado, , fecha y observaciones en la cotización para posteriormente realizarse la firma del contrato y la entrega de un primer pago para la reserva de los servicios que se contratarán.

2.3.4. ¿Porque es especial?

Entregaremos a nuestros clientes un servicio de calidad a través de paquetes matrimoniales personalizados, Reduciendo el estrés para los novios, mediante soluciones integrales o específicas, desde el diseño y planificación de la boda anhelada hasta la ejecución del servicio y además el acompañamiento a los novios.

2.3.5. Fotografía o imagen de la solución – Prototipo

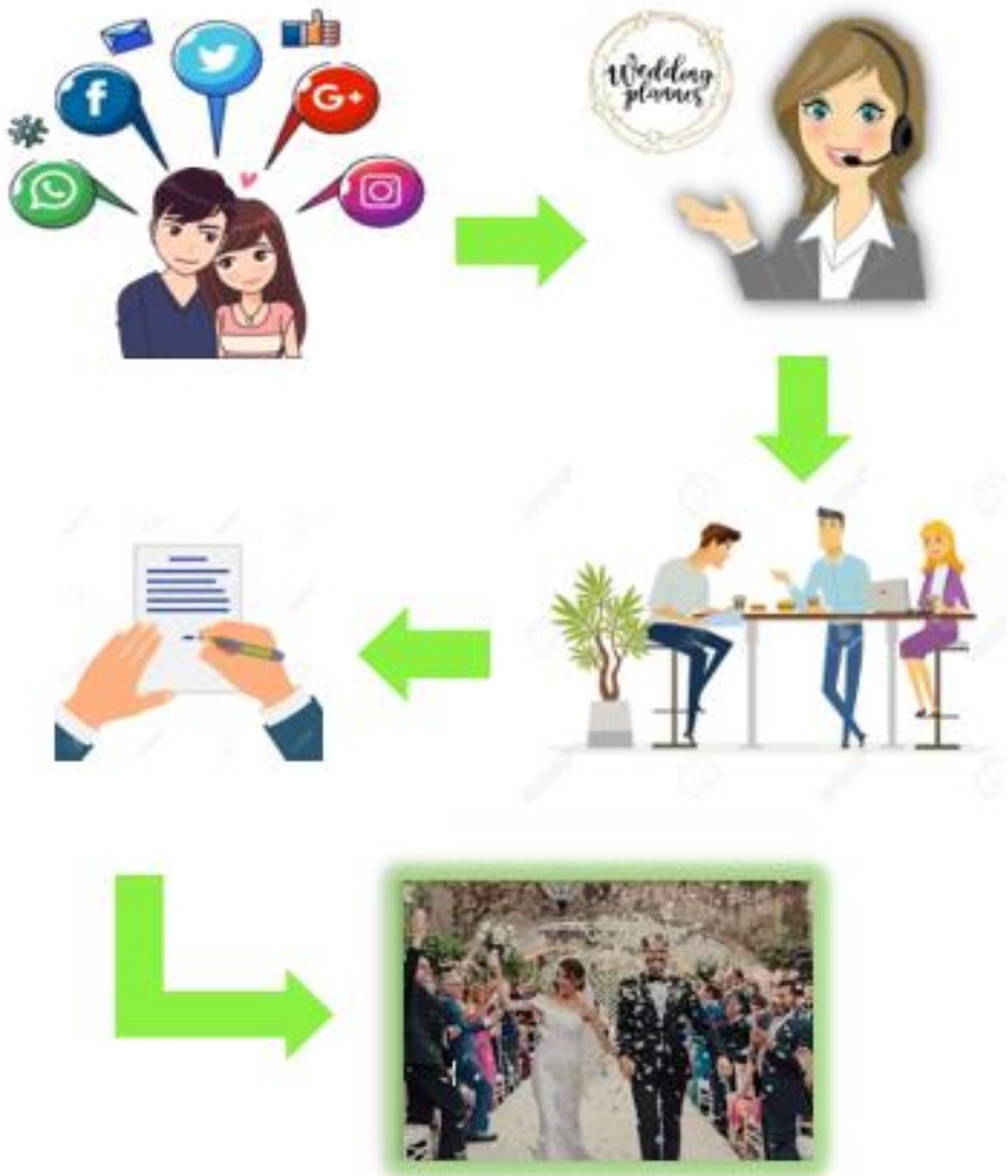


Figura 1. Solución
Fuente: Elaboración propia

2.4. El Propósito Estratégico

Brindar a los novios servicios de calidad, creatividad, puntualidad y profesionalismo para lograr su satisfacción, ofreciendo un plus por cada paquete que deseen adquirir.

2.5. La Misión

Nuestra misión es crear ambientes con el carácter y estilo de los protagonistas de la historia, desarrollar ideas para resolver cualquier imprevisto que se pueda presentar, darle tranquilidad, alegría y confianza a cada pareja durante la planeación y ejecución del evento.

2.6. La Visión

Mantener nuestro posicionamiento como empresa referente en el sector de la organización de eventos gestión de espacios singulares y servicio de catering partiendo de un trabajo profesional innovador y a través de la mejora constante de los servicios que ofrecemos.

2.7. Los Promotores

- Promotor 1: Yulisa Aleyda Luna Zevallos

Egresada del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado John Von Neumann de la carrera de Contabilidad, con experiencia en Asistente Administrativo en oficina y logística, destacándose en atención al cliente con más de 4 años de experiencia en diversos espacios y especialista en informática. Socia capitalista con un 50% su aporte dentro de la empresa en funciones operativas.

– Promotor 3: Luz Clarita Mollo Huayta

Egresada del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado John Von Neumann de la carrera de Contabilidad, especialista en atención al cliente, ventas en diversos espacios, con experiencia en asistente administrativo en oficina e logística y con alta capacidad de experiencia en asistente financiero en Caja Tacna. Aportación de capital con un 50% dentro de la empresa en funciones operativas.

2.8. Modelo de Negocios

Tabla 1. Modelo CANVAS

Alianzas claves	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
<p>PROVEEDORES PARA LA AMBIENTACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> Local (salón de eventos, haciendas, hoteles, etc.) Decoración. Inmobiliario. Equipos de sonido y luces. <p>PROVEEDORES ARTISTICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Maestro de ceremonia. show hora loca. Coreógrafos. Grupos musicales. <p>PROVEEDORES DE BELLEZA:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseño de moda. Estilistas. <p>PROVEEDORES DE OTROS SERVICIOS:</p>	<ul style="list-style-type: none"> Organización, Producción y Ejecución de la boda. Atención a los novios, integral, exclusiva y personalizada 	<ul style="list-style-type: none"> Paquetes de decoraciones matrimoniales personalizadas. Amplia plataforma de proveedores del mercado. Acompañamiento en proceso de selección y ejecución de la boda. 	<ul style="list-style-type: none"> Reservación del servicio mediante distintos canales de comunicación. Acompañamiento en la elección de servicios (opcional). Servicio postventa, para medir la calidad del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Prometidos Parejas que deseen renovar sus votos. Familias Público en General
	Recursos clave		Canales	

<ul style="list-style-type: none"> • Catering • Mozos • Audiovisuales • Licores 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de audio, video y sonido • Procesos de capacitación al personal 		<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales. • telefonía, • página web. 	
Estructura de costes		Fuentes de ingresos		
Mobiliario, equipos, personal, alquiler, servicios básicos.		Servicio de organización matrimonial		

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3.1. Estudio de Mercado

3.1.1. Análisis del Mercado

El mercado elegido son parejas, (mujeres y varones) entre 20 hasta 56 años a mas con NSE A, B y C residentes en la provincia de Tacna.

Tabla 2. Población por rango de edad

DEPARTAMENTO	Población	%	Segmentos de edad						
			00 - 05 años	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años	40 - 55 años	56 - + años
Lima	11,591.4	35.6	1,046.3	1,224.8	914.3	1,477.4	2,919.0	2,275.4	1,734.2
Piura	2,053.9	6.2	243.7	288.6	194.7	238.1	454.9	359.3	274.6
La libertad	1,965.6	6.0	218.9	256.8	175.8	247.3	444.2	347.1	275.5
Arequipa	1,525.9	4.7	147.5	166.8	122.8	193.6	377.0	295.7	222.5
Cajamarca	1,480.9	4.6	167.5	209.4	146.9	160.6	331.8	260.5	204.2
Junin	1,378.9	4.2	150.5	182.0	135.4	174.7	316.1	236.6	183.6
Cusco	1,336.0	4.1	136.7	170.0	137.6	166.1	306.5	242.7	176.4
Lambayeque	1,321.7	4.1	145.2	167.2	119.3	166.2	286.6	242.1	195.1
Puno	1,296.5	4.0	120.8	153.3	124.2	164.9	301.0	237.7	194.6
Ancash	1,193.4	3.7	125.2	154.0	109.2	135.1	262.7	221.6	185.6
Loreto	980.2	3.0	137.4	173.2	105.0	103.9	203.6	152.5	104.6
Ica	940.4	2.9	105.6	118.6	78.0	117.4	222.7	170.4	127.7
San martin	902.8	2.8	110.9	134.0	86.9	102.1	209.3	158.8	100.8
Huanuco	799.0	2.5	90.9	113.8	84.2	99.6	175.4	133.6	101.5
Ayacucho	680.8	2.1	72.7	92.2	73.0	84.8	150.9	115.0	92.2
Ucayali	552.0	1.7	76.5	89.1	53.5	64.6	125.3	88.5	54.5
Apurimac	447.7	1.4	47.8	62.3	46.2	51.3	97.3	78.3	64.5
Amazonas	419.3	1.3	52.6	64.1	43.8	45.2	91.7	71.1	50.8
Huancavelica	383.2	1.2	42.4	55.3	45.9	44.5	74.7	62.9	57.5
Tacna	364.7	1.1	32.2	39.9	30.4	46.2	94.5	74.3	47.2
Pasco	282.1	0.9	30.6	38.2	25.2	36.1	69.1	49.7	33.2
Tumbes	249.1	0.8	29.4	34.1	22.1	28.7	58.4	45.8	30.6
Moquegua	192.6	0.6	17.5	21.4	15.3	21.5	47.1	40.0	29.8
Madre de dios	157.4	0.5	19.7	22.5	13.0	19.2	43.4	26.8	12.8
TOTAL	32,495.5	100.0	3,368.5	4,031.6	2,902.7	3,989.1	7,663.2	5,986.4	4,554.0

FUENTE: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017

Fuente: CPI

Según la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI), la población de Tacna con edades entre 18 a 56 años es de 262,200 personas entre mujeres y varones.

Tabla 3. Número de hogares

DEPARTAMENTO PROVINCIA	Población	% Respecto al DPTO	Hogares
Tacna	364.7	100.0	108.9
Tacna	339.7	93.1	100.4
Jorge Basadre	12.0	3.3	3.3
Pandanus	6.6	1.8	2.7

Fuente: CPI

Además, según la fuente citada anteriormente, el total de hogares de la provincia de Tacna es de 100,400 distribuidos en los diez (10) distritos: Alto de la Alianza, Calana, Ciudad Nueva, Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Inclán, Pachía, Palca, Pocollay, Sama y Tacna.

Respecto a la distribución por Nivel Socio Económico de los hogares y la población según rangos de edad seleccionada, se observa el 10.10. % de hogares pertenece al NSE AB y 40.40% al NSE C, representando en total al 68.00% de hogares.

3.1.1.1. Resultados de las encuestas

La población de la investigación estará conformada por 262,200 personas con edades entre 18 a 56+ años de la provincia de Tacna.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{262200 \times (1.90)^2 \times 0.50 \times 0.50}{(0.10)^2 \times (262200 - 1) + (1.90)^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{236635.5}{2622.8925}$$

$$n = 90.2192903 \cong 90$$

La encuesta se realizó mediante un programa de encuestas online.

Pregunta 1: ¿A qué comunidad religiosa pertenece?

