



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS - MBA**

**Plan de negocios para el logro de objetivos institucionales de
una empresa de organización de eventos infantiles, Chiclayo**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra es Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Hoyos Alarcón, Sonia Emperatriz (ORCID: 0000-0002-0140-3624)

ASESOR:

Dr. Dios Castillo, Christian Abraham (ORCID: 0000-0002-2469-9237)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

CHICLAYO - PERÚ

2021

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado con mucho cariño a mi familia por su apoyo constante e incondicional y desmedida comprensión para lograr mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios, por bendecirme y guiarme en todo momento y brindarme las fuerzas que a veces se terminan y además la sabiduría que me permitió culminar el presente proyecto de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	12
3.2. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN	13
3.3. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	14
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	15
3.5. PROCEDIMIENTOS.....	16
3.6. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS	16
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN.....	26
VI. CONCLUSIONES.....	30
VII. RECOMENDACIONES	31
VIII. PROPUESTA.....	32
REFERENCIAS	37
A N E X O S.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: En qué lugar le gusta realizar el cumpleaños de sus hijos?.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 2: De qué manera Ud. realiza su evento infantil?.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 3: Cuál es su gasto promedio que estaría dispuesto a pagar para realizar su evento infantil?.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 4: Cuántos invitados promedio asisten a su evento?.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 5: Estaría de acuerdo que es muy importante que la fiesta infantil tenga una temática personalizada?.....</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 6: Cuál de las siguientes actividades le gustaría que se incluya el día el evento infantil?.....</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 7: Qué tipo de servicio prefiere al momento de contratar un servicio de eventos infantiles?.....</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 8: Cómo califica Ud. el servicio de eventos infantiles?.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 9: Para Ud. qué es lo más importante en un evento infantil?.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 10: ¿Cree Ud. que las empresas que organizan eventos infantiles brindan un verdadero servicio de calidad, según lo que espera el cliente en cuanto a gustos, temática, precios, etc.?.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 11: Fases de la propuesta.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 12: Indicadores % variable dependiente.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 13: Síntesis de presupuesto.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 14: Marketing.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 15: Paquete N° 01.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 16: Paquete N° 02.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 17: Paquete N° 03.....</i>	<i>56</i>

<i>Tabla 18: Paquete N° 04.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 19: Paquete N° 05.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 20: Paquete N° 06.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 21: Política de Remuneraciones.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 22: Inversión Inicial.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 23: Activos Fijos.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 24: Remuneraciones.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 25: Suministros.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 26: Recursos Operativos.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 27: Activos Intangibles.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 28: Mantenimiento.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 29: Estructura de Financiamiento.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 30: Proyección Mensual.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 31: Proyección Anual.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 32: Proyección de Flujo de Caja.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 33: Estado de Resultados.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 34: Análisis de Rentabilidad: Punto de Equilibrio.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 35: Conoce de alguna empresa que ofrezca el servicio de eventos infantiles en Satélite?.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 36: Le gustaría que en satélite se ofrezca un servicio de eventos infantiles de alta calidad y personalizado?.....</i>	<i>91</i>

Tabla 37: Cree Ud. que un evento infantil es muy importante establecer y definir la música infantil y no música de jóvenes?.....91

Tabla 38: Cuando escucha empresa organizadora de eventos infantiles, Cree Ud. que es garantizar la satisfacción de sus invitados en la fiesta?.....92

Tabla 39: Estaría de acuerdo en cancelar la mitad del costo del servicio al inicio y la otra mitad al terminar el evento?.....92

Tabla 40: ¿Cuándo contrata una empresa de organización de eventos infantiles, le gustaría tener comunicación hasta q finalice el evento?.....93

Tabla 41: Estaría dispuesto a invertir un promedio de 2000 a 5000 soles en contratar una empresa de organización de eventos infantiles para que realice su evento?....93

Tabla 42: Recomendaría usted el servicio de una empresa de organización de eventos infantiles que estuvo satisfecho en su servicio?.....94

Tabla 43: está de acuerdo en la importancia de la decisión de compra considerar la buena atención al cliente, puntualidad y servicio personalizado?.....94

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito implementar un plan de negocio para lograr los objetivos institucionales de una empresa de organización de eventos infantiles. Para su desarrollo se aplicó el método básico con un enfoque mixto, por sus diversos procesos sistemáticos de datos cuantitativos y cualitativos. El diseño es no experimental aplicada predictivo y explicativo, porque existe la influencia de la variable independiente con la dependiente. Para la primera fase del diagnóstico del problema identificado se trabajó con una muestra de 224 elementos, los cuales fueron calculados a través de un muestreo aleatorio simple, se tuvo como principal característica de la población a las madres de familia de niños de 3,4 y 5 años, los datos fueron procesados estadísticamente a través de un nivel descriptivo como inferencial mediante el software elegido, mostrando como resultados relevantes la insatisfacción de clientes. Luego del análisis de resultados se concluye que tenemos la oportunidad de brindar un servicio totalmente diferente. Para culminar se determinó que es favorable implementar el plan de negocio. Finalmente se recomienda que, a los investigadores, continúen y busquen el problema de cualquier proyecto con la finalidad de fomentar el crecimiento y desarrollo de aquellas empresas que sin darse cuenta se quedan en la rutina y desfasadas y que gracias a la tecnología y globalización se logra el emprendimiento de las más pequeñas organizaciones convirtiéndolas en competitivas liderando el mercado.

PALABRAS CLAVES: Plan de negocios, objetivos institucionales, calidad.

ABSTRACT

The present research aims to implement a business plan to achieve the institutional objectives of a company that organizes children's events. For its development, the basic method was applied with a mixed approach, due to its diverse systematic processes of quantitative and qualitative data. The design is non-experimental applied predictive and explanatory, because there is the influence of the independent variable with the dependent one. For the first phase of the diagnosis of the identified problem, a sample of 224 elements was worked, which were calculated through a simple random sampling, the main characteristic of the population was the mothers of children of 3,4 and 5 years, the data were statistically processed through a descriptive and inferential level using the chosen software, showing customer dissatisfaction as relevant results. After analyzing the results, it is concluded that we have the opportunity to provide a totally different service. To conclude, it was determined that it is favorable to implement the business plan. Finally, it is recommended that researchers continue and look for the problem of any project in order to promote the growth and development of those companies that inadvertently remain routine and out of date and that thanks to technology and globalization are achieved the entrepreneurship of the smallest organizations, making them competitive, leading the market.

KEYWORDS: Business plan, institutional objectives, quality.

I. INTRODUCCIÓN

España, en la Empresa Gourmet Catering & Espacios, el problema se manifiesta: ha logrado especializarse en organizar eventos en la ciudad de Valencia, desde hace años y ha conseguido fortalecer sus estrategias aplicadas para fidelizar a sus clientes y obtener la preferencia, entre ellas la innovación para el servicio de catering y personalizar la calidad en sus productos frescos y de temporada. Obtuvo el éxito logrado en la actualidad (Torres, 2018). En tal sentido, cada organización busca siempre especializarse según su rubro siempre buscando una situación de mejora continua y lograrlo de manera eficiente para beneficio de la empresa.

Italia, en la empresa Kubalu Events el problema se muestra en sus estrategias que utilizan para organizar eventos infantiles y demuestran al cliente la conexión para adquirir sus servicios, conforman un equipo conocedor de tendencias del sector de eventos, diseñando cada detalle, consiguiendo cualquier resultado que se proponen. Logrando en la cliente poca preocupación al organizar la fiesta y asegurar que su evento sea inolvidable (Rubio, 2019). En tal sentido, esta empresa demuestra que el cliente es factor importante para seguir fomentando ser distinto a la competencia ofreciendo sus servicios de acorde a las tendencias innovadoras del rubro infantil.

Madrid, en la empresa Fiesta Tempranito, el problema se manifiesta al anotar la ausencia de la originalidad infantil en una fiesta o show, se enfocaron en fortalecer sus debilidades como calidad en sus eventos, nivel educativo elevado, personalización a medida y total seguridad y confianza para el cliente más exigente, logrando así el crecimiento en el mercado y mantenerse en el rubro (Rodríguez, 2015). En tal sentido, esta organización quiere demostrar a su público que los eventos infantiles, deben llevarse a cabo al 100% infantil en todos los aspectos, siempre haciendo notar que la fiesta es infantil, que es del niño y no del adulto, que el adulto solo es un acompañante.

Lima, en la empresa Party Time, el problema se manifiesta en su principal amenaza era la informalidad desde el año 2005 que se inició, hace 3 años la convirtieron en la mejor fortaleza logrando novedades y producción de alta calidad,

ofreciendo además todo lo que se necesita en un evento, respuesta a este esfuerzo es la importación a USA y China y más detalles (Alemán, 2017). En tal sentido, siempre las organizaciones buscan un estándar de calidad y se sobre entiende que la calidad A-1 es la única que la organización se encarga de buscar para lograr fidelizar a su cliente y el éxito que quiere sostener.

Trujillo, en la empresa Camila Eventos y Producciones, el problema se manifiesta basándose hoy en día en la exigencia del cliente y agregando a esto que no quieren involucrarse en la organización de su propio evento, se enfoca en personalizar y asegurar la entera satisfacción de su fiel cliente, logró el prestigio y la competitividad en cada servicio (Camila, 2015). En tal sentido, si se refiere a la competitividad en las empresas, pues es muy complejo, para lograrlo, no debe descuidar la innovación, capacitación constante y sobre todo la preparación con frecuencia para estar actualizados.

Piura, en la empresa A&E Producciones, el problema menciona como una de las estrategias que utiliza es garantizar la solución a la organización de un evento con el objetivo que sea original en su presentación, ejecución y el resultado del evento, garantizando la satisfacción del cliente y por lo consiguiente su fidelización (Ortiz, 2018). En tal sentido, las organizaciones de eventos infantil tienen mucho en común en sus fiestas, pero la mayor preocupación sería demostrar la diferencia ante el cliente.

Chiclayo, en la empresa Christi Eventos Especiales, el problema dice que este equipo de trabajo se enfoca en su servicio incompleto, debilidad y amenaza que por mucho tiempo no cambiaba, con esfuerzo y dedicación, empezaron a innovar con cada característica que se necesita en un evento infantil, obteniendo como resultado más servicios que brindar, con calidad, seguridad, inculcando valores y enfocarse únicamente en el niño, Sus resultados son positivos hasta hoy (Álvarez, 2018). En tal sentido, la innovación es la principal fuente para cada organización, la empresa no debe dejar los productos o servicios desfasados, debido que, en la mente del consumidor pasa a la fase del olvido, es un detalle importante que no se debe descuidar. Se considera que toda organización menciona al amor y cariño que los

colaboradores ponen para realizar un evento infantil, debe tenerse en cuenta que para toda actividad es fundamental el cariño, empeño y voluntad para hacerlo. Hoy en día los eventos infantiles se modifican sin tener en cuenta los sentimientos y las emociones de los niños, el show es netamente infantil en cuanto a la música, la diversión y todo lo que se brinda en el evento.

Problema: ¿De qué manera la implementación de un Plan de Negocios influirá en el logro de objetivos institucionales de una empresa de organización de eventos infantiles en Chiclayo? **Justificación:** Se encontró una oportunidad de brindar un servicio totalmente diferente en todas sus dimensiones, debido a la demanda creciente y a la calidad de eventos que se exigen actualmente en la ciudad de Chiclayo. El presente plan de negocios va a permitir si es favorable o no realizarlo, la cual accederá investigar las tendencias actuales sobre las preferencias de padres, familiares y empresas respecto a organizar un evento infantil, por ello cumple con los estándares de calidad requeridos en el nivel socioeconómico al que va dirigido, también se transmite valores y destrezas cognitivas a los niños a través de la diversión sana con selectivas animadoras infantiles que cuidan la parte emocional del niño, fortaleciendo de esta manera el crecimiento constante del negocio. El **Objetivo general** es elaborar un plan de negocios para el logro de los objetivos institucionales de una empresa de Organización de Eventos infantiles, Chiclayo, en cuanto a los **objetivos específicos** son: **1. Diagnosticar** el mercado de la empresa en estudio y conocer la situación original del negocio. **2. Diseñar** el plan de negocio, formalizando la misión y visión de la empresa, los principales objetivos, establecer las estrategias a utilizar y finalmente ejecutar un plan de acción eficaz. **3. Proyectar** los resultados obtenidos de la implementación del plan de negocio de una empresa de organización de eventos infantiles en la ciudad de Chiclayo.

Hipótesis: La implementación de un plan de negocios influirá de manera favorable en el logro de los objetivos institucionales de una empresa de Organización de Eventos infantiles, Chiclayo.

II. MARCO TEÓRICO

Alvear & Tapia (2018), en su investigación relacionada con el plan de negocios de eventos infantiles, cuyo objetivo general fue investigar si dicho proyecto es rentable, utilizó métodos de análisis técnico, financieros, el modelo de Porter, obtuvo como resultados definir nuevas estrategias para concretar el posicionamiento de la organización, así mismo se concluyó que los análisis realizados lograron crear nuevas alternativas financieras y técnicas, siempre enfocados en la demanda insatisfecha de los clientes, finalmente se recomendó resaltar las tendencias infantiles sin dejar de reconocer y preservar los valores morales. Esta investigación es relevante porque la rentabilidad se mide con la producción de la organización obteniendo resultados positivos. Se cita esta investigación porque define la rentabilidad como objetivo principal para el éxito de la empresa.

Revista Credencial (2016), en su investigación con relación al tema de eventos sociales lo vincula con los aspectos sociales de la vida diaria y con la naturaleza, basándose en las necesidades de la sociedad, celebrar y festejar los momentos importantes de cada persona es parte de las vivencias de la sociedad logrando buscar la armonía, alegría y hacer esos momentos inolvidables, el objetivo fue celebrar esos instantes que se conmemoran y que deben ser recordados toda la vida. Este párrafo fue citado porque menciona la importancia de la celebración, sobre todo en los niños que es el rubro, lograr que el niño guarde en su memoria una celebración de cumpleaños con mucha alegría y cariño.

Tinajero (2019), en su investigación con relación a organización de eventos infantiles, se basó principalmente, en ofrecer el servicio según lo que cada cliente necesita, destacando de esta manera total flexibilidad en el momento de ejecutar su evento, y así darle la posibilidad para que el cliente elija los detalles para que se realice su inolvidable evento. Uno de los métodos que utilizó su proceso logístico que va directamente a la organización de un evento infantil, logrando como resultado que padres y niños puedan disfrutar favorablemente de dicho evento. Concluyendo de esta manera que es favorable para el que decide invertir y es factible para su elaboración y diseño de este proyecto. Finalmente recomendó que dentro de 5 años el cliente fidelizado y nuevo pueda cotizar y armar los detalles de su evento en línea

mediante la creación de una APP y así poder facilitar y minimizar el tiempo y el margen de error al captar clientes. Esta investigación es relevante porque hoy en día por motivos de la covid 19, todas las actividades son por internet, y ellos ya tienen en mente lo mencionado.

Magallán (2018), en relación al inicio de un negocio de una empresa de organización de eventos infantiles, destacó el esfuerzo como objetivos que las empresas ya existentes no tienen locales exclusivos para realizar un evento, sobre todo en infraestructura, este proyecto propuso un lugar especial para organizar tu agasajo, sofisticado e innovador diseñado para cualquier evento infantil. Debido a este problema determinó la viabilidad técnica y la rentabilidad económica-financiera para la fundación de un ambiente adecuado para festejar los eventos infantiles dirigido a cubrir las exigencias de cliente más especial y destacado en el medio. Los métodos que se utilizó fue una investigación de tipo descriptivo con la facultad de aplicar herramientas como encuestas y entrevistas a personas con experiencia en el rubro. Los resultados demostraron que este proyecto es viable. Esta investigación es relevante porque se enfoca en el lugar como objetivo principal para realizar este evento, lo cual determina la importancia para ser realizado, lo cual se tendrá en cuenta.

Morales & Novoa (2019), en el tema relacionado rubro infantil, mencionó el valor del incremento y desenvolvimiento del habla en los niños. Como parte de la educación complementaria de su desarrollo infantil, mencionó a unos de sus objetivos primordiales como es saber leer cuentos infantiles, logrando con éxito el objetivo mencionado, se trabajó con metodología descriptiva y cualitativa, también elegir distintas alternativas innovadoras que se pueden ejecutar, teniendo en cuenta las necesidades de cada niño. Se concluyó que, de forma positiva lo que aplicaron, y desarrollaron nuevas estrategias y formas para fortalecer satisfactoriamente el lenguaje verbal en los niños. Recomendó a los docentes siempre tener en cuenta, la innovación, descubrir el interés del niño, interactuar de manera amplia y capturar la motivación del niño en el momento oportuno y así lograr con éxito el acercamiento y confianza con ellos. Es relevante esta investigación por que es de suma importancia

como desarrolla un niño, debido que, en su evento infantil se puede mostrar introvertido por causa de algunos problemas que perciban en el hogar.

Carrera (2019), en su investigación relacionada con los eventos infantiles, logró como objetivo ofrecer el mejor servicio donde las mamis puedan ver un alivio al organizar su evento, antes y después de éste. Mencionó además los mejores métodos a utilizar y garantizar el éxito del evento. Como resultado explicó que gracias al costo y beneficio que obtiene el cliente contienen una agenda bastante recargada y abastecida durante todo el año. Recomendó además que usen las redes sociales para captar clientes y cerrar contratos, debido a la pandemia, eso lo que más se utiliza. Este negocio se implementó por la tecnología que necesita cualquier empresa y así facilitar de manera rápida lo que el cliente necesita. Esto no solo fue favorable para el cliente, sino también para la empresa para ayudar de manera práctica, rápida y sencilla la sostenibilidad de ésta. Se menciona este proyecto porque de alguna manera se enfocó en los mismos objetivos de la presente investigación.

Cerquín (2019), en su investigación relacionada con organizar eventos infantiles, mencionó la forma de conectarse con los principales proveedores que puedan abastecerse con el famoso cotillón infantil, además los artículos necesarios para la organización de un evento infantil sean completos. Como objetivo principal utilizó la aplicación para que el usuario encuentre lo que necesita para su evento. Utilizo métodos dentro del mercado meta, competidores y utilizó sus amenazas convirtiéndolas en oportunidades de manera exitosa. Como resultado se obtuvo la diferenciación de su servicio, integro y original. Recomendó hoy en día con el Covid 19, sostener la tecnología para continuar brindando el servicio de organización de eventos infantiles. Es relevante esta investigación, porque menciona la tecnología una vez más para poder seguir trabajando y no perder la discontinuidad del rubro infantil.

Gutiérrez (2019), en su investigación con relación al tema de eventos infantiles, hizo mención de una de sus principales metas el estudio de poder realizar todo lo imposible para el negocio de eventos infantiles, utilizando diversos materiales

y alimentación nutritiva que no perjudiquen antes y después de consumirlos, que sean beneficiosos y saludables a los invitados en general, el cual se resta la conmoción ambiental originada por la descendencia de desechos sólidos y promover la alimentación sana y conveniente para los invitados en general. Concluyó que es de suma importancia en un evento infantil lo que se invitará a los niños a comer, que sería saludable y nutritivo. Finalmente, esa fue su recomendación, porque casi ninguna mami se preocupa por ese detalle. Esta investigación es relevante, porque se puede incluir este tipo de característica para un evento infantil, casi nadie se preocupa por el catering saludable, generalmente ofrece solo golosinas, pero jamás ofrece frutas en un catering, principal detalle que se tendrá en cuenta.

Bardales (2019), en su investigación relacionada a organización de eventos infantiles, mencionó su objetivo más importante, el cual fue estimar la viabilidad de fundar una empresa que planifique eventos infantiles, con una temática personalizada diferente a todas. Utilizando estrategias diversas y originales donde primará la educación y valores. Finalmente, los resultados fueron positivos, sobre todo los económicos, lo que demostró que este proyecto es factible. Recomendó además que se enfocó en el endeudamiento de la empresa, no dejar que se acreciente. Esta investigación es mencionada para poder analizar la parte financiera, característica adicional en los objetivos específicos.

Atica (2018), en su investigación relacionada con el tema de eventos infantiles, destacó sus principales objetivos como de involucrarse en el desarrollo emocional del niño y de esta manera utilizó distintos juegos didácticos personalizados para el desarrollo psicomotor logrando un mejor desenvolvimiento en su comportamiento continuar la formación en valores y buenos enfoques para el futuro. Estos juegos didácticos están dirigidos a niños hasta los 9 años de edad, siempre pensando en la exigencia infantil. Dentro de los métodos que utilizó, es el diseño con los detalles más resaltantes, técnicos y especializados para el lanzamiento del producto. Concluyó que el desarrollo del niño debe ser desde 0 años con formación integral dentro del hogar y que estos kids educativos son el complemento para lograrlo. El resultado financiero indicó que el proyecto es factible. Lo cual recomendó que cual

inversión de negocio es financieramente rentable, siempre y cuando cumpla con los estándares y objetivos establecidos por la empresa. Se cita esta investigación porque menciona un aporte importante para el proyecto, el desarrollo psicomotor del niño, lo cual se debe tener en cuenta.

Bases teóricas, Plan de Negocio, se considera que es una herramienta donde puede transmitir la idea de negociar para ofrecer un servicio o producto con respuesta positiva al iniciar una inversión. Permite analizar al promotor la factibilidad de sus percepciones y determinar un control adecuado del plan de negocio; una plataforma de pruebas, donde quede finalmente proyectos selectivos para con seguridad llegar al éxito (Pérez & Gardey, 2009). En tal sentido, cualquier noción que aparezca en la mente por más sencilla que se note, es de vital importancia hacer realidad y sorprender con el resultado obtenido.

Para diseñar un excelente **plan de negocios**, es indispensable tener en cuenta las condiciones para lograr un resultado competitivo. Se considera que los negocios exigen un diseño estratégico para lograr financieramente apoderarse del mercado objetivo (Greg & Navarro, 2015). En tal sentido los negocios dependen de las formas y técnicas que aplica para lograr una buena producción económica final.

Se considera que, para sintetizar el concepto de un **plan de negocio**, se puede definir cómo administrar los recursos para cumplir las metas trazadas. Un plan de negocio exitoso indica ciertos parámetros como planificar, organizar, controlar y dirigir los medios indispensables para que el objetivo sea concreto a corto plazo (Moyano, 2015). En tal sentido, los medios que se deben utilizar deben ser los más adecuados minimizando el margen de error, teniendo en cuenta que lo primero es un estudio de mercado para visualizar la factibilidad del negocio en marcha, posteriormente los medios elegidos me llevaran a ejecutar lo establecido y de esta manera lograr que el empresario llegue a la cima del éxito junto a sus colaboradores considerados equipo de trabajo completo.

Dentro del **objetivo general** de un Plan de Negocio, se menciona la eficacia y eficiencia que debe existir en las funciones organizaciones, también tener conocimiento y estar conscientes de la parte financiera de esta manera como primer

paso de forma teórica es la respuesta si es o no favorable este negocio. Las **características** generales de un plan de negocio es tener una buena misión y visión bastante claro y definido, enfocarse en las perspectivas del mercado objetivo, ambicionar un plan de marketing y financiero con mayor rentabilidad. Un plan de negocio debe diferenciarse por ser un invasor eficaz para su competencia, tener una estructura original, mentalizarse que debe ser el único en el mercado como empresario (Maestre, 2019). En tal sentido, los detalles de un plan de negocio son notables en el día a día de la supervisión y control de la organización, contando con un potencial humano siempre caracterizado por la competitividad, se logra el éxito.

Organización se considera que es el movimiento de crear un grupo de recursos para lograr algo ya establecido. Organizar es valerse de recursos necesarios para lograr algo presupuestado y así concluir un objetivo (Andrade, 2005, p.448). En tal sentido dentro de una empresa el primer factor importante es la organización para luego ejecutar con todo lo necesario para poder equilibrar lo planificado y así supervisar y controlar lo que se consigue, entre otros detalles los principales objetivos trazados en el negocio.

Organización es un enlace de acción y objeto entre un grupo de personas para cumplir **lograr objetivos** definidos. La estructura de una organización va a depender mucho de las funciones que cumplan las personas elegidas (Guerra, 2007). En tal sentido, dentro de una organización se debe direccionar las tareas a las personas indicadas, idóneas que estén capacitadas con el perfil seleccionado para cumplir y que resalten la capacidad de las funciones encomendadas, no hay otra forma de poder lograr los objetivos trazados.