Tabla 4. Pregunta 1

Comunidad	Cantidad	Porcentaje
Católico	55	61%
Cristiana	25	28%
Otros	10	11%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

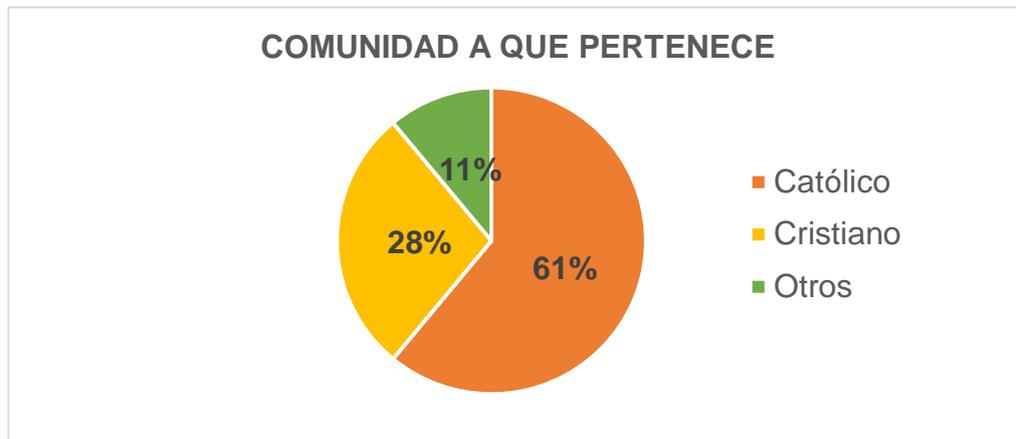


Figura 2. Pregunta 1
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

El gráfico muestra que el 61% de las personas encuestadas pertenecen a una religión católica. Este dato es muy importante, ya que el proyecto puede ejecutarse mejor porque la gente que pertenece a la religión cristiana u otros son personas que son más cerrados y varían mucho nuestras propuestas.

Pregunta 2: ¿De cuánto es su ingreso mensual?

Tabla 5. Pregunta 2

Sueldo	Cantidad	Porcentaje
S/930 a s/1200	21	23%
s/1200 a s/2400	37	41%
s/2400 a s/3000	23	26%
s/3000 a más	9	10%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

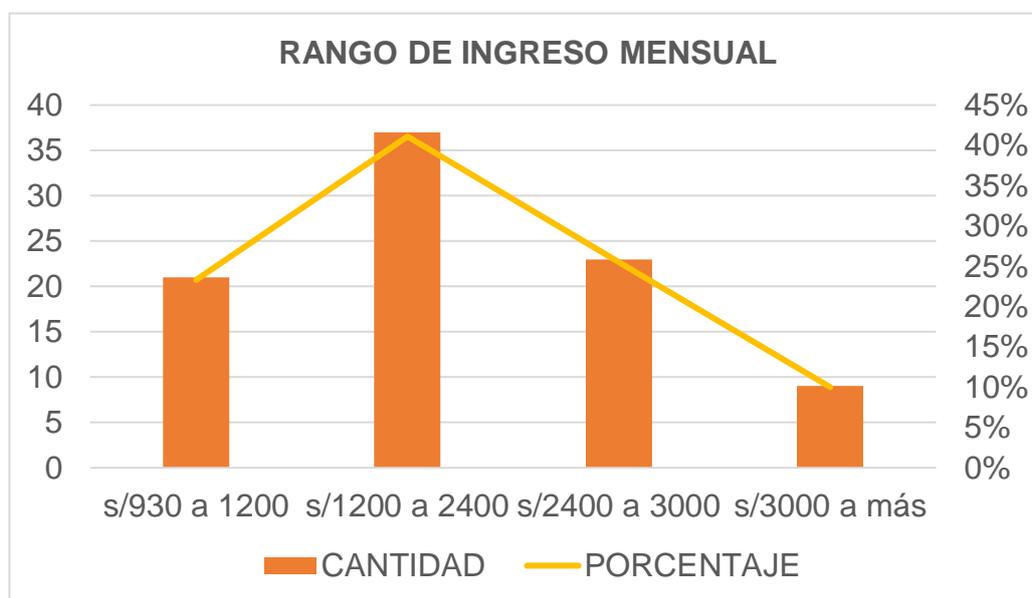


Figura 3. Pregunta 2
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

El gráfico muestra que el 41% de las personas encuestadas, cuentan con un ingreso mensual entre s/1200 a s/2400 nuevos soles. Mientras que solo el 10% cuenta con un ingreso mayor a s/3000 nuevos soles.

Pregunta 3: ¿Con cuántos invitados le gustaría contar el día de su boda?

Tabla 6. Pregunta 3

Personas	Cantidad	Porcentaje
300 a más	20	22%
250 a 300	37	41%
150 a 250	21	23%
Menos de 150	12	13%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 4. Pregunta 3
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

El gráfico muestra que el 41% de los encuestados indicaron que desean tener entre 250 a 300 invitados en su boda, a diferencia de los restantes 14% prefieren tener menos de 150 invitados.

Pregunta 4: ¿Qué tipo de servicio le gustaría para la recepción?

Tabla 7. Pregunta 4

Servicio	Cantidad	Porcentaje
Formal	34	38%
Bufet	42	47%
Informal	14	16%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

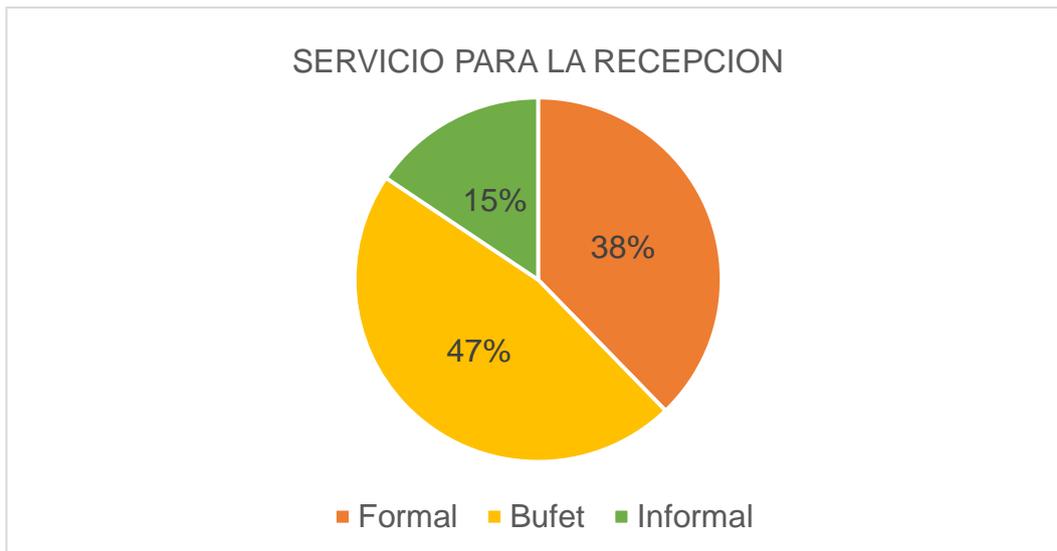


Figura 5. Pregunta 4
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

En el gráfico muestra que el 47% de las personas encuestadas se deciden por tener un bufet elegante en su recepción. Sin embargo, un 38% deciden por tener un servicio formal y un 15% informal.

Pregunta 5: ¿Qué tipo de menú le gustaría para su boda?

Tabla 8. Pregunta 5

Menú	Cantidad	Porcentaje
Internacional	31	34%
Nacional Gourmet	38	42%
Platillos Vegetarianos	12	13%
Otros	9	10%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

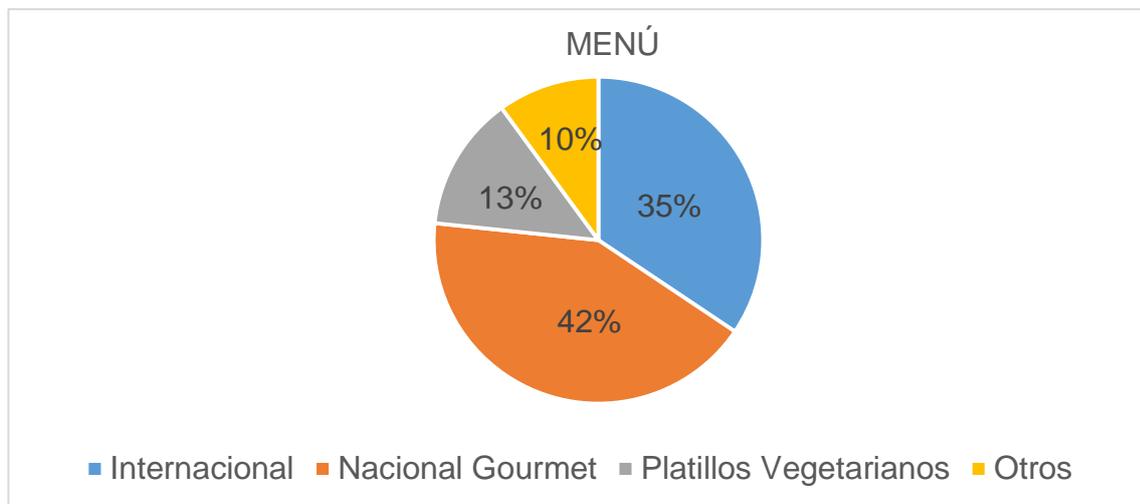


Figura 6. Pregunta 5
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

El 42% de las personas encuestadas manifestaron que prefieren un menú Nacional Gourmet para la planificación de su boda. Sin embargo, no con mucha diferencia tenemos un 35% de personas encuestadas que desean un menú Internacional y con muy pocos votos hay un 13% que desea platillos vegetarianos y un 10% en otro tipo de servicio de menú.

Pregunta 6: ¿Qué mes del año considera usted, una buena temporada para casarse?

Tabla 4. Pregunta 6

Mes preferido	Cantidad	Porcentaje
Enero	3	3%
Febrero	15	17%
Marzo	5	6%
Abril	1	1%
Mayo	2	2%
Junio	8	9%
Julio	9	10%
Agosto	11	12%
Setiembre	4	4%
Octubre	1	1%
Noviembre	3	3%
Diciembre	28	31%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

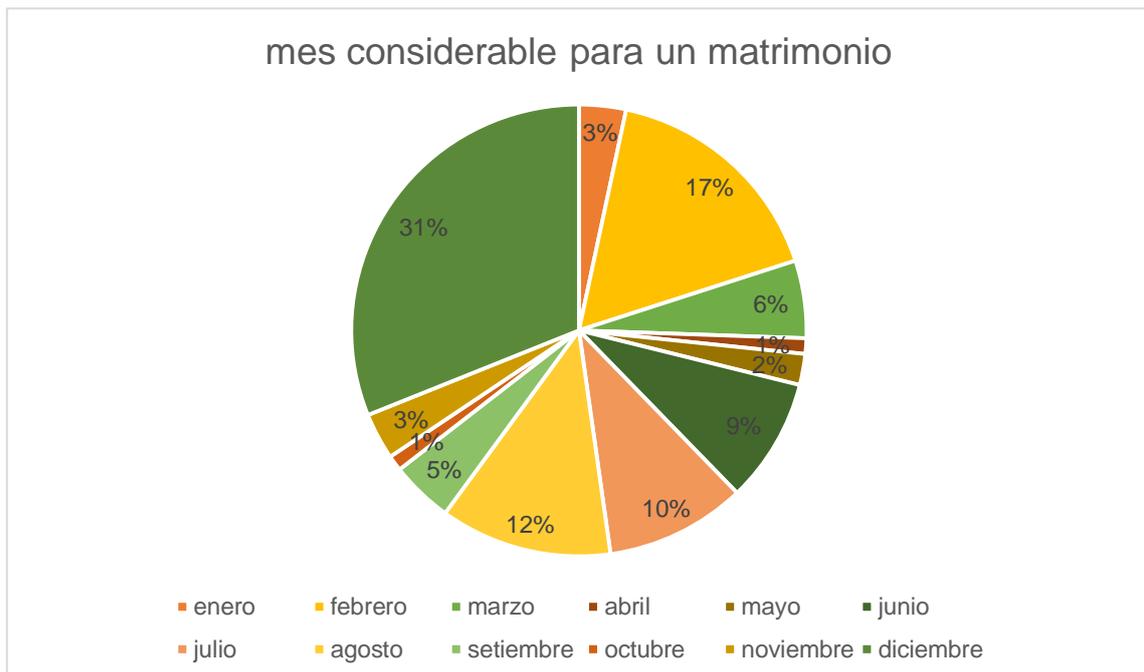


Figura 7. Pregunta 6

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Según el gráfico nos percatamos que de las 90 personas encuestadas el 31% optan al mes de diciembre considerable para la realización de su matrimonio, seguidamente de los meses de febrero, julio y agosto.

Pregunta 7: ¿En qué lugar le parece más considerable la realización de su boda?

Tabla 5. Pregunta 7

Recepción	Cantidad	Porcentaje
Hotel cinco estrellas	19	21%
Sala de recepción	32	36%
Hacienda	24	27%
Jardín de casa	12	13%
Otros	3	3%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

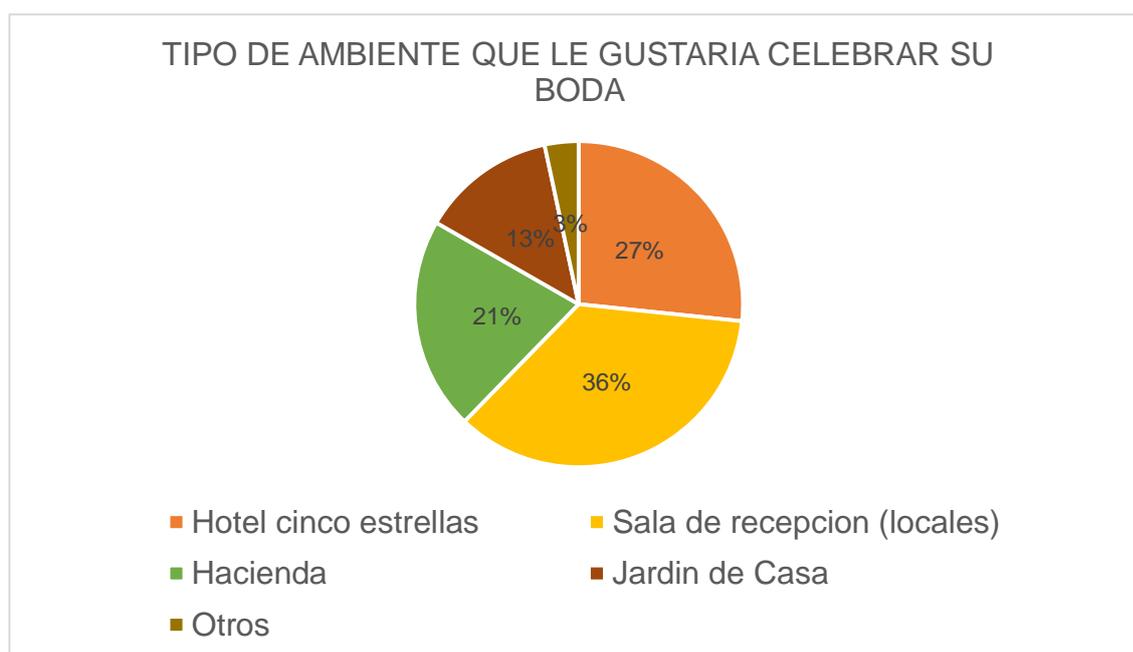


Figura 8. Pregunta 7
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

En cuanto al ambiente donde podrían celebrar su boda, observamos que el 36% se decide por los locales dentro de la ciudad, dejando en segunda opción la posibilidad de celebrar su boda en un hotel con un 27% de las personas encuestadas.

Pregunta 8: ¿Cuál sería el presupuesto que asignaría para la organización de su boda?

Tabla 6. Pregunta 8

Presupuesto	Cantidad	Porcentaje
S/. 15.000 a 25.000	42	47%
S/. 25.000 a 35.000	28	31%
S/. 35.000 a más	20	22%
TOTAL	90	100%

Fuente: Elaboración propia

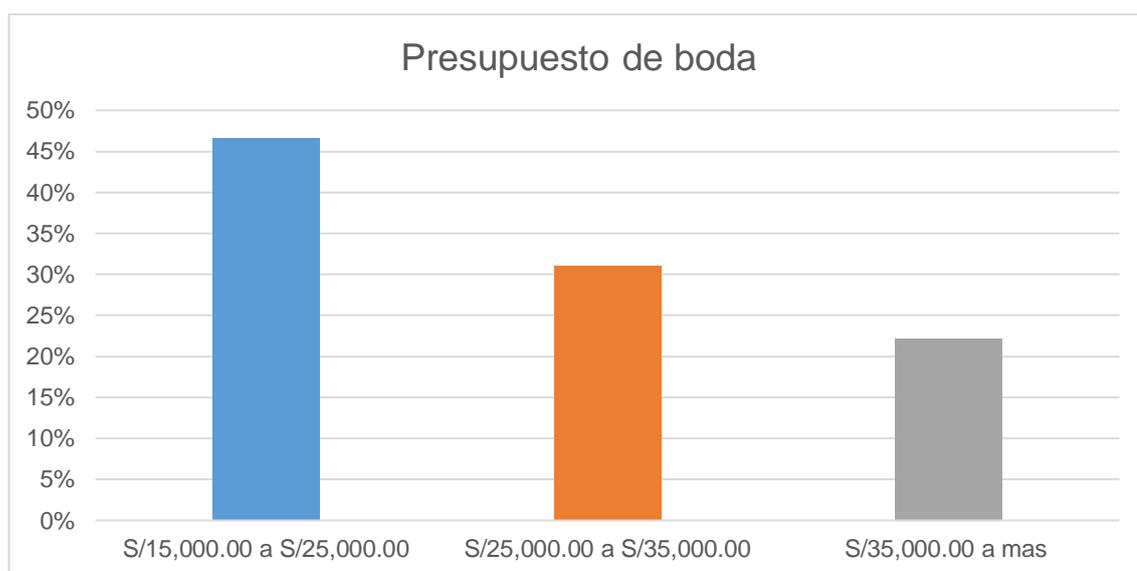


Figura 9. Pregunta 8
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Respecto a la capacidad de pago por concepto de una completa organización de boda, hubo un 47% de las personas encuestadas que podrían cancelar desde s/15,000.00 a s/25,000.00 nuevos soles. Sin embargo, el 31% indico

que podría pagar entre s/25,000.00 a s/35,000.00 nuevos soles quedando un restante de 22% de personas que superan su presupuesto y cancelarían de s/35,000.00 a más.

Pregunta 9: ¿Considera fundamental la contratación del servicio de Wedding Planner para la organización de una boda?

Tabla 7. Pregunta 9

Contrato del Servicio	Cantidad	Porcentaje
Sí	85	94%
No	5	6%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia

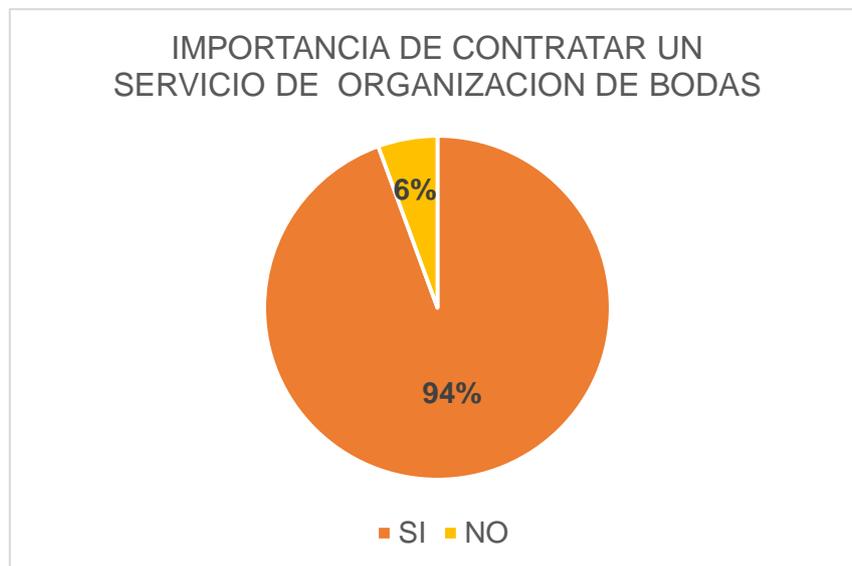


Figura 10. Pregunta 9
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Respecto a la necesidad de contratar un servicio de organización de bodas, el 94% de las personas encuestadas manifestaron que si lo consideran necesario. Este dato es importante, ya que el plan de negocio tendría la aceptación de más del 50%.

Pregunta 10: ¿Por qué contrataría a un Planificador de bodas? (elija una opción)

Tabla 13. Pregunta 10

Importancia de un Wedding Planner	Cantidad	Porcentaje
Porque son mucho más innovadores	22	24%
Por la cantidad de contactos	10	11%
Para no sufrir estrés	33	37%
Para poder disfrutar de mi fiesta	17	19%
Para que se encargue de la parte de contratos	8	9%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia

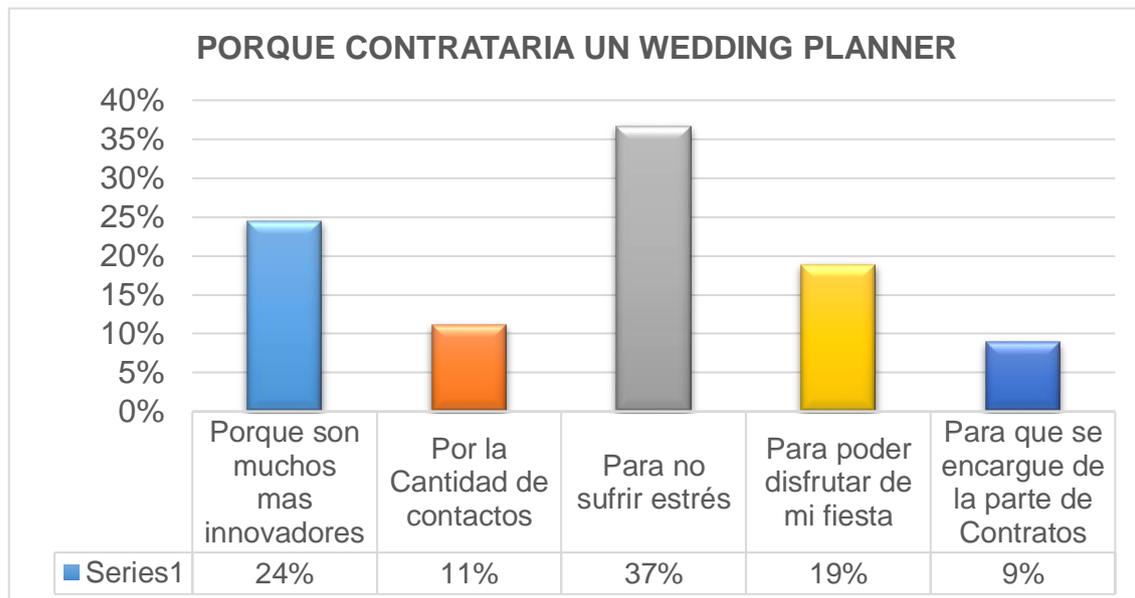


Figura 11. Pregunta 10
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Respecto a las 2 primeras principales razones por lo que las personas encuestadas desean contratar un wedding planner es para no sufrir estrés y porque

son muchos más innovadores. Sin embargo, hay un 9% del cual consideran que contratarían el servicio es solo para que se encarguen de la parte de contratos.

Pregunta 11: ¿Permitiría que la planificadora le ayude con, toda la planificación desde la compra del vestido de novia hasta la ejecución de la boda?