Una **organización** tiene fines ya establecidos con anticipación. Un grupo de personas concentradas en sus labores, obtienen una tarea terminada íntegra (Real Academia Española, 2007). En tal sentido, una organización es un conjunto humano, un potencial humano trabajando con **objetivos** trazados, con funciones definidas, con visiones a corto plazo, con esta mentalidad innovadora los objetivos se logran a corto plazo.

La **innovación** dentro del mercado objetivo nos indica mejorar un producto o servicio o cambiarlo por uno nuevo que impacte para a futuro se reconozca nacional

e internacionalmente (González, 2012). En tal sentido, innovar es considerar detalles de cambio para resaltar la venta. Se dice que es sinónimo de tecnología, hoy en día la globalización nos lleva a la efectividad de logro de objetivos institucionales de cualquier organización.

La **recreación** en un niño es el 100% en la niñez, por lo tanto, es primordial y básico para su desarrollo psicomotor y emocional, considerando además que es parte de sus derechos (Osorio, 2014). En tal sentido, debe estar centrado en valores, educación, diversión sana netamente infantil, para ello se elaborará este plan de negocios que marcará la diferencia.

Los enfoques conceptuales donde se enmarca la investigación hablan del aspecto **económico**, donde se considera que la evaluación regula esencialmente el inicio de un negocio, teniendo en cuenta la sostenibilidad de este para poder determinar las formas de adaptarse dentro del y fuera del país.

EL Perú notable incrementó **económicamente** su rendimiento del país en 5,27% comparado en noviembre del 2018, también el PBI creció 2.28% los 3 primeros meses del 2019 según el Instituto Nacional de Informática y Estadística (2019). Estos datos es una ventaja para el desarrollo empresarial si menciona además la canasta familiar se vuelve estable, y se puede decir que si se puede hacer un plan de negocios realizable. Los eventos infantiles están ubicados en otra parte de las estadísticas, pero que tampoco es indiferente a la producción del país con un 0.84% (INEI, 2019).

En el aspecto **tecnológico**, se considera que es de vital importancia hoy en día por motivo de la Covid-19, el uso de las redes sociales, así como también la implementación de paquetes y sistemas informáticos. Las redes sociales minimizan el margen de error para cualquier comunicación, contrato u operación que desees realizar. Teniendo el control ordenado y disciplinado para que sea inmediata la respuesta y concretar lo esperado. Si habla de organizar eventos infantiles existe la facilidad para hacerlo, empezando desde la planificación hasta finalizar dicho evento. En cuanto a las invitaciones, hoy en día son virtuales por la pandemia, entonces se envían y por un instante, numerosas personas se enteran de tu evento.

En la parte **ecológica** hoy en día se puede decir que tiene mayor importancia que quizás antes no se notaba, obviamente altera las funciones de los usuarios, Algunos clientes mencionan algunas ventajas y desventajas para adquirir cualquier producto o servicio, ahora si pensando en el medio ambiente, en que tanto afecta, como se cuida, etc, sí que se menciona tal preocupación. Al respecto Antonio Brack se pronunció con lo siguiente en una entrevista: “Si queremos ser competitivos en el mercado nacional los consumidores nos van a llevar a eso. Cuanto más crezcan los consumidores responsables, etc. más mercado habrá que produzca este tipo de productos”.

En el aspecto **socio cultural**, si bien es cierto desde años atrás la entretenimiento sano era la televisión y música, por lo que los niños en general se divertían con esos recursos, pero dejó marcado en la mente de la mayoría de niños, idolatrando a su héroe o personaje favorito, siempre que ellos lo ven, pues nace la idea de verlo de manera simbólica en su fiesta de cumpleaños, en su agasajo, es por eso que el proyecto de negocio infantil también está basado en las temáticas personalizadas en decoración y animación para los engreídos sin dejar de lado los valores incluidos en el entretenimiento y diversión que se les brindara.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación:

Por el enfoque:

Esta investigación es mixta, porque se realizó diversos procesos sistemáticos que se involucra la recolección de datos cuantitativos y cualitativos para una futura discusión. Nos complementa que las mediciones que se realiza en la investigación deben llevar un proceso estructurado en las variables de estudio de la investigación, Hernández & Mendoza (2014).

Por el propósito: Esta investigación es aplicada porque se aplican bases teóricas especializadas a un tema real específico de investigación. Nos complementa que la investigación en estudio se relaciona con otras investigaciones realizadas con anterioridad, y que se van a discusión logrando resultados para los objetivos de la empresa en estudio, Hernández & Mendoza (2017).

Por el nivel de alcance: Esta investigación es explicativa porque existe la influencia de la variable independiente con la dependiente, se precisó de un estudio que aún no se ha realizado con anterioridad. Nos complementa que el investigador explica el comportamiento de las variables individualmente y esto permitirá como influye una de la otra, Hernández & Mendoza (2017).

3.1.2. Diseño de la Investigación:

Esta investigación es de diseño es **no experimental** - predictiva, porque se aplica estudio donde no se manipula las variables y se demuestra con resultados obtenidos las proyecciones utilizando métodos lógicos. Nos complementa que la investigación es no experimental porque los estudios son realizados sin ninguna manipulación de las variables de estudio, y son analizadas, Hernández & Bautista (2010).

T₁ T₂
M O P R E

Dónde:

M: Es la muestra que se está observando: Madres de niños de 3,4,5 años. (Y)

O: Es la observación a desarrollar en la muestra: encuesta. (Y)

P: Es la propuesta de especialidad: Plan de Negocios. (X)

T1: Es el tiempo de medición inicial con información actual.

T2: Es el tiempo de proyección por el período que durará la implantación de la propuesta de solución P.

RE: Son los “resultados estimados” o proyectados, que generará la implantación de la propuesta de solución P. (Y)

3.2. Variables y operacionalización:

a) Variable Independiente: **Plan de Negocio.**

b) Variable dependiente: **logro de objetivos institucionales.**

(Visualizar anexo 01, Matriz de operacionalización de variables)

Variable independiente: Plan de Negocio, de categoría cualitativa, esta variable se utilizó para detallar la investigación en todas las formas en que se realiza un evento según el estudio en proceso. Hernández, Fernández, & Baptista, (2015). En tal sentido se buscó información de los gustos y preferencias, de la satisfacción y calidad del servicio brindado, de las tendencias actuales infantiles y cuánto preservan valores en los niños dentro de un evento infantil, de esta manera logramos recolectar las características necesarias para el plan de negocio de organización de eventos infantiles.

Variable dependiente: Logro de objetivos, variable de categoría cuantitativa, esta variable nos permitió cumplir los objetivos de acuerdo al plan establecido al principio como toda organización. Chiavenato, (2018). En tal sentido, se dice que cada evento infantil debe tener sus objetivos definidos y al lograrlos se notará la diferencia de la empresa. Siempre teniendo en cuenta la finalidad que se busca aplicando las estrategias determinadas en el plan de negocio.

Escala de medición: En esta investigación se usó la escala nominal de Likert.

- (1) Totalmente en desacuerdo,
- (2) En Desacuerdo,
- (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo,
- (4) De Acuerdo,
- (5) Totalmente de acuerdo.

3.3 Población, muestra y muestreo:

Población: Hernández (2010), se considera que una población es un grupo de todos los acontecimientos que se relacionan con ciertas características. Para esta investigación se consideró una población finita, en 2 Instituciones educativas de nivel inicial, cada Institución consta de 360 y 175 niños respectivamente, siendo un total de 535 niños.

Criterios de inclusión: Se consideró tener en cuenta a esta población de madres de niños de 3, 4 y 5 años de edad, estudiantes de nivel inicial de las Instituciones educativas ubicados en la localidad de Chiclayo, Satélite, Remigio Silva. Considerados como los principales autores de una celebración de eventos infantiles.

I.E. REMIGIO SILVA

2 aulas de 3 años de 25 alumnos cada una -----	50
2 aulas de 4 años de 25 alumnos cada una -----	50
3 aulas de 5 años de 25 alumnos cada una -----	75

I.E. URB. QUIÑONES

4 aulas de 3 años de 30 alumnos cada una -----	120
4 aulas de 4 años de 30 alumnos cada una -----	120
4 aulas de 5 años de 30 alumnos cada una -----	120

TOTAL _____ 535 niños.

Muestra: Hernández (2008, p. 562), se considera que la muestra es un desarrollo de características de un conjunto de elementos o personas para obtener información para un estudio específico. La muestra que se utilizó fue el método

probabilístico aleatorio simple, debido a que estudiamos y analizamos los grupos específicos de la población en mención. La muestra es de 224 personas (madres).

Población: 535 niños Muestra: n = 224

$$n = \frac{Z^2 pq N}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

- ❖ N es tamaño de la población = 535 niños
- ❖ E es margen de error = 5%
- ❖ Z es nivel de confianza = 95% 1.96
- ❖ P es probabilidad de éxito = 50%
- ❖ Q es probabilidad de fracaso = 50%

Muestreo: Scheaffe, & Ott (2006), se considera que muestreo es un grupo de métodos que se necesitan para definir muestras. La técnica estadística que se utilizó para la obtención de la muestra será **probabilística aleatorio simple**. Según la fórmula la muestra es de 224 encuestas a las madres seleccionadas.

Unidad de análisis: Madres de niños de nivel inicial de las Instituciones educativas de satélite, Chiclayo.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Técnicas: Para esta investigación, utilizamos la encuesta que se aplicó a la población, en este caso a las madres de los niños de las Instituciones educativas de satélite. Es una técnica de adquisición de datos informativos de interés de un grupo determinado de personas de alguna información definida que se plantea con algunas preguntas para obtener resultados o respuestas esperadas. (Vara, 2012).

Instrumento de recolección de datos: Se utilizó el instrumento del cuestionario, basado aproximadamente en 15 o 20 preguntas abiertas y cerradas, lo cual ayudaron a medir los indicadores de la variable dependiente: logro de objetivos institucionales de la empresa. El cuestionario se considera que es un instrumento de interrogantes diseñadas para obtener datos informativos necesarios y definidos

para lograr los objetivos de estudio de la investigación. Hernández, Bautista y Fernández, (2014).

3.5. Procedimientos:

Se procedió usando la técnica de la encuesta mediante el cuestionario, aproximadamente de 15 a 20 preguntas con múltiples alternativas para elegir y marcar, en una escala ordinal, dirigido a las madres de los niños de las instituciones educativas de nivel inicial de Satélite.

Validez del instrumento: Para validar toda esta información se consideró el juicio de expertos, profesionales que validarán el instrumento con el fin de lograr los objetivos de la mejor manera posible. (anexos: fichas de validez). Estuvieron conformados por 3 expertos: Callao Alarcón Marcelino (especialista en Plan de Negocios), Burga Ramírez Bryan (especialista en Proyectos), Taboada Arana Gustavo (especialista en Coaching), de diferentes especialidades y maestrías de acuerdo a las necesidades de la investigación, lo cual su profesionalismo respalda la información del presente proyecto.

Confiabilidad del instrumento: Para la confiabilidad del instrumento se aplicó el Alfa de Cronbach haciendo uso del software Excel, obteniendo el valor de 0.889, lo cual se interpreta: Que existe confiabilidad en los datos, según los autores Amez, Cortez & Pacheco (2019).

ALFA DE CRONBACH:

FORMULA		
alfa		
K	n° items	19
Vi	var. cada item	11.8
Vt	var. total	13.3

$$= \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

. = 0.889

3.6. Método de análisis de datos:

Se utilizó el método de procesamiento y análisis de datos, tanto a nivel descriptivo como inferencial mediante el software especializado hoja de cálculo Excel.

Método Inductivo. – Usamos este método desde los resultados de la investigación para responder a cada objetivo específico, de esta manera generaliza los resultados a partir de lo específico a lo general de dicha investigación.

Método deductivo. – usamos este método para concluir de lo general a lo específico, todo lo contrario, al método anterior. Es decir, buscamos los resultados obtenidos en esta investigación y generamos las conclusiones correspondientes.

3.7. Aspectos éticos: Dentro de los aspectos críticos más adecuados para la investigación, fueron:

Confidencialidad. - Para desarrollar el presente proyecto plan de negocio, el investigador se responsabiliza a no exteriorizar la información obtenida, teniendo en cuenta la confidencialidad de los datos recopilados.