Tabla 14. Pregunta 11

Prestación del Servicio	Cantidad	Porcentaje
Sí	55	61%
Únicamente con la organización de la recepción	24	27%
Únicamente en el día de la boda	11	12%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia

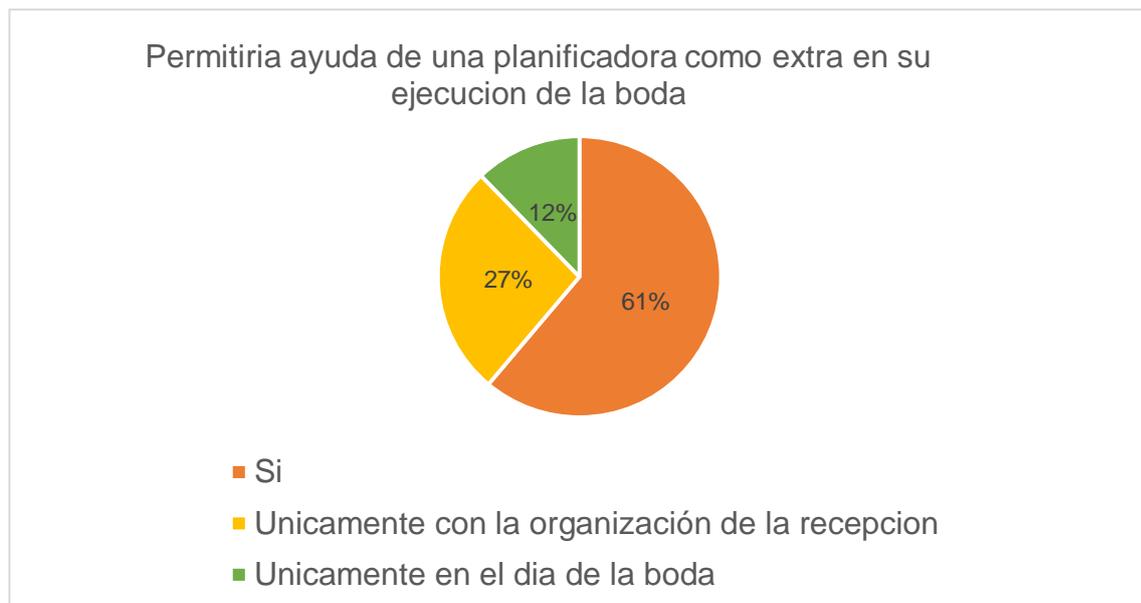


Figura 12. Pregunta 11
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Según el gráfico el 61% de las personas encuestadas optan por tener una compañía en todo momento de la ejecución de su boda, y otros con el 12% de que prefieren compañía o asesoría únicamente en el día de la boda.

Pregunta 12: ¿Qué factor tendría en cuenta al momento de contratar este tipo de servicio?

Tabla 15. Pregunta 12

Factor de contratar un servicio	Cantidad	Porcentaje
Precio	40	44%
Desempeño	23	26%
Respaldo	11	12%
Referencias	16	18%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia

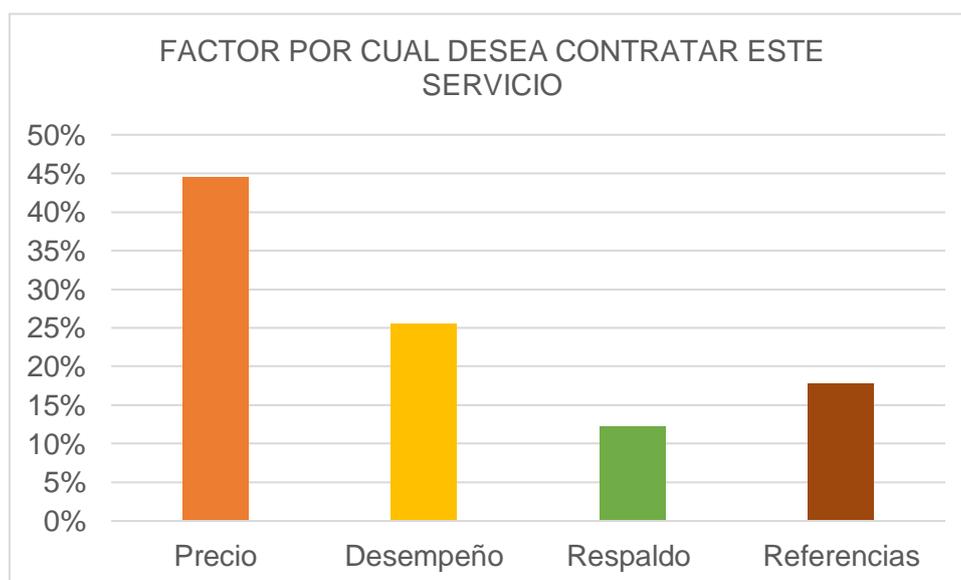


Figura 13. Pregunta 12
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 13: ¿Con que modalidad de pago estaría de acuerdo usted?

Tabla 16. Pregunta 13

Modalidad de pago	Cantidad	Porcentaje
50% inicio 50% un día antes de la boda	76	84%
100% en su totalidad	14	16%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia

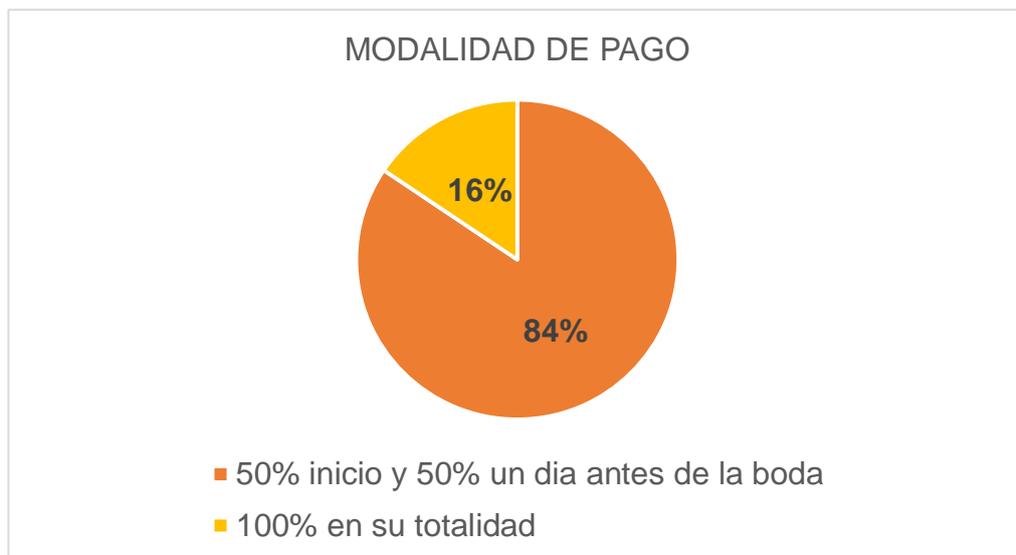


Figura 14. Pregunta 13
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Según el gráfico, hay un 84% de las personas encuestadas que se deciden por una modalidad de pago del 50% al inicio efectuado el contrato y un 50% un día

antes de la boda. También considerando que hay un 16 % de las personas encuestadas que deciden cancelarlo todo al 100%.

3.1.1.2. El Segmento del Mercado

El segmento del mercado al cual apunta el proyecto son a todas las personas que tienen la edad de 18 años hasta los 56 años o más, pertenecientes al nivel socioeconómico AB y C de la provincia de Tacna.

3.1.1.3. El Futuro del Mercado

- La tasa de crecimiento promedio a nivel nacional es de 1.3%.
- La tasa de crecimiento poblacional es de 2.1% en la región Tacna.
- La tasa de crecimiento del PBI es del 4%.
- La tasa de inflación promedio es de 1.90%.

3.1.2. Estrategia del Producto o Servicio

Según: (Cerrada Lastra, 2014)

Estrategia de extensión:

Nuestro servicio de plataforma web estará desarrollado para brindar el servicio de organización de matrimonios en forma integral. Son los proveedores los que formaran parte de la extensión de los productos con la variedad y diversidad de opciones que presentaran.

Tabla: 17

MATRIMONIO - PAQUE	SERVICIOS QUE INCLUYE	SERVICIOS QUE INCLUYE - EN GENERAL	DETALLES
PAQUETE INTEGRAL 	ALQUILER DEL LOCAL	Alquiler de salon basico - capacidad para 150 personas	Salon basico 10 horas - 150 personas - sillas y mesas decoradas con flores a escoger
	SERVICIO DE CATERING	Servicio Buffet comidas y bebidas : 150 personas	Buffet 150 personas, incluye una ronda de champagne para 1 brindis, incluye torta de 2 pisos personalizada, bebidas gaseosas, agua 1 variedad de cerveza nacional a elegir.
	SERVICIO DE MUSICA Y ANIMACION	Incluye: Servicio de musica, equipo de sonido y animacion	Servicio de musica por 10 horas, animador, hora loca y cotillon basico.
	DECORACION DEL LOCAL	Incluye: Servicio de alquiler de sillas, decoracion con flores del local, Panel con nombre de novios.	Servicio de alquiler de mesas y sillas - 150 personas, decoracion basica con flores a escoger y un panel personalizado con nombres de los novios
	SERVICIO DE FOTOGRAFIA	Incluye: 2 fotografos x 5 horas	Servicio de fotografia digital x 5 horas: 2 fotografos - para novios e invitados dentro y fuera de los ambientes del evento
	ACOMPAÑAMIENTO Y ASESORIA PERSONALIZADA	Un personal capacitado para acompañamiento desde el inicio hasta la ejecucion de la boda	Se brindara un asesoramiento profesional en todo momento que el cliente solicite nuestro apoyo en escoger, seleccionar y opinar. No es obligatorio*

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18

PAQUETE	SERVICIOS QUE INCLUYE	SERVICIOS QUE INCLUYE - EN GENERAL	DETALLES
PAQUETE PREMIUM 	ALQUILER DEL LOCAL	Alquiler de salon estandar con patio y toldo decorado: Capacidad 250 personas.	Salon estandar personalizado y decorado con flores blancas y color a elegir, sillas y mesas para 250 personas, por 12 horas y incluye patio con toldo decorado
	SERVICIO DE CATERING	Servicio buffet: comidas y bebidas para 250 personas	Buffet 150 personas, incluye una ronda de champagne para 1 brindis, incluye torta de 2 pisos personalizada, bebidas gaseosas, agua 1 variedad de cerveza nacional a elegir.
	SERVICIO DE MUSICA Y ANIMACION	Incluye: servicio de musica, equipo de sonido, animacion, musicos para la ceremonia por 10 horas	Servicio de musica por 10 horas, animador, anfitriona, hora loca, cotillon estandar para 250 personas y horas loca
	DECORACION DEL LOCAL	Incluye: servicio de alquiler de sillas 250 personas, decoracion con distintos juegos florales, panel con nombre de novios, banner de bienvenida con foto de los novios.	Servicio de alquiler de mesas y sillas decoradas a 2 colores según eleccion para 250 personas, decoracion personalizada con flores blancas y color a elegir, panel personalizado con nombre de los novios, banner de bienvenida con foto de los novios.
	SERVICIO DE FOTOGRAFIA Y VIDEOGRAFIA	Incluye 3 fotografos por 10 horas, 1 encargado de filmacion x 10 horas	Servicio de fotografia digital x 10 horas: 3 fotografos - para novios e invitados dentro y fuera de los ambientes del evento - servicio de filmacion x 10 horas.
	ACOMPANAMIENTO y ASESORIA PERSONALIZADA	Un personal capacitado para acompañamiento desde el inicio hasta la ejecucion de la boda	Se brindara un asesoramiento profesional en todo momento que el cliente solicite nuestro apoyo en escoger, seleccionar y opinar. No es obligatorio*

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

PAQUETE SILVER VIP	SERVICIOS QUE INCLUYE	SERVICIOS QUE INLCUYE - EN GENERAL	DETALLES
PAQUETE SILVER VIP 	ALQUILER DEL LOCAL	Alquiler de salon premiun: con patio y toldo decorado : capacidad 300 personas	Salon premium personalizado y decorado con 2 tipos de flores y colores a elegir, sillas y mesas para 300 personas, por 14 horas, incluye patio con toldo con decoracion premiun a elegir por los novios, con arco de flores de bienvenida.
	SERVICIO DE CATERING	Servicio buffet: comidas y bebidas para 300 personas	Buffett para 300 personas , 4 rondas de champane para brindar con botellas decoradas, set de licores para 300 persona: cervezas marca a eleccion, whisky etiqueta negra marca, champane importado, copas decoradas, incluye torta de 5 pisos personalizado con adornno a elegir por los novios, 4 variedades de bebidas gaseosas- agua, 3 variedades plato de fondo a eleccion, bocaditos, fuente de chocolate con estacion de frutas, manteleria 2 colores a elegir.
	SERVICIO DE MUSICA Y ANIMACION	Incluye: servicio de musica, equipo de sonido, animacion, musicos para la ceremonia por 12 horas	Servicio de musica por 12 horas, animador, anfitriona, hora loca, cotillon premiun para 300 personas, horas locas, dj encargado de animacion y orquesta
	DECORACION DEL LOCAL	Incluye: servicio de alquiler de sillas 300 personas, decoracion con distintos juegos florales, panel con nombre de novios, banner de bienvenida con foto de los novios.	Servicio de alquiler de mesas y sillas decoradas a 2 colores según eleccion - 300 personas, decoracion personalizada con flores blancas y color a elegir, panel personalizado con nombre de los novios, banner de bienvenida con foto de los novios
	SERVICIO DE FOTOGRAFIA Y VIDEOGRAFIA	Incluye 4 fotografos por 12 horas, 2 encargado de filmacion x 12 horas	Servicio de fotografia digital x 12 horas: 4 fotografos - para novios e invitados dentro y fuera de los ambientes del evento, servicio de filmacion x 12 horas y foto de recuerdo para invitados hasta 300 personas.
	ACOMPAÑAMIENTO y ASESORIA PERSONALIZADA	Un personal capacitado para acompañamiento desde el inicio hasta la ejecucion de la boda	Se brindara un asesoramiento profesional en todo momento que el cliente solicite nuestro apoyo en escoger, seleccionar y opinar. No es obligatorio*

Fuente: Elaboración propia

3.1.2.1. Innovación

Brindaremos un servicio innovador como el acompañamiento personalizado desde el primer día del contrato, los novios escogen su paquete matrimonial hasta la ejecución de la boda, haciendo uso de un programa de diseño para su representación gráfica.

3.1.2.2. Prototipo del producto



Figura 15. Prototipo
Fuente: Internet

3.1.2.3. Relación con el Cliente

Tendremos habilitadas líneas telefónicas, redes sociales y mensajería para que el cliente pueda contactarse con nosotros y también podrá calificar nuestro servicio haciendo comentarios a través de ellos.

3.1.3. Estrategia de Comunicación

Se contará con una página web y página de Facebook por el cual el cliente podrá obtener información sobre los tipos de paquetes que se ofrecen, además de una amplia lista de proveedores de alta calidad, seguridad y confianza.

3.1.4. Estrategia del Comercialización

El servicio será ofrecido a través de redes sociales e internet, además de contarse con un local físico para la atención de los clientes y firma de los contratos.

3.1.5. Estrategias de Ingresos

Recibiremos nuestros ingresos a través de porcentaje adicional que está incluido en cada paquete matrimonial.

Con respecto a los precios, My Dream Wedding ha definido tres paquetes:

El paquete integral —————> por 150 invitados —————> precio S/25,000

El paquete Premium —————> por 250 invitados —————> precio S/35,000

El paquete Silver Vip —————> por 300 invitados —————> precio S/45,000

En primer lugar, se calculó el precio en base a los costos de los productos adquiridos al proveedor, a eso se le agrego la utilidad del 15% a los paquetes ofrecidos por la empresa ha fijado obtener para el periodo 2021 a 2025.

Tabla 20

NOMBRE DEL PAQUETE	N° INVITADOS X PAQ	COMPRA
Paquete integral	Para 150 invitados	S/. 25,000.00
Paquete Premium	Para 250 invitados	S/. 35,000.00
Paquete Silver Vip	Para 300 invitados	S/. 45,000.00

Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar que la utilidad que se calculó en base al análisis de la estructura de costos y la información del sector que sirvió como referencia. Actualmente, las organizadoras de bodas independientes mantienen una ganancia promedio del 10% sobre el precio promedio de venta en el mercado (S/30,000), según una publicación del diario (GESTION, 2016).

En todos los casos, el cliente podrá personalizar sus paquetes a la medida de su economía, lo que hace que nuestros precios de venta no sean fijos y varíen en cada pedido. Sin embargo, esta variación será mínima porque los paquetes designados agrupan productos y servicios que el cliente normalmente adquiere.

A continuación, se detallará el contenido de cada paquete:

Tabla 21

PAQUETE	SERVICIOS QUE INCLUYE	SERVICIOS QUE INCLUYE - EN GENERAL	DETALLES	COSTO POR PERSONA	INVITADOS	COSTO TOTAL	GANANCIA 15%	PRECIO DE VENTA
PAQUETE INTEGRAL 	ALQUILER DEL LOCAL	Alquiler de salon basico - capacidad para 150 personas	Salon basico 10 horas - 150 personas - sillas y mesas decoradas con flores a escoger	40	150	\$/ 6,000.00	\$/ 900.00	\$/ 6,900.00
	SERVICIO DE CATERING	Servicio Buffet comidas y bebidas : 150 personas	Buffet 150 personas, incluye una ronda de champagne para 1 brindis, incluye torta de 2 pisos personalizada, bebidas gaseosas, agua 1 variedad de cerveza nacional a elegir.	30	150	\$/ 4,800.00	\$/ 675.00	\$/ 5,175.00
	SERVICIO DE MUSICA Y ANIMACION	Incluye: Servicio de musica, equipo de sonido y animacion	Servicio de musica por 10 horas, animador, hora loca y cotillon basico.	20	150	\$/ 3,000.00	\$/ 450.00	\$/ 3,450.00
	DECORACION DEL LOCAL	Incluye: Servicio de alquiler de sillas, decoracion con flores del local, Panel con nombre de novios.	Servicio de alquiler de mesas y sillas - 150 personas, decoracion basica con flores a escoger y un panel personalizado con nombres de los novios	12	150	\$/ 1,800.00	\$/ 270.00	\$/ 2,070.00
	SERVICIO DE FOTOGRAFIA	Incluye: 2 fotografos x 5 horas	Servicio de fotografia digital x 5 horas: 2 fotografos - para novios e invitados dentro y fuera de los ambientes del evento	10	150	\$/ 1,500.00	\$/ 225.00	\$/ 1,725.00
	ACOMPANIAMIENTO Y ASESORIA PERSONALIZADA	Un personal capacitado para acompañamiento desde el inicio hasta la ejecucion de la boda	Se brindara un asesoramiento profesional en todo momento que el cliente solicite nuestro apoyo en escoger, seleccionar y opinar. No es obligatorio	No incluye costo				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22

PAQUETE	SERVICIOS QUE INCLUYE	SERVICIOS QUE INCLUYE - EN GENERAL	DETALLES	COSTO POR PERSONA	INVITADOS	COSTO TOTAL	GANANCIA 15%	PRECIO DE VENTA
PAQUETE PREMIUM 	ALQUILER DEL LOCAL	Alquiler de salon estandar con patio y toldo decorado: Capacidad 250 personas.	Salon estandar personalizado y decorado con flores blancas y color a elegir, sillas y mesas para 250 personas, por 12 horas y incluye patio con toldo decorado	\$/ 40.00	250	\$/ 10,000.00	\$/ 1,500.00	\$/ 11,500.00
	SERVICIO DE CATERING	Servicio buffet: comidas y bebidas para 250 personas	Buffet 250 personas, incluye una ronda de champagne para 1 brindis, incluye torta de 2 pisos personalizada, bebidas gaseosas, agua 1 variedad de cerveza nacional a elegir.	\$/ 30.00	250	\$/ 7,500.00	\$/ 1,125.00	\$/ 8,625.00
	SERVICIO DE MUSICA Y ANIMACION	Incluye: servicio de musica, equipo de sonido, animacion, musicos para la ceremonia por 10 horas	Servicio de musica por 10 horas, animador, anfitriona, hora loca, cotillon estandar para 250 personas y horas loca	\$/ 22.00	250	\$/ 5,500.00	\$/ 825.00	\$/ 6,325.00
	DECORACION DEL LOCAL	Incluye: servicio de alquiler de sillas 250 personas, decoracion con distintos juegos florales, panel con nombre de novios, banner de bienvenida con foto de los novios.	Servicio de alquiler de mesas y sillas decoradas a 2 colores según elección para 250 personas, decoracion personalizada con flores blancas y color a elegir, panel personalizado con nombre de los novios, banner de bienvenida con foto de los novios.	\$/ 12.00	250	\$/ 3,000.00	\$/ 450.00	\$/ 3,450.00
	SERVICIO DE FOTOGRAFIA Y VIDEOGRA	Incluye 3 fotografos por 10 horas, 1 encargado de filmacion x 10 horas	Servicio de fotografia digital x 10 horas: 3 fotografos - para novios e invitados dentro y fuera de los ambientes del evento - servicio de filmacion x 10 horas.	\$/ 10.00	250	\$/ 2,500.00	\$/ 375.00	\$/ 2,875.00
	ACOMPANIAMIENTO Y ASESORIA PERSONALIZADA	Un personal capacitado para acompañamiento desde el inicio hasta la ejecucion de la boda	Se brindara un asesoramiento profesional en todo momento que el cliente solicite nuestro apoyo en escoger, seleccionar y opinar. No es obligatorio	No incluye costo				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

PAQUETE	SERVICIOS QUE INCLUYE	SERVICIOS QUE INCLUYE - EN GENERAL	DETALLES	COSTO POR PERSONA	INVITADOS	COSTO TOTAL	GANANCIA 15%	PRECIO DE VENTA	
PAQUETE SILVER VIP 	ALQUILER DEL LOCAL	Alquiler de salon premium: con patio y toldo decorado: capacidad 300 personas	Salon premium personalizado y decorado con 2 tipos de flores y colores a elegir, sillas y mesas para 300 personas, por 14 horas, incluye patio con toldo con decoracion premium a elegir por los novios, con arco de flores de bienvenida.	\$/ 45.00	300	\$/ 13,500.00	\$/ 2,025.00	\$/ 15,525.00	
	SERVICIO DE CATERING	Servicio buffet: comidas y bebidas para 300 personas	buffet para 300 personas, 4 rondas de champagne para brindar con botellas decoradas, set de licores para 300 personas: cervezas marca a eleccion, whisky etiqueta negra marca, champagne importado, copas decoradas, incluye torta de 5 pisos personalizado con adorno a elegir por los novios.	\$/ 35.00	300	\$/ 10,500.00	\$/ 1,575.00	\$/ 12,075.00	
	SERVICIO DE MUSICA Y ANIMACION	Incluye: servicio de musica, equipo de sonido, animacion, musicos para la ceremonia por 12 horas	Servicio de musica por 12 horas, animador, anfitriona, hora loca, cotillon premium para 300 personas, horas locas, dj encargado de animacion y orquesta	\$/ 22.00	300	\$/ 6,600.00	\$/ 990.00	\$/ 7,590.00	
	DECORACION DEL LOCAL	Incluye: servicio de alquiler de sillas 300 personas, decoracion con distintos juegos florales, panel con nombre de novios, banner de bienvenida con foto de los novios.	Servicio de alquiler de mesas y sillas decoradas a 2 colores según elección - 300 personas, decoracion personalizada con flores blancas y color a elegir, panel personalizado con nombre de los novios, banner de bienvenida con foto de los novios.	\$/ 15.00	300	\$/ 4,500.00	\$/ 675.00	\$/ 5,175.00	
	SERVICIO DE FOTOGRAFIA Y VIDEOGRAFIA	Incluye 4 fotografos por 12 horas, 2 encargado de filmacion x 12 horas	Servicio de fotografia digital x 12 horas: 4 fotografos - para novios e invitados dentro y fuera de los ambientes del evento, servicio de filmacion x 12 horas y foto de recuerdo para invitados hasta 300 personas.	\$/ 10.00	300	\$/ 3,000.00	\$/ 450.00	\$/ 3,450.00	
	ACOMPANIAMIENTO Y ASESORIA PERSONALIZADA	Un personal capacitado para acompañamiento desde el inicio hasta la ejecucion de la boda	Se brindara un asesoramiento profesional en todo momento que el cliente solicite nuestro apoyo en escoger, seleccionar y opinar. No es obligatorio	No incluye costo					
						127	\$/ 38,000.00	\$/ 5,715.00	\$/ 43,815.00

Fuente: Elaboración Propia

En todos los casos, ofrecemos calidad, puntualidad y servicio.