Veracidad. - En el presente proyecto plan de negocio, el investigador se compromete a presentar información veraz, real y coherente.

Integridad. - El investigador se responsabiliza a no exhibir información personal de los colaboradores quienes serán encuestados, protegiendo su identidad, seguridad y los derechos que le corresponde.

IV. RESULTADOS

Los resultados que se obtuvieron fueron el producto de la aplicación de la encuesta dirigido a una muestra de 224 personas madres de niños de 3,4 y 5 años de Satélite, con la finalidad de analizar la situación actual referente al problema encontrado en la presente investigación, para elaborar un plan de negocios para el logro de los objetivos institucionales de una empresa de Organización de Eventos infantiles.

OBJETIVO 01: Diagnosticar el mercado de la empresa en estudio

Conocer la situación original del negocio: se basa en la calidad de servicio, precios, clientes satisfechos, gustos y preferencias.

Tabla 1: En qué lugar le gusta realizar el cumpleaños de sus hijos?

	Respuesta	Cantidad	%
1)	En casa	55	25%
2)	En Centro Educativo	5	2%
3)	Local de eventos sociales	158	71%
4)	Restaurante campestre	6	3%
5)	Parque infantil	0	0%
Total general		224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 1 se evidencia que el 71% considera que prefiere realizar su evento infantil en un local. Asimismo, el 25% en su casa, lo cual indica que hay una preferencia en los locales sociales, mientras que el 2% prefieren en un centro educativo y el 3% en un restaurante campestre.

Interpretación: Por lo tanto, es necesario a futuro considerar en la visión tener un local para realizar los eventos dentro de los servicios y lograr la satisfacción del cliente que cuenta con poder de adquisición.

Tabla 2: De qué manera ud. realiza su evento infantil?

	Respuesta	Cantidad	%
1)	Contrata una empresa de evento infantil	47	21%
2)	Contrata servicios por separado	116	52%
3)	Realiza usted mismo la fiesta	51	23%
4)	Terceriza su evento	10	4%
Total general		224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 2 se evidencia que el 52% prefiere contratar servicios por separado para su fiesta infantil, asimismo, el 23% quiere realizar ellas mismas su evento infantil, el 21% contrata una empresa de servicios infantiles, finalmente el 4% terceriza su evento.

Interpretación: Por lo tanto, es necesario considerar que las personas que la mitad de encuestados aun no confían en las empresas organizadoras de eventos infantiles y prefieren contratar por separado, esto indica poder de adquisición.

Tabla 3: Cuál es su gasto promedio que estaría dispuesto a pagar para realizar su evento infantil?

	Respuesta	Cantidad	%
1)	1500 a 2500	74	33%
2)	2500 a 3500	43	19%
3)	3500 a 4500	43	19%
4)	4500 a 5500	16	7%
5)	5500 a más.	48	21%
	Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 3 se evidencia que el 33% puede pagar hasta 2500 soles para realizar su evento infantil, el 21% más de 5500 soles y el 19% 3500 a 4500 y finalmente 7% 5500 soles para realizar su fiesta infantil.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que existe en un poder de adquisición en los clientes, y no escatiman en precios para realizar su evento infantil, lo que indica que si es favorable que exista una empresa que organiza el servicio de eventos infantiles.

Tabla 4: Cuántos invitados promedio asisten a su evento?

	Respuesta	Cantidad	%
1)	20 a 30 invitados	213	95%
2)	30 a 40 invitados	7	3%
3)	40 a 50 invitados		0%
4)	50 a más.	4	2%
	Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 4 se evidencia que el 95% de invitados asistan a la mayoría de eventos infantiles de los encuestados, mientras que aproximadamente el 5% considera más de 50 invitados para su fiesta infantil.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que la mayoría de mamis considera un promedio de 30 invitados para su fiesta, lo que indica que la empresa organizadora de eventos infantiles considerará un local para las fiestas infantiles para satisfacción del cliente.

Tabla 5: Estaría de acuerdo que es muy importante que la fiesta infantil tenga una temática personalizada?

Respuesta	Cantidad	%
1) Totalmente en desacuerdo		0%
2) En Desacuerdo		0%
3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	21%
4) De Acuerdo	76	34%
5) Totalmente de acuerdo	101	45%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 5 se evidencia que casi el 80% está totalmente de acuerdo en que la temática es importante para su evento infantil. Mientras que el 21% esta neutral para esta característica de su fiesta.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que la decoración en un evento infantil es muy importante, lo que indica que el cliente tiene gustos y preferencias que debe tener en cuenta en el Plan de Negocios.

Tabla 6: Cuál de las siguientes actividades le gustaría que se incluya el día el evento infantil?

Respuesta	Cantidad	%
1) Actividades de magia	86	38%
2) Caritas pintadas	113	50%
3) Juegos con títeres	8	4%
4) Juegos de cuentos infantiles.	17	8%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 6 se evidencia que el 50% de encuestados prefieren que le agreguen a su evento infantil caritas pintadas, el 38% prefiere magia, y 12% prefiere cuentos y títeres en su evento infantil.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que los clientes tienen gustos y preferencias caritas pintadas en su evento infantil y títeres y cuentos, lo que indica que los clientes tienen gustos y preferencias por las caritas pintadas como actividad adicional en su fiesta infantil.

Tabla 7: Qué tipo de servicio prefiere al momento de contratar un servicio de eventos infantiles?

Respuesta	Cantidad	%
1) Paquete completo en un solo lugar	88	39%
2) Por separado buscando precios	136	61%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 7 se evidencia que el 61% prefiere buscar precios para realizar su evento infantil y el 39% prefiere contratar paquete completo para organizar su evento infantil.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que los encuestados están de acuerdo en contratar paquete completo y buscando precios por separado para organizar su evento infantil.

Tabla 8: Cómo califica ud el servicio de eventos infantiles?

Respuesta	Cantidad	%
1) Excelente	91	41%
2) Muy bueno	20	9%
3) Bueno	26	12%
4) Regular	87	39%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 8 se evidencia que el 50% de clientes considera excelente el servicio que recibió, aproximadamente el otro 50% considera que puede existir un mejor servicio del que ya recibieron.

Interpretación: Por lo tanto, es necesaria la implementación de estrategias para mejorar la calidad del servicio para mantener la satisfacción de los clientes y lograr la de aquellos que no consideran el servicio con calidad.

Tabla 9: Para Ud. qué es lo más importante en un evento infantil?

Respuesta	Cantidad	%
1) Animación	24	11%
2) Decoración	130	58%
3) Calidad en servicio	43	19%
4) Alimentación y golosinas	14	6%
5) Precio	13	6%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 9 se evidencia que el 90% de los clientes están de acuerdo que lo más importante en un evento infantil es la animación, decoración y calidad en el servicio que contratan, mientras que aproximadamente el 10% se interesa en las golosinas y el precio al momento de organizar su evento infantil.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que la animación, decoración y calidad en el servicio es de vital importancia para contratar una empresa organizadora de eventos infantiles, lo que indica que los clientes están de acuerdo que en calidad de servicio lo más importante es la animación y decoración infantil.

Tabla 10: ¿Cree Ud. que las empresas que organizan eventos infantiles brindan un verdadero servicio de calidad, según lo que espera el cliente en cuanto a gustos, temática, precios, etc.?

Respuesta	Cantidad	%
1) Totalmente en desacuerdo		0%
2) En Desacuerdo		0%
3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo		0%
4) De Acuerdo	6	3%
5) Totalmente de acuerdo	218	97%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 10 se evidencia que casi el 100% de encuestados está totalmente de acuerdo en que las empresas que organizan eventos infantiles deben tener en cuenta los gustos y preferencias de los clientes.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que los clientes están totalmente de acuerdo que lo más importante en una fiesta infantil es organizarla de manera completa en cuanto a precios, temática, animación, decoración, etc.

OBJETIVO 02: Diseñar el plan de negocio

El objetivo de la propuesta es elaborar un Plan de negocio para el logro de objetivos institucionales de una empresa de eventos infantiles en Satélite Chiclayo, la propuesta tiene como finalidad establecer la empresa con una imagen reconocida por su calidad y distintos servicios para organización de eventos infantiles, para ello se considera el siguiente plan de negocio:

- 1) Análisis del mercado: Identificar clientes potenciales.
- 2) Plan estratégico de la empresa: direccionar estrategias para posicionamiento de la empresa.
- 3) Plan de marketing: establecer estrategias de servicio, promoción, etc.
- 4) Plan de operaciones: identificar los resultados que desea alcanzar.
- 5) Plan de recursos humanos: buscar la mejora continua de la empresa.
- 6) Plan financiero: proyectar los resultados, precisar si es favorable el negocio.

OBJETIVO 03: Proyectar los resultados obtenidos de la implementación del plan de negocio de una empresa de organización de eventos infantiles en la ciudad de Chiclayo.

Tabla 11: Fases de la propuesta

N°	FASES (Dimensiones VI)	Objetivo	Actividades (sub dimensiones)	Indicador	Meta	Periodo	Responsable
01	Análisis de mercado	Identificar los recursos efectivos para captar y retener clientes.	Definir y determinar estrategias para identificar el mercado meta.	Identificar mercado objetivo (clientes potenciales)	100%	6 meses	Promotora y Colaboradores
02	Plan estratégico	Identificar y precisar las estrategias adecuadas para la toma de decisiones adecuadas.	Definir Visión, misión, valores, objetivos, estrategias.	Precisar estrategias direccionadas.	90%	4 meses	Promotora y colaboradores

	Plan de marketing	Lograr posicionarse en el mercado	analizar políticas para posicionamiento con estándares de calidad en el servicio	Establecer y fijar estrategias para lograr el posicionamiento del mercado objetivo	90%	3 meses	Promotora y colaboradores
03	Plan de operaciones	Identificar y determinar las acciones para ejecutarlas a corto plazo.	Definir y determinar la organización del negocio.	Determinar resultados a Alcanzar y reestructurar la organización del negocio.	90%	7 meses	Promotora y colaboradores
	Plan de recursos humanos	Desarrollar y mejorar las capacidades y habilidades del colaborador	Reclutamiento, selección, contratación Capacitación, motivación del personal	Evaluación de los colaboradores para continuar con la mejora del negocio	90%	3 meses	Promotor y colaboradores
04	Plan financiero	Identificar y determinar si es favorable o no la implementación del negocio.	Definir y lograr el presupuesto.	Determinar Proyección del presupuesto.	70%	6 meses	Promotora

1. Síntesis del problema identificado: de acuerdo al análisis de resultados los aspectos críticos para el logro de objetivos institucionales de una empresa de organización de eventos infantiles son: falta de satisfacción del cliente, precios, animación, decoración, música, alimentación saludable, dimensión emocional.
2. Visto el problema identificado el objetivo de la propuesta es: Lograr los objetivos institucionales de una empresa de organización de eventos infantiles, incrementando favorablemente los aspectos críticos mencionados y así poder implementar el plan de negocios.
3. para Fases de la Propuesta: Variable dependiente: Logro de objetivos institucionales de una empresa de eventos infantiles.
4. Resultados esperados: En el siguiente cuadro se fundamenta las razones por las cuáles se considera llegar a obtener resultados en los indicadores especificados en la operacionalización de la variable dependiente.

Tabla 12: Indicadores % variable dependiente

Nº	Indicador	Meta	Periodo	Fundamentación
01	Porcentaje de Clientes	80%	3 meses	Se puede llegar a la integración del 80% de los clientes y del servicio que brinda siendo coordinados de manera eficaz para conseguir los objetivos y controlando la manera de su desarrollo creciente de la empresa.
02	Porcentaje de ventas	90%	3 meses	Se puede llegar a la integración del 90% de las ventas con un buen servicio que brinda la empresa y así lograr y sostener su satisfacción del cliente con los servicios, generando confianza con el cliente y finamente orientándolo de forma fiable, precisa y motivadora siempre.
03	Porcentaje de capacitación	70%	4 meses	Se puede llegar a la integración de un 70% de capacitación a los colaboradores teniendo en cuenta al momento de solicitar el servicio porque es el compromiso que resaltaría en la importancia que tiene lo que exige y quiere el cliente para su evento.
04	Porcentaje del Desarrollo emocional.	90%	6 meses	Se puede llegar al 90% del desarrollo emocional del niño, debido que es fundamental en un evento, porque será un recuerdo feliz para su crecimiento y desarrollo psicológico del niño.