3.2. Estudio Técnico

3.2.1. Especificaciones Técnicas

- Nombre: My Dream Wedding – Organización de eventos matrimoniales
- Descripción del Servicio: Servicio de organizaciones de eventos matrimoniales en la provincia de Tacna.
- En que consiste el servicio:
 - El cliente se comunica a través de los canales u redes sociales
 - Concreta una cita en oficina.
 - Se le brinda las propuestas según sus necesidades.
 - Se realiza la firma del contrato.
 - Se ejecuta el evento planeado
- Ventajas:
 - Variedad de proveedores que generan confianza y seguridad.
 - Acompañamiento personalizado a los novios

3.2.1.1. Paquetes Del Servicio

Servicio a elección de acuerdo a presupuesto para bodas: Dentro de algunos de los principales proveedores para espacios físicos tenemos:

- Quinta Flores
- Palacio Dorado Eventos
- Celestino
- Le Blanc Centro de Convenciones
- Salón de Eventos Tacna
- Jardines del Sol
- Touricamp
- Los Tulipanes
- La Gran Reserva
- Las Albricias
- Cautiva



Figura 16. Salón de evento
Fuente: Internet



Figura 17: Salón de evento
Fuente: Internet

- SERVICIO: PAQUETE INTEGRAL

PROVEEDORES DE CATERING: DORITA CATERING

El catering para el matrimonio es fundamental. Se escogerá tomando en cuenta un excelente sabor y una gran presentación en cada plato. Por eso Dorita Catering y Eventos se ofrece para dar este servicio. Una empresa familiar con más de 18 años de experiencia que podrá brindarles desde comida criolla o si lo prefieren hasta

Platos internacionales.



Figura 18. Catering Dorita
Fuente: Internet

- **N° de invitados:** 150 personas

Servicios:

Dorita Catering se encargará de todos los servicios culinarios para que sus invitados queden maravillados. Siempre a gusto y ajustado al presupuesto que dispongan. A continuación, les detallamos los servicios más demandados.

- Tortas
- Bocaditos
- Buffet
- Menaje
- Material
- Servicio de personal
- Servicio de bebidas

- **Detalles del servicio:**

- **La comida:** La empresa Dorita se instala con sus implementos de cocina y todos los insumos necesarios.

-**La torta de matrimonio:** Podemos prepararla o los novios pueden llevar su propia torta. Este servicio se le descontara del paquete integral. La empresa se hara cargo del material para montar la mesa dela torta.

-**El servicio de bebidas:** Incluye una ronda de champagne, entre otras bebidas para cada mesa. O también los novios pueden llevar sus tragos.

-**Límite de hora de eventos:** 10 horas, pero si los novios desean más horas de atención, normal se le atenderá.

- SERVICIO: PAQUETE PREMIUM

PROVEEDORES DE RECEPCION: LOS TULIPANES

Los Tulipanes es un salón de eventos sociales de alta calidad que abrirá sus puertas con la intención de que tengan las mejores alternativas para que uno de sus días más especiales, como será su celebración de boda, cuente con todo lo que siempre imaginaron y sus expectativas queden totalmente cubiertas.



Figura 19. Salón de evento
Fuente: Internet

- **N° de invitados:** 250 personas

Servicios:

También en Los Tulipanes encontrarán a un equipo de profesionales que se ocupará de hacer que todo salga según lo planeado. Los servicios que ofrece son:

- Mobiliario
- Decoración
- Montaje

- **CATERING:**

DDaniel Catering sobre todo se encarga de la gastronomía del evento, Los chefs profesionales elaboran todo tipo de delicatessen para el matrimonio, algunos de sus servicios son los siguientes:

- Buffet
- Bocaditos
- Torta personalizada
- Cena formal
- Mesa temática



Figura: 20
Fuente: Internet

-El servicio de bebidas: Incluye 2 ronda de champagne, entre otras bebidas para cada mesa. O también los novios pueden llevar sus tragos.

-Límite de hora de evento: 12 horas, pero si los novios desean más horas de atención, normal se le atenderá.

- SERVICIO: PAQUETE SILVER VIP

PROVEEDORES DE RECEPCION: QUINTA FLORES

Quinta Flores es un lugar majestuoso pensado para que los novios puedan tener el matrimonio de sus sueños. La compañía sabe que los enamorados desean tener un festejo a perfecto, por ello, buscan deleitar en cada detalle a los novios. El salón se encuentra en Tacna, de fácil acceso para todos sus invitados, asegurando que nadie podrá llegar tarde a esta gran cita, al revés todo estarán antes esperando a la feliz pareja.



Figura: 21

Fuente: Internet

- **N° de invitados:** 300 a más personas.

Servicios:

Quinta Flores ofrece a los novios los siguientes servicios para su matrimonio:

- Recepción
- Ceremonia
- Música
- Decoración

- **CATERING:**

En The Cook Catering se esfuerzan porque sus platos estén a la altura de su celebración, por eso les ofrecen una alta calidad de servicios para que ustedes y sus invitados puedan disfrutar de sus platos sin ningún tipo de problemas. Respecto a su personal este les brindará la mejor de sus atenciones para que ustedes sólo tengan

tiempo de disfrutar de los exquisitos manjares que les irán sirviendo. Los platos de The Cook Catering se distinguen del resto de banquetes matrimoniales por su estilo innovador y moderno que queda perfectamente plasmado en la presentación de sus diversos platos.

- Buffet
- Bocaditos
- Torta personalizada
- Cena formal
- Mesa temática

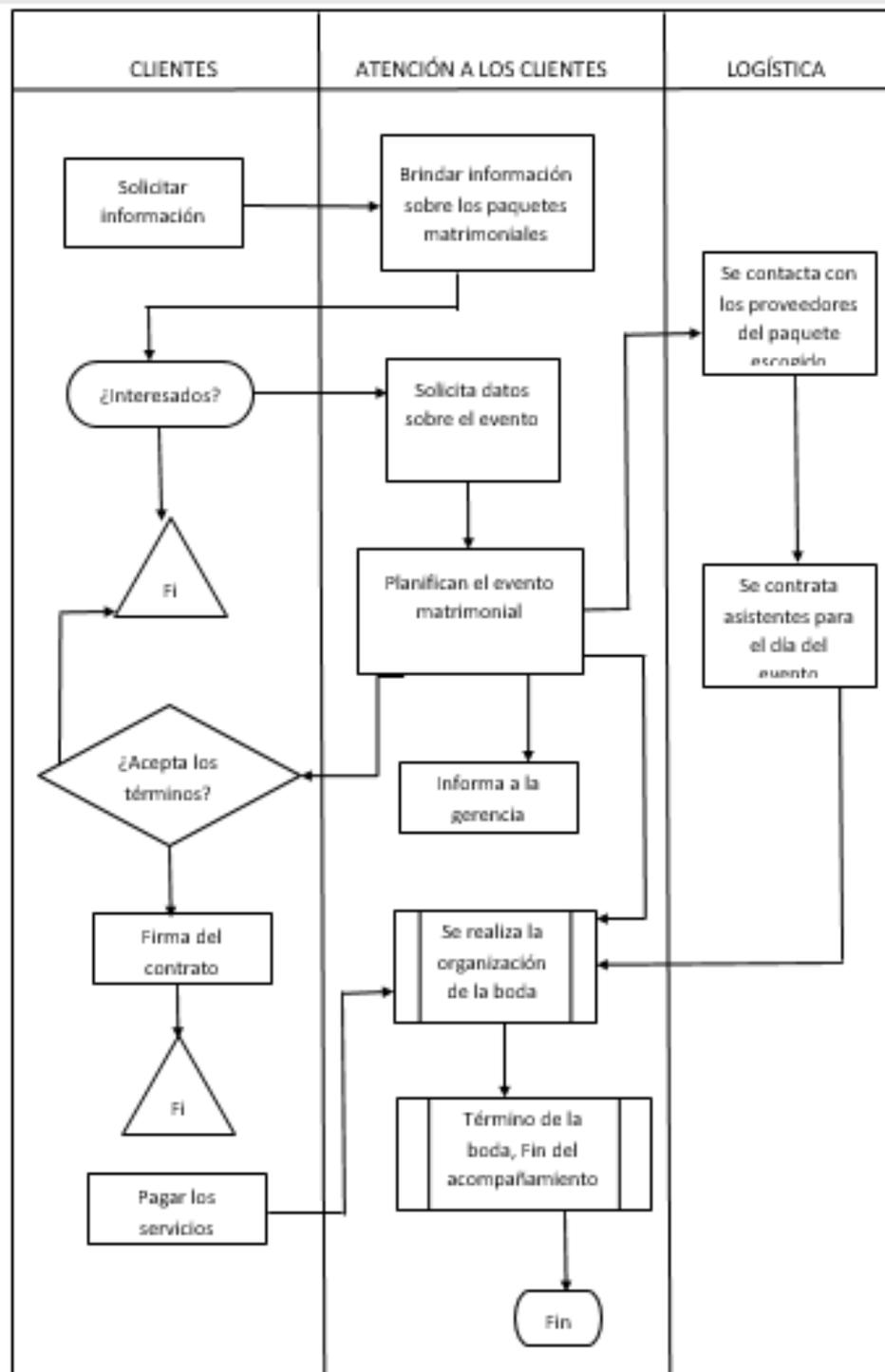


Figura: 22
Fuente: Internet

-El servicio de bebidas: Incluye 4 ronda de champagne, entre otras bebidas para cada mesa. O también los novios pueden llevar sus tragos.

-Límite de hora de evento: 12 horas, pero si los novios desean más horas de atención, normal se le atenderá.

3.2.2. Flujo del Proceso



3.2.2.1. Lista de Proveedores:

Recepciones Tacna

- Casas De Eventos Tacna
- Hotel Matrimonio Tacna
- Restaurantes Para Eventos Tacna
- Salón De Recepciones Tacna
- Catering Para Matrimonios Tacna
- Locales Eventos Tacna

Proveedores Tacna

- Partes Matrimonios Tacna
- Recuerdos De Matrimonios Tacna
- Recuerdos De Matrimonios Tacna
- Fotógrafos Bodas Tacna
- Videos De Boda Tacna
- Música Matrimonios Tacna
- Carros Para Bodas Tacna
- Alquiler Muebles Boda Tacna
- Animaciones De Eventos Tacna
- Arreglo Floral Tacna
- Decoración De Matrimonios Tacna
- Casa De Novias Tacna

3.2.2.2. Producción del Bien o Servicio

A) Contacto con el cliente:

En esta etapa del proceso se realiza el contacto con los potenciales clientes, se les brinda la información que soliciten y se establece los términos del contrato.

B) Firma del contrato:

El cliente acude a las instalaciones físicas de la empresa para realizar la firma del contrato correspondiente a las características del servicio solicitado.

C) Contacto con los proveedores:

Se acude a los proveedores elegidos para cerrar contrato de sus servicios, para la realización del paquete matrimonial.

D) Contacto con asistentes:

Se realiza el contacto con los asistentes para la ejecución de la boda durante el día del evento.

E) organización de la boda:

Durante la noche del día anterior y el mismo día del evento un asistente encargado acudirá al local, para supervisar cada servicio contratado por la wedding planner.

F) Acompañamiento Final:

El acompañamiento se da al inicio hasta el final, una representante wedding planner acompaña a los novios hasta el término de la boda

3.2.3. Localización del Proyecto

3.2.3.1. Macro localización:

El proyecto será desarrollado en la provincia de Tacna

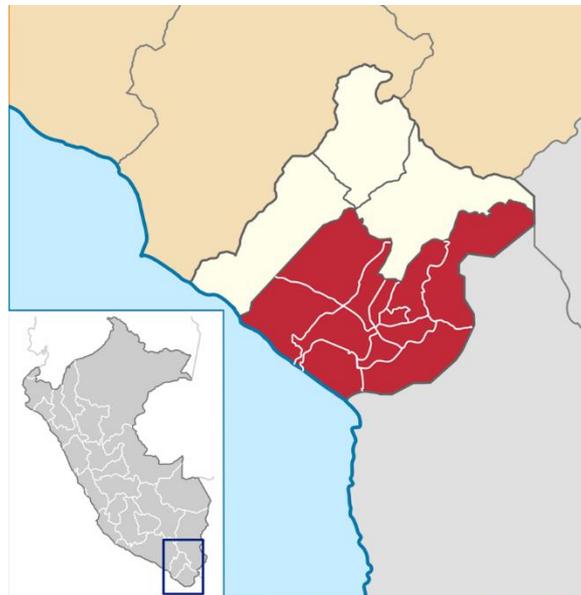


Figura 20. Macro localización
Fuente: Internet

3.2.3.2. Micro localización:

La oficina física de la empresa estará ubicada en Centro Comercial galerías San Andrés del distrito de Tacna. - Av. 2 de Mayo s/n



Figura 21. Micro localización
Fuente: Internet

3.2.4. Capacidad Instalada Estimada

Considerando la lista de proveedores y la capacidad de sus servicios que se procederá a adquirir, se estima la atención de 2 eventos por mes, las bodas se realizan los días viernes, sábados y domingos.

3.2.5. Infraestructura

3.2.5.1. Área de atención al cliente

Oficina de 4 x 6 m

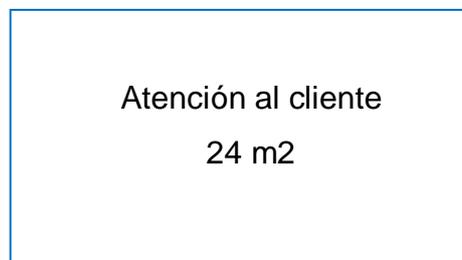


Figura 22. Distribución de la planta
Fuente: Elaboración propia

3.2.7. Equipamiento

3.2.7.1. Equipamiento Área de Atención al cliente

Tabla 17. Equipamiento área de atención al cliente

Detalle	Cantidad
Escritorio	3
Silla ejecutiva	3
Muebles	1
Impresora	1
Archivador	3
Útiles de oficina	varios
Laptop	3

Fuente: Elaboración propia

3.3. Estudio Organizacional

3.3.1. Estructura Organizacional de la empresa

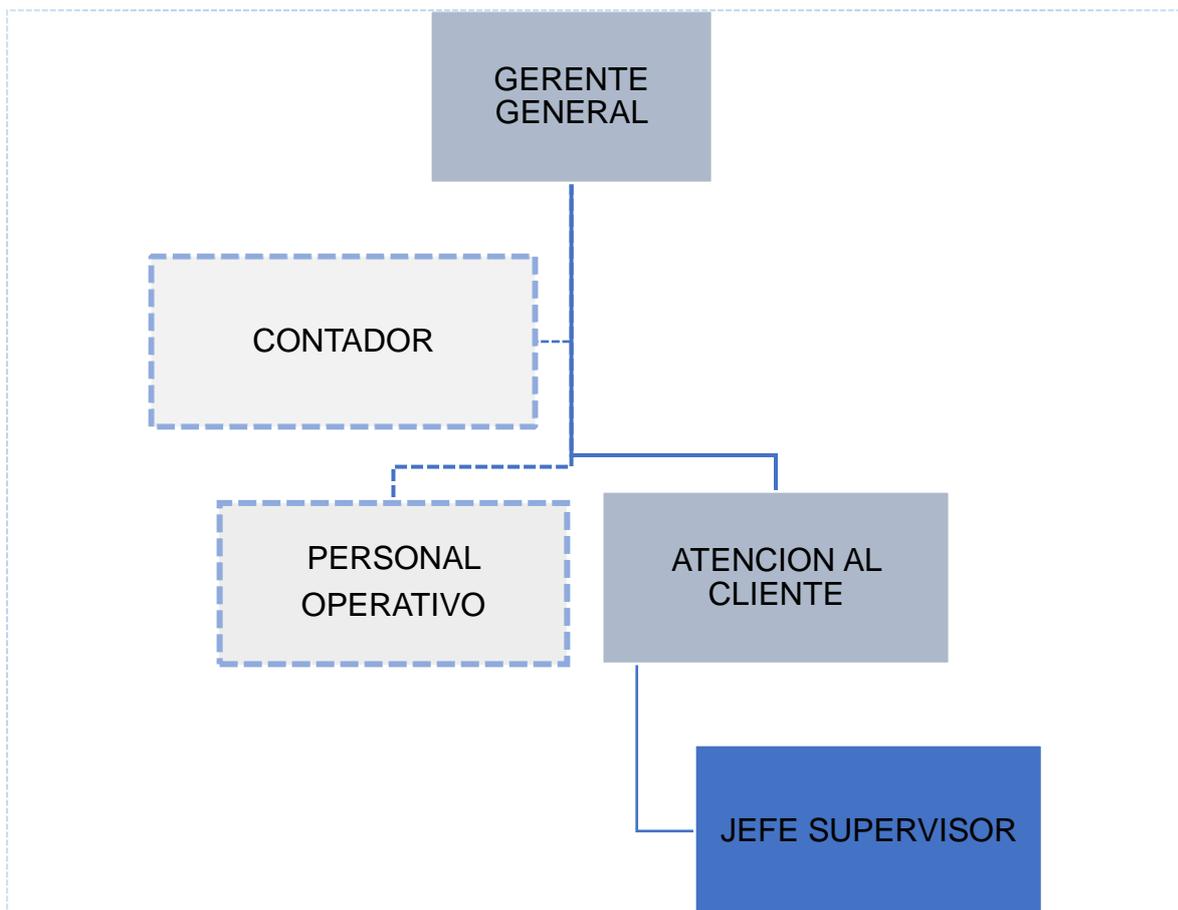


Figura 23. Estructura organizacional
Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Descripción de los puestos

3.3.2.1. Gerente general

- Descripción del puesto
 - Profesional de las carreras de administración, contabilidad, marketing u otro afín.
- Funciones
 - Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
 - Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
 - Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
 - Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
 - Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
 - Firmar contrato con los clientes.

3.3.2.2. Atención al cliente

- Descripción del puesto
 - Técnico en administración.
- Funciones
 - Atención de los canales de comunicación.
 - Gestión de medios digitales.
 - Brindar información sobre los paquetes de la empresa.

3.3.2.3. Jefe Supervisor

- Descripción del puesto
 - o Técnico en administración.
- Funciones
 - o Dar seguimiento a los trabajadores operativos, organizativos y administrativos de la empresa.
 - o Alinear las diversas tareas para lograr el objetivo de la organización.
 - o Tiene la responsabilidad de mejorar constantemente a su personal.

3.3.2.4. Trabajadores Externos

3.3.2.4.1. Contador

- Descripción del puesto.
 - o Título profesional o técnico en contabilidad
- Funciones
 - o Mantener actualizada la contabilidad de la entidad
 - o Elaborar y presentar los estados financieros con sus correspondientes notas y con la periodicidad acordada en el contrato
 - o Certificar los estados financieros
 - o Elaborar los informes requeridos por la administración o los responsables de la entidad.
 - o Preparar las diferentes declaraciones tributarias requeridas por los entes de fiscalización nacional y territorial.
 - o Expedir certificaciones que se fundamenten en los registros contables.

3.3.2.4.2. Personal Operativo

- Descripción del puesto:

- Técnico en curso de manualidades, trabajos de decoración ambientación o a fines.

- Funciones:

- Ejecutar la decoración de la temática elegida
- Control de stock de materiales de papelería y otros.
- Verificación de estado del retorno de menaje alquilado

3.3.3. Requerimiento e inversión de personal

Tabla 18. Requerimiento de personal contratado

Área	Cargo	Número De Funcionarios	Modalidad De Contratación
Gerencia General	Gerente General	1	Tiempo completo Planilla
Atención al cliente	Administrador	1	Tiempo completo Planilla
Jefe Supervisor	Técnico Administración	1	Tiempo parcial Planilla

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Requerimiento de personal externo

Área	Cargo	Número De Funcionarios	Modalidad De Contratación
Operarios	Personal de apoyo	15	Por horas RR.HH.
	Contador Externo	1	Por horas RR.HH.

Fuente: Elaboración propia

3.4. Estudio Legal

3.4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

Persona Jurídica: Sociedad comercial de responsabilidad limitada, debido a que posee los siguientes beneficios:

- Modalidad apropiada para la pequeña y mediana empresa.
- La responsabilidad de los socios por las sociales está limitada a las aportaciones de capital.
- Libertad de la denominación social.
- Pueden emitir boleta y factura.

3.4.2. Selección del Régimen Tributario

Régimen MYPE tributario. Posee los siguientes beneficios:

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet.
- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- Gozan de facilidades del estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del estado.

3.4.3. Selección de Régimen laboral

El régimen laboral al que se acogerá la empresa es el de micro empresa ya que no excede las 150 UIT de las ventas anuales, teniendo como responsabilidad dar los siguientes beneficios a nuestros trabajadores.

Beneficios laborales para los trabajadores:

- Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
- Descanso semanal y en días feriados.
- Remuneración por trabajo en sobre tiempo
- Descanso vacacional 15 días calendarios
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).

3.4.4. Otros Trámites

A) Constitución de la empresa:

- Búsqueda y reserva de nombre
- Elaboración del acto constitutivo (Minuta)
- Abono de capital y bienes
- Elaboración de escritura pública
- Inscripción en registros públicos
- Inscripción al RUC para persona jurídica.

B) Licencia de funcionamiento:

La licencia de funcionamiento es un requisito fundamental para que la Municipalidad Provincial de Tacna nos otorgue la autorización para el desarrollo de nuestras actividades.

El plazo máximo que tiene la municipalidad para otorgar una licencia de funcionamiento, es de 15 días hábiles contados a partir de la presentación de la solicitud.

3.5. Estudio Financiero

3.5.1. Inversión Inicial

Se requiere la inversión inicial de S/16,635.00 soles para la adquisición de activos tangibles e intangibles, trámites legales, capital de trabajo e imprevistos que puedan surgir durante el inicio de actividades.

Tabla 20. Inversión inicial

N°	AREA	NS/.
	Inversion en Activos	S/ 4,825
1	1.1 Inversion en el Area de Atención	S/ 3,725
	1.4 Inversión en intangibles	S/ 1,100
2	Tramites Legales	S/ 1,298
3	Capital de Trabajo	S/ 188,516
4	Imprevistos (10%)	S/ 19,463.81
Total		S/ 214,102

Fuente: Elaboración propia

3.5.2. Valor de Venta

Se toma como referencia el valor del mercado para establecer los precios de ventas y así brindar un precio cómodo para los clientes.

Tabla 21. Valor de venta

Productos	Valor de Venta
Integral	S/ 25,000.00
Premium	S/ 35,000.00
Silver Vip	S/ 45,000.00

Fuente: Elaboración propia

3.5.3. Ingresos Proyectados en Unidades

En la siguiente tabla se considera los paquetes ofrecidos por la empresa, con la cantidad de ventas anuales, según las encuestas realizadas y la demanda del mercado estudiado en la ciudad de Tacna

Tabla 22. Ingresos proyectados en unidades

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
INTEGRAL	9	9	10	12	14
PREMIUM	7	6	7	11	8
SILVER VIP	4	10	13	14	23
Total	20	25	30	37	45

Fuente: Elaboración propia

3.5.4. Ingresos Proyectados en Soles

La información brindada, es de los ingresos en efectivo proyectados, producto de sus ventas desde el año uno hasta el año cinco, sin incluir el IGV para luego ser enviado al flujo de efectivo.

Tabla 23. Ingresos proyectados en soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
INTEGRAL	S/ 225,000	S/225,000	S/ 250,000	S/ 300,000	S/ 350,000
PREMIUM	S/ 245,000	S/210,000	S/ 245,000	S/ 385,000	S/ 280,000
SILVER VIP	S/ 180,000	S/450,000	S/ 585,000	S/ 630,000	S/ 1,035,000
Total	S/ 650,000	S/885,000	S/ 1,080,000	S/1,315,000	S/ 1,665,000

Fuente: Elaboración propia

3.5.5. Costos Proyectados por Unidad

En la siguiente tabla se observa los precios de cada paquete que la empresa ofrece siendo tales como Integral, Premium, Y Silver Vip cada paquete contiene lista de proveedores y sus precios que nos ofrece el mercado como venta cómoda que permiten la realización del producto,

Tabla 24. Costo unitario del paquete Integral

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Alquiler del local	150	S/40.00	S/6,000.00
1	Servicio de catering	150	S/30.00	S/4,500.00
1	Servicio de musica y animación	150	S/20.00	S/3,000.00
1	Decoración del local	150	S/12.00	S/1,800.00
2	Servicio de fotografía	150	S/10.00	S/1,500.00
2	personal para ese día	15	S/100.00	S/1,500.00
TOTAL				S/18,300.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Costo unitario del paquete Premium

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1.1	Alquiler del local	250	S/40.00	S/10,000.00
1.2	Servicio de catering	250	S/30.00	S/7,500.00
1.3	Servicio de musica y animación	250	S/22.00	S/5,500.00
1.4	Decoración del local	250	S/12.00	S/3,000.00
1.5	Servicio de fotografía	250	S/10.00	S/2,500.00
1.7	personal para ese día	15	S/100.00	S/1,500.00
TOTAL				S/30,000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Costo unitario del paquete Silver Vip

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1.1	Alquiler del local	300	S/45.00	S/13,500.00
1.2	Servicio de catering	300	S/35.00	S/10,500.00
1.3	Servicio de musica y animación	300	S/22.00	S/6,600.00
1.4	Decoración del local	300	S/15.00	S/4,500.00
1.5	Servicio de fotografía	300	S/10.00	S/3,000.00
1.7	personal para ese día	15	S/100.00	S/1,500.00
TOTAL				S/39,600.00

Fuente: Elaboración propia

3.5.6. Costos Proyectados en Soles

Los costos proyectados en soles se calculan como el producto del costo unitario de cada tipo de servicio multiplicado por su similar de ingreso en unidades.