5. Síntesis del presupuesto: Costos totales de la implementación de la propuesta.

Personal / Materiales / Equipos / Servicios

Tabla 13: Síntesis de presupuesto

Recurso	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Sub Total
Laptop	Unidad	2	2,000.00	6,000.00
Publicidad	Unidad	3	500.00	1,500.00
Capacitaciones	Unidad	5	300.00	1,500.00
Movilidad	Unidad	Varios	500.00	1,000.00
Colaboradores	Unidad	4	100.00	400.00
total				S/. 10,400.00

V. DISCUSIÓN

De los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a las madres de satélite, se evidenció que prefieren organizar una fiesta infantil contratando una empresa con experiencia y que ofrezca servicios de calidad y con todos los detalles que se necesita para un evento infantil, esto permitirá diagnosticar el mercado de la empresa en estudio, y conocer la situación original del negocio, se evidenció que prefieren contratar una local para sus eventos infantiles y contratar los servicios por separado, lo cual indica que existe poder de adquisición, no escatiman precios para celebrar su evento y que sea inolvidable y que a su vez sea recordado con cariño.

Esta situación corrobora lo mencionado Cerquín, 2019, que es necesario contratar los artículos para la organización de un evento infantil y que sean completos. Además, es importante mencionar que el objetivo principal para el cliente es poder encontrar todo lo que busca para su evento, como resultado es la diferenciación de su servicio, integro y original. Se recomienda hoy en día con la Covid-19, sostener la tecnología para continuar brindando el servicio de organización de eventos infantiles, lograr el dominio de las redes sociales para continuar con los contratos e incrementar las ventas para desarrollo del negocio sin perder la discontinuidad del rubro infantil.

Por lo tanto, se considera que los clientes están totalmente de acuerdo que lo más importante en una fiesta infantil es organizarla de manera completa en cuanto a precios, temática, animación, decoración, etc.

En cuanto a diseñar el plan de negocio, formalizando la misión y visión de la empresa, los principales objetivos, establecer las estrategias a utilizar y finalmente ejecutar el plan de acción eficaz, los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a las mamis de Satélite se evidenció que la decisión de contratar una empresa organizadora de eventos infantiles depende del servicio completo que pueda ofrecer esta empresa, la preocupación de las madres es que en cada evento infantil se mencione los detalles netamente

infantiles para que de esta manera el niño memorice el recuerdo de su fiesta infantil con alegría y emociones infantiles.

Esta situación lo corrobora la Revista Credencial, (2016), donde comprueba que en tema de eventos infantiles celebrar y festejar los momentos importantes de cada persona es parte de las vivencias de la sociedad logrando buscar la armonía, alegría y hacer esos momentos inolvidables, el objetivo es celebrar esos instantes que se conmemoran y que deben ser recordados toda la vida. Este párrafo fue citado porque menciona la importancia de la celebración, lograr que el niño guarde en su memoria una celebración de cumpleaños con mucha alegría y cariño.

Por lo tanto, se incluyó en el plan de negocios influenciar en la mentalidad de los niños con una celebración de su evento infantil inolvidable para su familia especialmente para el homenajado.

En los resultados obtenidos de las encuestas respecto a gustos y preferencias que sostienen las mamis de satélite, arroja que prefieren la música infantil, las decoraciones con la temática actual de algún personaje animado infantil, con la música exclusivamente para niños, juegos didácticos, que la alimentación sea saludable y preocuparse más por la formación de residuos sólidos que se almacena al final de la fiesta.

Se corrobora lo mencionado con lo que dice Bardales, (2019), en su investigación relacionada con eventos infantiles, menciona la importancia de contar con una temática personalizada, animación garantizada, decoración relacionada con el vestuario y los colores del niño o niña y que sobre todo sea diferente a todas. Finalmente, los resultados son positivos, sobre todo los económicos, lo cual demuestra que este proyecto es favorable.

Así mismo, refuta lo mencionado Atica, (2018) en su investigación de eventos infantiles, menciona sus objetivos importantes como de involucrarse en el mercado infantil de manera comercial promoviendo distintos juegos didácticos personalizados para el desarrollo psicomotor de los niños logrando un mejor

desenvolvimiento en ellos y así formarlos con valores y buenos enfoques para el futuro. Estos juegos didácticos están dirigidos a niños hasta los 9 años de edad, siempre pensando en la exigencia infantil. Dentro de los métodos a utilizar, destaca el diseño con los detalles más resaltantes, técnicos y especializados para el lanzamiento del producto.

Por lo tanto, se concluye que el desarrollo del niño debe ser desde 0 años con formación integral dentro del hogar y que estos recursos educativos son el complemento para lograrlo. Se menciona lo afirmado con este autor por la importancia que la tiene y el desarrollo psicomotor del niño, lo cual se debe tener en cuenta.

En cuanto a proyectar los resultados obtenidos de las encuestas demuestran que existe poder de adquisición en los clientes y que están dispuestos a contratar una empresa de organización de eventos infantiles para realizar su fiesta. Respecto al objetivo de Proyectar los resultados obtenidos de la implementación del plan de negocio de una empresa de organización de eventos infantiles en la ciudad de Chiclayo, se consideró que la inversión de negocio es financieramente favorable, siempre y cuando cumpla con los estándares y objetivos establecidos por la empresa, los resultados logrados, si están dispuestos a contratar los servicios de una empresa organizadora de eventos infantiles en Satélite se evidencia que es importante y esencial enfocarse en fortalecer las estrategias para mejorar la calidad de servicio para lograr que el cliente este satisfecho y estar pendiente en las incomodidades y falencias que mencionan los usuarios durante el evento infantil. Se considera que es fundamental que el servicio de eventos infantiles debe cubrir al 100% las necesidades del usuario para lograr la motivación y satisfacción al momento de volver a contratar a la empresa y por ende su recomendación de la misma.

Se corrobora lo mencionado con Alvear & Tapia, (2018), donde relaciona el plan de negocios de eventos infantiles con la parte financiera utilizando métodos de análisis técnico, financieros, y así definir nuevas estrategias para

concretar el posicionamiento de la organización, cuando se analizó en la demanda insatisfecha de los clientes por costos, finalmente se recomienda que resaltar las tendencias infantiles sin dejar de reconocer y preservar los valores morales considerando además que se permitió influenciar a los posibles futuros clientes y así poder lograr todo lo trazado financieramente en el plan de negocio.

Por lo tanto, esta investigación ayuda a mencionar el significado de las preguntas que se realizó en las encuestas mediante estos estudios con enfoque mixto posibilita generar y validar las teorías, permite además contestar un concepto más amplio y completo de las preguntas de la investigación, estas fortalezas permitirán cubrir las debilidades potenciales de los investigadores e incrementará la posibilidad de generar los resultados obtenidos. Por otro lado, se considera que la acumulación de datos se puede quedar sin efecto exhaustivo y completo, pudiendo presentarse dificultades en la organización de un marco coherente y congruente para la investigación. Finalmente se observó los resultados que la situación actual es de clientes insatisfechos por la calidad del servicio, por el precio, por el lugar y demás detalles que complementan el evento infantil al momento de organizar y/o contratar el servicio. Se encontró una oportunidad de brindar un servicio totalmente diferente en todas sus dimensiones, debido a la demanda creciente y a la calidad de eventos que se exigen actualmente en la ciudad de Chiclayo. Para culminar se determinó que si es favorable implementar el plan de negocio para lograr los objetivos institucionales de una empresa organizadora de eventos infantiles en satélite Chiclayo.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluye que, al diagnosticar el mercado de la empresa en estudio, y conocer la situación original del negocio, existe factores que influenciaron como culturales, económicos, sociales y emocionales que permitieron observar una gran demanda insatisfecha por los clientes que recibieron diversos servicios del rubro infantil, por lo que es necesario crear una empresa de organización de eventos infantiles que destaque su servicio, su potencialidad al contratar y garantizar la calidad de servicio, publicidad, calidad de atención al cliente, entretenimiento entre otros.
2. A la vez se concluye también que, para diseñar el plan de negocio, formalizando la misión y visión de la empresa, los principales objetivos, establecer las estrategias a utilizar y finalmente ejecutar el plan de acción eficaz, la mayoría de clientes se encuentra satisfechos con ciertos servicios que contiene un evento, por lo tanto, fortalecer la misión, visión y objetivos de la empresa será el principal plan de acción y así cubrir las exigencias más notables del mercado objetivo.
3. Finalmente se concluye que para proyectar los resultados obtenidos de la implementación del plan de negocio de una empresa de organización de eventos infantiles en la ciudad de Chiclayo, observamos que existe la oportunidad de que el negocio sea favorable para implementarlo, debido que en esta localidad realizan eventos con frecuencia en los colegios de nivel inicial y de manera particular en locales y domicilios del cliente, esto beneficia totalmente y será volver a empezar para el negocio “Chikidalinas”, como buena iniciativa que logrará impulsar el desarrollo de los planes de negocios de eventos infantiles a través de una estructura básica con los detalles infantiles más sofisticados para sobresalir frente a la competencia, además será una oportunidad para generar entretenimiento innovador netamente infantil y lograr la plenitud del éxito.

VII. RECOMENDACIONES

1. A la Directivos de la empresa “las Chikidalinas”, autorizar la propuesta de solución y destinar el presupuesto para la implementación del plan de negocio para el logro de los objetivos institucionales de la empresa de organización de eventos infantiles en satélite Chiclayo, de esta manera se obtuvo los recursos necesarios y suficientes para lograr los objetivos de la empresa y a futuro posicionarse en el rubro infantil destacando por su calidad de servicio entre otros detalles.
2. A los colaboradores de la empresa, no dejar de continuar con la investigación de mercado constante para que los resultados sean frecuentes y crecientes, porque el cliente exigente nunca terminará de quedar satisfecho después del evento, esto mejorará el servicio brindado en el plan de negocio.
3. A los futuros investigadores, que continúen y busquen el problema de cualquier investigación de manera profunda con la finalidad de fomentar el crecimiento y desarrollo de aquellas empresas que sin darse cuenta se quedan en la rutina y desfasadas y que gracias a la tecnología y globalización se logra el emprendimiento de las más pequeñas organizaciones convirtiéndolas en empresas competitivas y así mantenerse como líder en el mercado.

VIII. PROPUESTA

Elaborar un Plan de negocios para el logro de los objetivos institucionales de una empresa de organización de eventos infantiles

OBJETIVO DE LA PROPUESTA: La propuesta tiene como finalidad establecer la empresa con una imagen reconocida por su calidad y distintos servicios para organización de eventos infantiles.

Para ello se considera implementar un plan de negocios que brinde un servicio diferente basándose en el rubro infantil respectivamente, teniendo en cuenta la música infantil, la decoración según el personaje animado del niño, el servicio de calidad que espera el cliente y finalmente lograr la satisfacción del cliente en su totalidad. Para ello es necesario reestructurar la organización: fortalecer la misión y visión de la empresa, potencializar las estrategias y el servicio brindado, incrementar las ventas, capacitar a los colaboradores y lograr el presupuesto deseado para cubrir los costos que mejorara el desarrollo continuo y exitoso de la empresa.

8.1. Resumen ejecutivo

En la actualidad la organización de eventos infantiles cada vez es más competitiva, está desarrollándose un crecimiento diferente y dejando de ser original en el tema infantil, se implementó este negocio para lograr los objetivos institucionales de la empresa buscando la satisfacción del cliente y demostrar si es favorable la implementación del mismo.

La empresa “Chikidalinas” está dedicada a la organización de fiestas infantiles para niños de 1 a 12 años, se ofrece un servicio íntegro que cumpla con todas las exigencias del cliente de manera eficaz y eficiente. Las empresas más representativas del mercado en cuanto a la organización de fiestas infantiles son diversas y están ubicadas en el centro de Chiclayo para facilitar la conexión con el cliente, estas determinan competencia agresiva especialmente por los años de creación, innovación y podemos decir por su infraestructura también.

Con la presentación del virus covid 19 podemos decir que el internet será un aliado muy importante al momento de promocionar la empresa. Las redes sociales

más usadas nos permitirán captar la atención inicial de los potenciales clientes dar el seguimiento de los gustos y preferencias, y poder comunicarnos directamente con el cliente con la frecuencia que corresponde, por esto, desarrollaremos un plan de negocios con la estructura necesaria para lograr el éxito esperado.