Tabla 28. Costo proyectado en soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
INTEGRAL	S/ 164,700	S/ 164,700	S/ 183,000	S/ 219,600	S/ 256,200
PREMIUM	S/ 210,000	S/ 180,000	S/ 210,000	S/ 330,000	S/ 240,000
SILVER VIP	S/ 158,400	S/ 396,000	S/ 514,800	S/ 554,400	S/ 910,800
Total	S/ 533,100	S/ 740,700	S/ 907,800	S/ 1,104,000	S/ 1,407,000

Fuente: Elaboración propia

3.5.7. Gastos Proyectados Administrativos

En la siguiente tabla se observa la descripción de los personales de servicio y a los gastos operacionales, teniendo un gasto total de s/ 3.265 nuevos soles.

Se considera también los seguros correspondientes más el descanso vacacional según el régimen laboral.

Tabla 29. Gastos administrativos

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Personal			
1.1	Gerente general	1	S/ 1,000	S/ 1,057
1.2	Administrador	1	S/ 930	S/ 984
1.3	Jeje Supervisor	1	S/ 475	S/ 510
2	Gastos Operacionales			
2.1	Artículos de oficina	1	S/ 70	S/ 70
2.2	Servicios básicos	1	S/ 80	S/ 80
2.3	Internet y telefonía (Local)	1	S/ 65	S/ 65
2.4	Alquiler del local	1	S/ 250	S/ 250
2.6	Contabilidad	1	S/ 250	S/ 250
Total				S/ 3,265

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Planilla de pago anual

Descripción	Cant.	Básico mensual	Básico anual	SIS	Descanso	TOTAL
Gerente general	1	S/ 1,000	S/ 12,000	S/ 180	S/ 500	S/ 12,680
Administrador	1	S/ 930	S/ 11,160	S/ 180	S/ 465	S/ 11,805
Supervisor	1	S/ 475	S/ 5,700	S/ 180	S/ 237.50	S/ 6,118

Fuente: Elaboración propia

3.5.8. Gastos Proyectados de Comercialización

En la siguiente tabla se estima hacer un gasto total de s/.340 nuevos soles, esto favorece a la empresa haciendo publicidad al producto.

Tabla 31. Gastos de comercialización

Ítem	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Gastos Operacionales			
1.1	Marketing digital	1	180	180
1.2	Material impreso	1	80	80
1.3	Regalos	1	80	80
Total				340

Fuente: Elaboración propia

3.5.9. Flujo Económico

En la siguiente presentación se observa en el año cero los montos de inversión más el capital de trabajo obteniendo el total de 214,102 nuevos soles; en el año uno se obtiene el total de 51,914 nuevos soles considerando los gastos administrativos, comercialización, depreciación y el IR con el 29.5%, luego de determinar la utilidad bruta.

Tabla 32. Flujo de caja económico

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		S/ 650,000	S/ 885,000	S/ 1,080,000	S/ 1,315,000	S/ 1,665,000
Costos		-S/ 533,100	-S/ 740,700	-S/ 907,800	-S/ 1,104,000	-S/ 1,407,000
Utilidad Bruta		S/ 116,900	S/ 144,300	S/ 172,200	S/ 211,000	S/ 258,000
Gastos Administrativos		-S/ 39,183				
Gastos de Comercialización		-S/ 4,080				
Depreciación		-S/ 373				
Utilidad Operativa		S/ 73,638	S/ 101,038	S/ 128,938	S/ 167,738	S/ 214,738
Depreciación		S/ 373				
Impuestos		-S/ 21,723	-S/ 29,806	-S/ 38,037	-S/ 49,483	-S/ 63,348
Inversión	-S/ 25,586					
Capital de Trabajo	-S/ 188,516					
Utilidad Neta	-S/ 214,102	S/ 51,914	S/ 71,231	S/ 90,901	S/ 118,255	S/ 151,390

Fuente: Elaboración propia

3.5.10. Análisis Económico

En la siguiente información se demuestra los indicadores económicos con un COK de 21% , el VAN con un total de 42,300 siendo el resultado de la suma de la utilidad neta desde el año uno al año cinco incluyendo el año cero, y obteniendo un proyecto de inversión viable con un TIR del 28% de rentabilidad.

Tabla 33 Indicadores económicos

COK	21%
VAN	42,300
TIR	28%

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO IV

DECISIÓN DE INVERSIÓN Y RECOMENDACIONES

4.1. Decisión de Inversión

De acuerdo a los indicadores observados a través del análisis económico, y de acuerdo a la inversión inicial requerida para el inicio de actividades, se puede considerar que el plan de negocios es viable, pues permite obtener un Valor Actual Neto de S/. 42.300 en un periodo de 5 años de vida útil y una Tasa Interna de Retorno del 28%.

La inversión inicial requerida para la ejecución del plan de negocios es de S/214,102 soles, monto que puede ser afrontado por los promotores de la futura empresa.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda evaluar a los proveedores de los servicios prestados, ofreciendo paquetes matrimoniales completos, catering, sonido, luces, pastelería, decoración, salón de eventos y demás, a través de alianzas estratégicas con empresarios de la ciudad de Tacna.

Evaluar el acompañamiento adicional sin costo, esto serviría como un plus a favor de la empresa con la finalidad de sobrellevar la actual situación de la economía local y nacional.

Se recomienda utilizar un plan de contingencia ante cualquier imprevisto natural durante la ejecución o realización del evento, de manera que la empresa cubrirá los gastos de tales imprevistos.

CONCLUSIONES

Al consultar al mercado el objetivo se pudo comprobar que la hipótesis planteada era cierta, debido a que en la ciudad de Tacna el 90% de los encuestados contratan o contrataría alguna empresa organizadora eventos matrimoniales pues son conscientes de la amplia responsabilidad a que se someten para tener la boda de sus sueños.

Mediante el modelo CANVAS se estableció un modelo de negocio donde la propuesta valor es ofrecer a los clientes diferentes paquetes matrimoniales con el acompañamiento personalizado a un precio social.

Gracias a la investigación de mercado, a través de las encuestas, se pudo determinar la viabilidad del mercado demostrando una aceptación mínima favorable a este tipo de negocio, obteniendo como resultado que el 90% utilizan el servicio de organización de bodas, con inversiones que bordean los S/ 15,000.00 a S/ 45,000.00 soles.

La capacidad instalada de la empresa es la atención de 2 eventos y lo clasificamos por temporadas, como son los meses de Julio, Agosto Y Diciembre, siendo los meses más aceptables por los clientes.

Como parte de la estructura organizacional se determinó que es necesario contar con un Gerente General, un Administrador, un jefe encargado de la supervisión y operarios que serán contratados según la demanda.

Mediante el estudio legal se determinó que la empresa será persona jurídica de Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.C.R.L), acogiéndonos al régimen laboral y al Régimen MYPE Tributario (RMT).

Con una inversión económica de S/ 214,102 y un COK de 21%, tendremos una viabilidad económica desde el primer año del plan de negocios con un VAN de S/ 42,300 y un TIR de 28% durante el periodo de vida útil del proyecto.

BIBLIOGRAFIA

CPI (2018). CPI Market Report. Edición especial.

Gutierrez, S., Suárez, Z., & Vargas, A. (2019). Estudio de pre-factibilidad para el servicio de organización de fiestas infantiles eco-amigables Q'UMIR Party. Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.

Heslon, C. (2007). Petite psychologie de l'anniversaire. Dunod.

INEI (2017). Perfil sociodemográfico de Tacna. Instituto Nacional de Estadística e Informática, Tacna.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). Designing business models and similar strategic objects: the contribution of IS. Journal of the Association for information systems

SUNAT (Enero de 2020). Características de la micro y pequeñas empresas. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>

SUNAT Regimen Laboral

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral>.

ANEXOS

Tabla 34. Inversión en activos - atención al cliente

Nº	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Depreciación anual	Depreciación total	Valor recuperación
1	Escritorio	3	S/ 350.0	S/ 1,050.0	S/ 105.0	S/ 525.00	S/ 525.00
2	Silla ejecutiva	3	S/ 75.0	S/ 225.0	S/ 22.5	S/ 112.50	S/ 112.50
3	Muebles	1	S/ 1,500.0	S/ 1,500.0	S/ 150.0	S/ 750.00	S/ 750.00
4	Impresora	1	S/ 550.0	S/ 550.0	S/ 55.0	S/ 275.00	S/ 275.00
5	Archivador	3	S/ 100.0	S/ 300.0	S/ 30.0	S/ 150.00	S/ 150.00
6	Útiles de oficina	1	S/ 100.0	S/ 100.0	S/ 10.0	S/ 50.00	S/ 50.00
Total				S/ 3,725.0	S/ 372.5	S/ 1,862.5	S/ 1,862.5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Inversión en intangibles

Nº	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Redes sociales	1	S/ 250.0	S/ 250.0
2	Manual de marca	1	S/ 450.0	S/ 450.0
3	Campaña de marketing	1	S/ 400.0	S/ 400.0
Total				S/ 1,100.0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36. Inversión en trámites legales

Nº	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Constitución de la empresa	1	S/323.0	S/ 323.0
2	Licencia de funcionamiento	1	S/612.0	S/ 612.0
3	Inspección técnica	1	S/218.0	S/ 218.0
4	Planilla de pago	1	S/ 39.5	S/ 39.5
5	Legalización de libros contables	1	S/105.0	S/ 105.0
Total				S/ 1,297.5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37. Ingreso en unidades año 1

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Anual
INTEGRAL	0	1	0	1	1	2	2	1	0	1	0	0	9
PREMIUM	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	7
SILVER VIP	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	4
Total	0	3	0	2	2	3	4	2	0	1	1	2	20

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38 Ingreso en unidades año 2

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Anual
INTEGRAL	1	2	0	0	0	1	1	2	0	0	0	2	9
PREMIUM	0	1	0	0	0	0	2	0	1	1	0	1	6
SILVER VIP	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	10
Total	2	4	1	0	0	2	4	3	2	2	1	4	25

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39. Ingreso en unidades año 3

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Anual
INTEGRAL	2	2	0	0	0	2	1	1	0	0	1	1	10
PREMIUM	0	0	0	0	0	0	2	0	1	2	0	2	7
SILVER VIP	2	1	1	0	0	1	1	2	1	1	2	1	13
Total	4	3	1	0	0	3	4	3	2	3	3	4	30

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40. Ingreso en unidades año 4

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Anual
INTEGRAL	2	3	1	0	0	0	2	2	0	0	0	2	12
PREMIUM	0	2	0	0	0	0	1	0	2	3	0	3	11
SILVER VIP	1	1	2	0	0	2	2	3	0	0	3	0	14
Total	3	6	3	0	0	2	5	5	2	3	3	5	37

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41. Ingreso en unidades año 5

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Total Anual
INTEGRAL	3	0	2	0	0	1	2	3	0	0	2	1	14
PREMIUM	0	0	0	0	0	0	0	0	3	4	0	1	8
SILVER VIP	2	2	3	0	0	3	3	4	1	1	2	2	23
Total	5	2	5	0	0	4	5	7	4	5	4	4	45

Fuente: Elaboración propia