8.2. Descripción de la compañía o formulación de la idea de negocio

La idea de este negocio nos permitirá como planificar, organizar, controlar y dirigir la implementación del mismo, además nos dará la oportunidad de desarrollarnos como empresa de organización de eventos infantiles en Satélite Chiclayo de manera diferente logrando alcanzar los objetivos institucionales de la empresa de organización de eventos infantiles.

La empresa de organización de eventos infantiles en Satélite Chiclayo, lleva como nombre “Show infantil Las Chikidalinas”, y brinda un servicio que el cliente elegirá ya sea en local o en su propio domicilio. Así mismo utiliza los recursos necesarios para el evento infantil.

Según el enfoque nos proyecta realizar 2 contratos por fin de semana inicialmente, cada evento consta de una duración de 2 a 3 horas, en cuanto exista 2 a más eventos a la vez, se cubre de la mejor manera la asistencia a dichos eventos, siempre basándonos en la calidad del servicio sin dejar de ser significativo al mismo tiempo. Cada evento es alcanzar el entretenimiento del niño en base a educación, valores y aprendizaje de manera didáctica y divertida.

Naturaleza del negocio

El negocio de organización de eventos infantiles se desarrollará en la ciudad de Chiclayo en la localidad de satélite, con las siguientes actividades: se inicia contactando al cliente, se le informa el presupuesto de su evento según los requerimientos que solicita, se cierra el trato y por último concretamos pagos y desarrollo del evento infantil con todos los detalles definidos por el cliente.

El negocio se caracteriza por la diferenciación de servicios y calidad en los productos con juegos didácticos motivando la educación en valores y permitiendo a su vez el desarrollo emocional del niño de manera progresiva de esta manera se contribuye al aprendizaje y la educación del niño.

El negocio debe tener los requisitos:

- Nombre o razón social (derecho de nombre: S/.25)
- Inscripción (Sunarp S/.25)
- Naturaleza y fines comerciales: organización de eventos infantiles.
- Número de RUC (Sunat)
- Personal permanente y eventual.

a. Ubicación:

La ubicación del negocio por el momento solo será virtual, por la covid 19, estamos obligados a comunicarnos vía internet, de esta manera cumplir con los contratos y eventos virtuales. El lugar donde almacenar los materiales a utilizar para los eventos será en Satélite Chiclayo, domicilio de la promotora y parte de los colaboradores.

b. Equipos de trabajo:

El equipo de trabajo estará conformado por personas totalmente preparadas y proactivas con voluntad y aportando para el crecimiento y desarrollo de la empresa. Las funciones a realizar se harán de manera conjunta y en equipo para lograr los objetivos de la empresa, todos somos un equipo y todos colaboramos para cumplir las metas trazadas.

c. Políticas o normas de calidad en el negocio

Para garantizar la calidad del servicio, alcanzar los resultados optimizar la mejora continua de “Chikidalinas”, mencionamos las siguientes políticas:

- ❖ Fortalecer la diversión mediante actividades educativas.
- ❖ Decoración, animación basado en diseños creados por la propia empresa.
- ❖ Satisfacción del cliente con el servicio diferenciador.
- ❖ Innovación y desarrollo psicomotor del niño fortaleciendo la parte emocional.

8.3. Análisis del entorno

a. Análisis Político:

El estado intenta mantener estabilidad en el país en el entorno político, determinando ciertas estrategias como: invertir en el sector público, reducir impuestos, reactivar la comercialización debido que, la covid 19 afectó

totalmente, probablemente estas estrategias afecten a las pequeñas empresas, pero de manera positiva, porque estas inversiones de empresas generasen nuevos empleos para que exista mejor calidad de vida. Por lo tanto, la empresa está preparada para cualquier estrategia del estado para las pequeñas empresas y sobre todo en defensa del consumidor.

b. Análisis Económico:

Se incrementa la deuda pública, externa e interna. Estos cambios económicos que aparecen en el nuevo panorama del país son buenos para el desarrollo de la empresa, representando una oportunidad para la inversión en empresas de entretenimiento y recreación.

c. Análisis Social

El país se caracteriza por costumbres y tradiciones que se mantienen hasta la actualidad. Es un país lleno de festividades, lo cual es positivo para el negocio, porque brinda la oportunidad para ampliarlo e involucrarnos con otros tipos de eventos. Además, en este tipo de eventos infantiles se ha podido observar que los clientes no escatiman en el momento de organizar el mismo.

d. Análisis Tecnológico

El uso de internet y otras tecnologías de la información y la comunicación en el país se incrementó de manera resaltante por motivos de la pandemia. Es una buena oportunidad para la empresa porque gracias a las redes sociales permite incentivar los eventos infantiles a pesar de la gran pérdida que ocasionó a la empresa.

e. Análisis ambiental

La empresa es bastante considerada en proteger el medio ambiente, por lo tanto, estará pendiente de las leyes ambientales que se establezcan para su fiel cumplimiento en las que la empresa deba cumplir.

f. Análisis legal

La empresa está atenta a cualquier norma legal que aparece en el país.

g. Análisis cultural

Algunos programas de televisión logran incentivar a los niños a su personaje favorito para su fiesta, esto nos indica la temática, colores y diseño total para su evento, personalizado según el dibujo infantil elegido sin embargo ofrecer varias opciones implica también costos de inversión que a futuro no es problema.

8.4. SONDEO DE MERCADO

El enfoque utilizado para el mercado objetivo es utilizar la estrategia marketing para lograr enfocar las ventas en el negocio y permitir al cliente la recordación de la marca o nombre de la empresa. El uso de las redes sociales es la principal herramienta hoy en día para captar al cliente brindando la mejor información y persuadir para que decida el servicio de la empresa. Se programará visitas a colegios de primaria y de nivel inicial ofreciendo nuestros productos a los clientes potenciales. Algunas características que nos ayuda a sondear el mercado objetivo:

- a) Identificar mercado objetivo (clientes potenciales).
- b) Actualizar imagen de la empresa (temática, vestuarios, personajes).
- c) Innovación en el rubro infantil.
- d) Identificar las exigencias del cliente.
- e) Elaborar estrategias de publicidad y promociones.
- f) Determinar la frecuencia de contratar el servicio de eventos infantiles.
- g) Identificar y mejorar las falencias y falta de satisfacción del cliente.

8.4.1. Sondeo de mercado a nivel local:

En el mercado local se puede analizar el comportamiento de los potenciales clientes, los competidores y los proveedores.

A. CLIENTES:

Se define a nuestros clientes de perfil femenino, mujeres madres de 25 a 40 años que laboran en su domicilio, algunas en empresas, con un hijo o hija de 3,4 o 5 años, con posibilidad de celebrar el cumpleaños de sus pequeños individualmente o contratar a empresa de organización de eventos infantiles, siempre considerando los gustos y preferencias que solicitan.

B. COMPETIDORES:

Se observó por medio de las redes sociales a varias empresas que ofrecen el servicio de organización de fiestas infantiles en la ciudad de Chiclayo, consideramos los más competidores y representativos para el plan de negocio que proponemos en nuestra investigación:

- ❖ Confeti fiesta
- ❖ María Alejandra
- ❖ Monitos eventos
- ❖ Cix producciones
- ❖ Full eventos
- ❖ Kathy show infantil
- ❖ Arco iris eventos
- ❖ Christi eventos
especiales

Estas empresas mencionadas brindan diversos servicios para eventos en lugares personalizados de acuerdo a las exigencias del cliente donde principalmente los niños puedan divertirse y entretenerse. Estas empresas prestan servicios por separado y algunas son especialistas en organización de eventos infantiles.

C. PROVEEDORES:

Se debe establecer una buena relación duradera con los proveedores esto conllevará generar confianza e innovación, capacidad y compromiso de integración en el evento y proporcionando valor a los productos adquiridos debido que, nuestra misión es brindar un servicio de calidad, que logre la satisfacción del cliente y tranquilidad a los padres de familia.

8.5. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

a. Amenaza de competidores

Se habló de los factores del entorno político, económico y social y se considera un mercado fuerte, debido que el negocio necesita inversión baja y por el momento no existe regla o ley que impida la elaboración del plan de negocio.

Se puede asegurar, en el rubro infantil, ni en ningún otro rubro se considera que existe un líder, debido que por diferentes parámetros que determina cada empresa para brindar un servicio o producto siempre existe una diferencia que caracteriza en la competitividad. Además, se define que la competencia en el mercado no es muy grande y que es favorable implementar un plan de negocio diferenciador en el rubro infantil. Para ello se puede ofrecer un valor agregado que no se haya implementado en la competencia.

b. Rivalidad en el sector

Se considera en el sector sí existe competencia pequeña, lo cual existe como una oportunidad la implementación del negocio ofreciendo un servicio único y además teniendo la posibilidad de diversificar el servicio y lograr el

crecimiento del mercado objetivo. Existe la probabilidad de los competidores que la mayoría sean informales o tercerizan el servicio. No dejamos de considerar que siga creciente la competencia agresiva debido que el crecimiento infantil es cada vez mayor.

c. Amenaza de posibles sustitutos

Dentro de los posibles sustitutos que contiene la empresa de organización de eventos infantiles también está en la competencia, a diferencia de nosotros con el valor agregado que brinda, además de los locales y servicios adicionales que se ofrece en un evento. Este servicio creará un sentimiento en el cliente lo cual es para nosotros cuantitativo en ingresos sin dejar que es una amenaza los famosos terceros en servicios de baja seguridad y confianza.

d. Poder de negociación

En cuanto a los proveedores, se busca el contacto con los que ofrecen el mejor precio en productos sin dejar de lado la calidad del mismo. En cuanto a los clientes la empresa tratará de complementar todos los servicios en un solo lugar, para que el cliente evite contratar por separado y lograr la comodidad de un contrato integral para su evento, logrando así la diferenciación y credibilidad en la organización.

e. Poder de proveedores

Los proveedores poseen cierto poder de convencimiento en el negocio de nivel poco eficiente, teniendo en cuenta los diversos productos que ofrecen, inclusive algunos productos pueden ser fabricados por los propietarios y colaboradores.

8.6. PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

Se considera que es importante y fundamental que nuestro plan de negocios desarrolle este plan estratégico porque es el rumbo que se necesita para dirigirse al éxito esperado, desarrollar objetivos estratégicos obligatorios, prácticos, aplicables y ejecutables y plasmarlos en el crecimiento de la empresa. Además, este plan estratégico nos ayudará a cumplir los objetivos institucionales de la empresa, es

importante porque direccionamos al futuro con una visión de ser líderes en el mercado de organización de eventos infantiles con la diferencia de separarnos de la competencia por distintos servicios innovadores y creativos para ofrecer nuestro público objetivo obteniendo la satisfacción total del cliente.

8.6.1. VISIÓN:

Al 2021 ser reconocidos como líderes en el mercado y el número 01 en el rubro infantil, especialistas en organización de eventos Infantiles, asegurándonos de satisfacer a todos nuestros clientes. Buscar la sostenibilidad del negocio y una ampliación de oportunidades de desarrollo tanto profesional como personal a sus colaboradores.

8.6.2. MISIÓN:

Organizar eventos infantiles ofreciendo a nuestros clientes el perfeccionamiento y la inmejorable calidad de servicio continua, entretenimiento, decoración y animación infantil actualizados con los recursos más destacados y competitivos de forma eficiente logrando cubrir las necesidades y la entera satisfacción total de nuestro cliente.

8.6.3. VALORES:

Se considera los valores institucionales a los pilares más importantes de cualquier organización, igualmente podemos decir que es el código de conducta buscamos en nuestra vida diaria en el entorno laboral siempre logrando que los colaboradores de la empresa se identifiquen con cada uno de los valores establecidos en la organización.

1. Respeto: Reconocer y valorar las capacidades de los colaboradores, especialmente el esfuerzo en base a las habilidades los cuales contribuyen al desarrollo de la empresa siempre buscando la mejora continua, también es la base fundamental para una convivencia transparente y armoniosa. Para practicarla es obligatorio conocer los derechos de las personas. El respeto además es el interés por

comprenderse a sí mismo y a los demás y contribuir a llevar adelante sus planes personales y profesionales en este mundo tan exigente y competitivo. Sin un respeto activo, es difícil que todos puedan desarrollarse.

2. **Honestidad:** Todo el personal que labore en esta Empresa, mantendrá un compromiso transparente consigo mismo y con sus semejantes.
3. **Responsabilidad:** Es la consciencia de las consecuencias de todo lo que se hace o deja de hacer sobre sí mismo, la organización o sobre los demás.
4. **Eficiencia:** En una empresa hacer lo correcto en el momento oportuno implica involucrarse para el cumplimiento de los objetivos establecidos.
5. **Creatividad:** La creatividad es una forma talentosa de solucionar problemas del entorno, mediante intuiciones, combinación de ideas diferentes o conocimientos variados; aportes que resultan de la singularidad de los miembros.
6. **Disciplina:** Respeto hacia los principios y procedimientos establecidos por la Empresa.
7. **Compromiso:** Se considera sinónimo de identificación dentro de la empresa, cada colaborador que se identifica con la empresa está en compromiso con ella, cumpliendo eficientemente las labores encomendadas, practicar habilidades y conocimiento adquiridos y trabajar con dinamismo siempre, los resultados esperados serán inmediatos.
8. **Lealtad:** Tiene que ver con el sentimiento de apego, fidelidad y respeto que inspira a la organización, para llevar adelante acciones o ideas con las que los colaboradores se identifican.
9. **Perseverancia:** Es la fuerza interior que permite llevar a buen término las actividades que se emprende, realizadas con alta motivación y profundo sentido de compromiso.

8.6.4. ANÁLISIS FODA:

Gracias al análisis F.O.D.A. (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) que permite como una herramienta esencial que proporciona la información precisa para corregir los detalles que impiden en la gestión de un plan de negocios y lograr la mejora continua de esta. Además de diagnosticar la situación actual de la empresa también nos permite tomar las mejores decisiones con un panorama bastante claro y preciso y poder actuar de acuerdo a los objetivos establecidos.

Parte externa

Oportunidades:

- ❖ Dudosa definición de mercado objetivo de los competidores.
- ❖ Falta de identificación de calidad de servicio por el cliente.
- ❖ Aumento de la demanda.
- ❖ Presupuestos demasiado alto sin relación a la calidad de servicio.
- ❖ Competencia poco agresiva y en desorden organizacional.
- ❖ Escases de publicidad impactante.

Amenazas

- ❖ Clientes demasiado inconformes.
- ❖ Competencia informal en precios y servicios.
- ❖ Inestabilidad política y social
- ❖ Falta de identificación en calidad de servicio a buen precio,
- ❖ Desequilibrio de precios informales.

Parte interna

Fortalezas

- ❖ Elevado control de calidad en nuestro servicio
- ❖ Proveedores competentes.
- ❖ Servicio personalizado
- ❖ Estructura organizativa sólida y técnica
- ❖ Personal capacitado
- ❖ Servicio al cliente y facilidades de propuestas

- ❖ Profesionalismo y experiencia empresarial
- ❖ Trabajar al más bajo costo
- ❖ Publicidad y promoción de los servicios
- ❖ Facilidad de Pago a nuestros clientes

Debilidades

- ❖ No cuenta con local propio.
- ❖ Alteración de la demanda por la covid 19
- ❖ Publicidad poco notoria.

Estrategias FO

- ✓ Con mucha frecuencia observar la satisfacción del cliente para mantener la eficiencia y calidad del servicio.
- ✓ Conservar convenios con los mejores proveedores.
- ✓ Desarrollar la imagen de nuestro negocio con nuestra mejor garantía.
- ✓ Aplicar promociones y facilidades de pago para los clientes que requieren de nuestro servicio.

Estrategias FA

- ✓ Informar al cliente de las ventajas al obtener nuestro servicio.
- ✓ Las políticas del negocio ayudaran a desarrollar a optimizar el servicio en cuanto a precios y calidad.

Estrategias DO

- ✓ Aprovechar el desequilibrio y la falta de decisión de la competencia en cuanto a servicio de organización de eventos infantiles.
- ✓ Aprovechar y mejorar las propuestas de la competencia.
- ✓ Aprovechar la falta de satisfacción y orientación del cliente para fortalecerlo y mejorarlo y crear la credibilidad y confiabilidad del servicio que brindamos.

Estrategias DA

- ✓ Brindar seguridad y confianza en los clientes al contratar un servicio de calidad.

- ✓ Fortalecer la información que se obtiene al realizar un estudio de mercado.
- ✓ Investigar y observar con frecuencia a la competencia para desarrollar el mejor servicio posible por encima de precios competitivos.

8.6.5. Objetivos estratégicos

- Identificar y precisar las estrategias adecuadas para la toma de decisiones adecuadas.
- Incrementar la satisfacción del cliente.
- Posicionarse en el mercado objetivo.
- Ser atendidos y orientar al cliente de inicio a fin del evento.
- Capacitación constante a los colaboradores (animadores).
- Recursos innovadores según la temática.
- Incrementar y desarrollar los contratos virtuales.
- Fomentar el uso de las redes sociales para optimizar la comunicación.
- Estrategias de diferenciación.

8.6.6. Estrategia del negocio

- Incrementar el liderazgo en costos
- Posicionarse en el mercado objetivo.
- Ser atendidos al cliente de inicio a fin del evento.
- Capacitación constante a los colaboradores (animadores).
- Recursos innovadores según la temática.
- Incrementar y desarrollar los contratos virtuales.
- Estrategias de diferenciación.

8.6.7. Fuentes generadoras de ventaja competitiva

Las fuentes que aplica el negocio es competir con las empresas del mercado bajo ciertos enfoques que sean diferenciadores como, por ejemplo:

- ✓ Brindar el mejor servicio de eventos infantiles

- ✓ Generar el mejor momento de entretenimiento y diversión
- ✓ Ser únicos y originales en el desarrollo del evento
- ✓ Ofrecer el servicio de profesionales altamente profesionales y competitivos
- ✓ Realizar análisis de nuestras capacidades y entorno de mercado.
- ✓ Establecer objetivos realizables, alcanzables y motivadores.
- ✓ Brindar un servicio de entretenimiento basado en el contenido educativo relacionado con valores y actividades de aprendizaje despertando el desarrollo psicomotor del niño.
- ✓ Brindar al cliente de manera personalizada cumpliendo con las necesidades más exigentes que él lo requiera a precios justos y logrando la satisfacción del cliente.

8.7. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing para este negocio requiere llegar al público objetivo ya definido, con el objetivo de lograr el posicionamiento debemos cubrir las exigencias y necesidades del cliente para lograr la satisfacción del mismo.

8.7.1. Objetivos de marketing

- ✓ Implementar un plan de marketing para incrementar el posicionamiento de la empresa de organización de eventos infantiles.
- ✓ Lograr la participación en el mercado infantil.
- ✓ Generar normas respecto a precios competitivos.
- ✓ Brindar un servicio de calidad que incremente la satisfacción del cliente.
- ✓ Ofrecer servicio de decoración y animación infantil personalizado de acorde a la temática elegida por el cliente.
- ✓ Innovación de juegos dinámicos y didácticos favorables para el desarrollo emocional del niño.
- ✓ Motivar y orientar el uso de las redes sociales a los clientes para generar contratos virtuales y lograr la captación y retención de los clientes.

- ✓ Incrementar el nivel de recordación en los clientes.

8.7.2. La Mezcla de marketing

Utilizaremos el Marketing Mix para difundir la mejor imagen publicitaria de nuestro negocio infantil, analizaremos las 4Ps.

Tabla 14: Marketing

<p>Producto: Servicio de Organización de Eventos Infantiles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Los eventos tienen algunos detalles en común o básicas, pero no se quiere perder la originalidad. b) El servicio va dirigido a celebrar eventos hasta niños de 12 años con sano entretenimiento infantil. c) En el evento se incluye desarrollo de valores y educación. d) Ofreceremos el show infantil incluyendo juegos didácticos, magia, concursos, musicales, cuentos, entre otros. e) También se ofrece servicio para chocolatadas navideñas y cualquier celebración infantil. f) El servicio también incluye tercerización de servicios para complementar el evento. (toldos, mesas, sillas, arreglos, sonido, zancos, etc.)
<p>Precio</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) El precio será competitivo basado en nuestros costos y variables. b) Tendremos en cuenta el margen de ganancia al momento de tercerizar algún servicio adicional. c) Los precios pueden ser igual a la competencia, pero con la política de diferenciación en la calidad de servicio. d) El precio se cancelará 50% al inicio y 50% al final del evento.
<p>Plaza:</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) La distribución del servicio será la venta directa cuando se realiza el contrato con el cliente final. b) El contrato del servicio será actualmente vía redes sociales, debido que, a la covid 19, se congelaron los eventos presenciales y los contratos, por el momento se realizara la comunicación con el cliente de manera virtual.

<p>Promoción:</p>	<p>a) Por el momento la promoción de nuestro servicio de organización de eventos infantiles será de forma virtual, más adelante programaremos volantes, afiches, talleres, etc.</p> <p>b) En esta situación de la covid 19 se ha visto como hemos sido afectado diversos negocios, algunos lo han superado de manera rápida, otros como el sector infantil ha sido afectado, ya que la animación y organización de eventos infantiles no es lo mismo realizarlo de manera virtual. Se considera por esta razón realizar promociones por las redes sociales con frecuencia y casi todo el horario, seguir subiendo fotos y videos de los eventos que se realizaron de manera presencial y como se desarrolle los de forma virtual, tratamos de realizarlo de la misma forma para que el niño logre ser incentivado y motivado el día del evento, pero no podemos garantizar la satisfacción del niño. Por otro lado, se piensa realizar de manera presencial considerando todos los protocolos necesarios, pero hacerlo en la casa del niño en la parte exterior, en el frontis de la casa realizar el evento para que el homenajeado al menor pueda visualizar el show infantil que le ofrecemos. Esperamos que nos brinde un porcentaje de comprensión por parte de los clientes.</p>
--------------------------	--

8.7.3. Descripción de producto o servicio

La empresa se encarga de organizar y diseñar el evento infantil personalizado como lo requiera el cliente según sus gustos y preferencias, para ello contamos con los mejores profesionales en el ámbito para ofrecer el mejor servicio de organización de eventos infantiles además de ser innovadores y generar confianza en el cliente de esta manera mencionamos la calidad del servicio donde el cliente nos permite valorar nuestro servicio diferenciador y las diversas cualidades que comparan y distinguen de la competencia, sin dejar de lado la decoración que consideramos una de las principales características que nos diferencian así como la marca para identificarnos en el momento que se trata de

eventos infantiles y nuestra imagen que será el cliente el mejor jurado. Se tendrá en cuenta lo siguiente:

- a) La estrategia de diferenciación es destacar, al ofrecer un servicio de organización de eventos infantiles, generando credibilidad, confianza, buena calidad de servicio, atención de clase A-1 de principio a fin mostrando las mejores cualidades de los colaboradores, mostrando además el interés y el cariño en el trato a los niños durante el evento como fuente de vital importancia.
- b) Conocer la percepción del cliente ante un servicio contratado de resultados negativos.
- c) Diseñar un proceso de servicio altamente calificado e innovador.
- d) Identificar, analizar y mejorar los precios más competitivos del mercado.
- e) Actualizar imagen de la empresa (temática, vestuarios, personajes).
- f) Innovación en el rubro infantil.

8.7.4. Estrategia de precio

El precio que se ofrecerá será altamente competitivo, de acorde al mercado, pero va a depender de la forma como el cliente solicite el diseño de su evento, relativamente aumentará y mejorará el precio y servicio en beneficio del cliente.

8.7.5. Estrategia de distribución o plaza.

El servicio de organización de eventos infantiles tendrá como sede principal satélite, pero se brindará servicio según la publicidad que comprenderá todo Chiclayo, además de ofrecerlo de manera virtual debido que, hoy en día afectados por la pandemia covid 19, se estará realizando eventos virtuales con los protocolos necesarios que indica el cuidado del presente virus que nos alteró las actividades programadas afectando principalmente la economía. Se considera lograr una buena distribución en los eventos infantiles por las redes sociales más usadas para la comunicación con el cliente, realizaremos los eventos tal y cual como lo realiza un concierto en vivo, pero de forma virtual, también somos conscientes que la satisfacción del cliente nos era de la misma dimensión cuando realizamos un evento infantil de manera presencial. Sumando nuestras actividades organizaremos un cronograma de actividades por las calles más frecuentes por nuestra localidad realizando un mini evento para que

el público objetivo mantenga la recordación de nuestra empresa, siempre teniendo en cuenta los protocolos que indica el cuidado de la covid 19.

8.7.6. Estrategia de promoción

Prácticamente en todo el año 2020 las actividades de promoción se han realizado de manera virtual, por las redes sociales más utilizadas por el público en general tratando de esta manera no perder conexión con el cliente debido que, los eventos infantiles son inevitables por consideración al niño o festejado por su cumpleaños, logrando así confianza y estar presente en la mente de los clientes potenciales respectivamente y más adelante de manera creciente de forma presencial mediante volantes, ferias, celebraciones, etc.

8.7.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa

Después de haber culminado el contrato y realizado el evento infantil, es obligatorio considerar una pequeña encuesta para tener información de la satisfacción del cliente.

8.7.8. Estrategia de posicionamiento

- a) Considerar ser una empresa flexible cuanto a parámetros que designa el cliente para organizar su evento infantil y mantener comunicación antes, durante y culminando el evento, generando confiabilidad en el cliente.
- b) Brindar un servicio integral y diferente con vasta experiencia para el desarrollo del evento y cumplir las exigencias del cliente, teniendo profesionales enfocados en el ámbito infantil desarrollando entretenimiento y diversión exclusivamente para niños.
- c) Lograr un beneficio original y emocional: integración familiar, lo que no se encontrará en la competencia.
- d) Considerar tener y sostener originalidad en el servicio de organización de eventos infantiles.
- e) Buscar una forma especial de posicionarnos teniendo un atributo especial como ofrecer beneficios únicos en el servicio y diferenciarnos con cualidades inéditas en cuanto al diseño y organización de eventos infantiles.

- f) Alcanzar una alta aceptación en el rubro infantil y posicionar una imagen con recordación absoluta y cómoda.

Internet y publicidad

Chikidalinas paga un servicio de internet y publicidad mensual de 165 soles, solo por redes sociales, de manera presencial se realiza una publicidad de tarjetas de presentación que se ofrece al final de cada evento, el costo de 80 soles por cada millar de tarjetas, mensual se utiliza 2 millares aproximadamente.

8.8. PLAN DE OPERACIONES:

El plan de operaciones definido para este negocio implica desarrollar estrategias para lograr actividades eficientes esperando optimización en los resultados. La empresa "Chikidalinas" brindará servicios para eventos infantiles que se realizaran en lugares elegidos por los clientes para la celebración, se estima mayormente en sus hogares. Los eventos infantiles por lo general dura 3 a 4 horas según nuestros estudios de mercado. El enfoque de la empresa "Chikidalinas" está dirigido en la calidad de sus productos, el cumplimiento de los pedidos del cliente, la satisfacción de las necesidades y generar una experiencia significativa que sobrepase las expectativas del cliente. De este modo se define la imagen de la organización y el reconocimiento de marca mediante la transmisión de cada cliente en base a la experiencia vivida al momento de contratar el servicio de nuestra empresa.

8.8.1. Objetivos de operaciones

- a) Realizar eventos al alcance de los clientes con experiencias significativas basadas en el aprendizaje del niño, y transmitir que la educación es factor importante en su conducta.
- b) Lograr que la fiesta sea divertida e involucrada desde los intereses del niño como gustos por la música, juegos divertidos, preferencias en alimentación.
- c) Transformar una fiesta infantil a una experiencia divertida llena de aprendizajes basados en valores y entretenimiento sano.
- d) Cumplir con las necesidades de los clientes no olvidando que la observación del cliente es vital.

- e) Cuidar la experiencia del servicio que se brinda y se promociona, desde la primera entrevista con el cliente hasta la finalización del evento.
- f) Capacitar a los colaboradores para lograr vasta experiencia en animación infantil.
- g) Optimizar el tiempo y recursos que se utiliza para la organización y desarrollo del evento infantil.
- h) Lograr que los clientes o padres de familia cuenten con un servicio optimo y que cumpla con todos sus requerimientos y exigencias.
- i) Contar con excelentes relaciones con las personas involucradas en distribuirnos los materiales y recursos para el evento y lograr sean entregados en tiempo prudente sin causar inconvenientes.
- j) Identificar y determinar las acciones para ejecutarlas a corto plazo.

8.8.1.1. Estrategias de operaciones:

- ✓ Contratar personal capacitado y con vasta experiencia en animación infantil para destacar en el evento con su entretenimiento.
- ✓ Mejorar y optimizar el tiempo y recursos que se utilizaran para el evento y desarrollo del mismo. De esta manera los padres de familia podrán contar con un servicio oportuno y que cumpla con todos sus requerimientos y exigencias.
- ✓ Contar con una buena relación con los proveedores para que los materiales sean entregados de ser posible de forma inmediata o en un tiempo mínimo establecido cuando la decoración y materiales sean personalizados.

8.8.1.2. Actividades previas al inicio de la producción

- ✓ Contacto inicial: Brindar información al cliente.
- ✓ Analizar requerimientos del cliente: Conocemos lo que necesita el cliente.
- ✓ Proponer los servicios que brinda la empresa según los gustos del cliente
- ✓ Tematización del evento: Orientar y convencer al cliente.
- ✓ Confirmación del evento: Concretar y confirmar detalles y datos del cliente.
- ✓ Contrato y firma: Firma del cliente con los requisitos solicitados.

- ✓ Pago 50%: Entrega de la mitad del costo del evento.
- ✓ Día del evento: Inicio de actividades.

8.8.1.3. Proceso de producción del bien o servicio

El negocio ofrece un servicio de calidad, diferenciado, personalizado, ajustado a cualquier reglamento establecido de seguridad en cuanto a menores de edad y resaltar uno de los objetivos principales brindar entretenimiento sano y divertido para los niños hasta 12 años de edad en horarios de matinés, y lo más importante es que los niños con personal de control, lo que garantiza una fiesta y genera confianza en los padres de familia.

- a. Realizar el contrato del cliente
- b. Supervisar el lugar donde se realiza el evento
- c. Iniciar la decoración personalizada
- d. Verificar instalaciones del sonido musical, lugar y responsable
- e. Ubicación correcta de la animadora y juegos infantiles
- f. Inicio del evento
- g. Comunicación eficaz durante el evento con la mama anfitriona
- h. Finalizar el evento, despedida adecuada y correctamente amable y cordial
- i. Solicitar el pago del 50% restante del costo del evento.
- j. Preguntar y observar la satisfacción del cliente.

8.8.1.4. Personal

- ✓ Promotora (Gerencia)
- ✓ Animadoras (Administrativo)
- ✓ Contador externo
- ✓ Marketing (Promotora)
- ✓ Personal Operativo
(decorador, filmador, etc.)

Servicio infantil:

La empresa “Chikidalinas” es un negocio que se dedica a la organización de eventos infantiles, ofreciendo a los clientes el mejor servicio en todos los requerimientos contratados por los padres de familia, Todos los servicios se desarrollan durante 3 horas, lo que dura la fiesta infantil. Para que nuestro negocio puede establecer el éxito del evento y satisfacción del cliente, es necesario conocer la cantidad de invitados, el lugar, fecha y la temática para desarrollar el evento infantil de la mejor manera. los servicios que ofrece el negocio y terceriza son los siguientes:

1. **Animación infantil:** Consta de animadoras correctamente vestidas y capacitadas para la animación de la fiesta con el respectivo y adecuado trato cordial, amable y con carisma para ofrecer la diversión con los niños.

El vestuario que se presentará la animadora estará en relación a la temática y al personaje infantil que elija el cliente. La animación durará 3 horas con 2 espacios de break para la alimentación de los invitados, culminada la fiesta se le otorgará un espacio para las fotos que deseen tomarse los invitados con las animadoras. El evento brinda la seguridad y confianza para que el niño se encuentre satisfecho durante su fiesta, las actividades y juegos son para niños y adultos y así lograr la mejor captación de entretenimiento y diversión a los invitados, contamos con el personal capacitado y competitivo para este tipo de actividades y baile con sus propias coreografías, personal de apoyo.

Consideramos el siguiente proceso durante la animación:

- ✓ Elegimos a la animadora para el día del evento.
- ✓ Las animadoras van preparadas con las coreografías ya establecidas.
- ✓ Adicionalmente si el cliente lo solicita se incluye, zancos, magos, etc.
- ✓ El cliente proporcionará los premios y sorpresas que las animadoras entregaran a los niños que participan en los juegos didácticos que se ofrece.

2. **Decoración:** el cliente puede elegir, toldos, globos, rosas, cintas, etc. De acuerdo lo que elige el cliente.

La decoración que ofrece “Chikidalinas” es sin duda la más innovadora y resaltante que brinda, la duración será depende del lugar que se va a decorar,

en casa 2 horas, en local 4 a 5 horas, el espacio es el más impactante por los invitados, desde ya el primer punto donde el cliente ya siente satisfacción por el servicio. Los colores y los dibujos en el fondo de la mesa son los notorios para llamar la atención del invitado. Consideramos el siguiente proceso durante la decoración:

- ✓ Proveer los dibujos del personaje elegido por el cliente.
- ✓ Decorar el local o casa del homenajeado inicialmente con el fondo de la mesa.
- ✓ Decorar la mesa con mantel o mesa de vidrio, según la elección del cliente.
- ✓ Colocar en el ambiente seleccionado globos con la foto del homenajeado.
- ✓ Ambientar el local con figuras infantiles, telas, luces, etc.
- ✓ Definir el lugar donde aparecerá el homenajeado al iniciar la fiesta, el lugar de la animadora y el lugar del sonido musical.
- ✓ Adecuar las mesas para los juegos y las actividades recreativas
- ✓ Decorar finalmente con el nombre del niño en la mesa o en la pared junto con el número que indica su edad.

3. **Filmación:** el filmador hace su trabajo todo el tiempo que dure el evento, generalmente es de 3 horas.

El filmador llegará antes de iniciar la fiesta con sus respectivos implementados, asegurándose el fluido eléctrico y que todo esté en perfectas condiciones para evitar adversidades con el trabajo. El filmador utiliza una cámara profesional y una cinta de 2.5 horas para el evento. Terminado el evento, el filmador editará la cinta y la entregará en menos de 48 horas con un duplicado de la grabación del evento. Este servicio incluye fotografías a gusto del cliente que se entregará en un CD.

4. **Sonido musical:** el sonido realiza su trabajo dirigido con un responsable de colocar solamente música infantil adecuada para el evento. El responsable del sonido utiliza una torre más la fuente de sonido cuando es en casa el evento, pero si es en un local utilizará 2 torras más la fuente de sonido, sumado a ello la música selecta totalmente infantil. El tiempo de contrato del sonido es de 3 horas con espacios para la alimentación de los invitados.

5. **Mesas y sillas:** según el tamaño del local y la cantidad de invitados se ofrecerá este servicio. Las mesas y sillas que contrate el cliente, dependerán de la cantidad de invitados, las mesas y sillas pueden ir de manera normal, es un costo adicional si las sillas y mesas (plástico o vidrio) llevan forros (tela raso de brillo) adicionales del color que el cliente elija.
6. **Accesorios para la mesa:** se ofrece fuentes, ruletas, copas, etc, según lo necesario y el tamaño de la mesa que se acondicione para el evento.
Los accesorios son elegidos por el cliente, “Chikidalinas” ofrece fuentes, copas, ruletas, etc, materiales de trupan, cartulina y aluminio, todo esto es para los dulces que se colocan en la mesa.

DIVERSOS PAQUETES INFANTILES: (Duración 3 horas)

Servicio infantil N°01

- ✓ Show infantil (una animadora y una bailarina)
- ✓ Personaje según la temática
- ✓ S/. 280.00

Tabla 15: PAQUETE N° 01

SERVICIO INFANTIL N° 01					
	personas	tiempo	costo	utilidad	costo total
animadora	1	3 horas	80.00	16.00	96.00
bailarina	1	3 horas	60.00	12.00	72.00
personaje	1	1 hora	80.00	16.00	96.00
movilidad			14.00	2.00	16.00
Total			234.00	46.00	280.00

Servicio infantil N°02

- ✓ Decoración (arco de globos y fondo de mesa, mantel y luces).
- ✓ Show infantil (una animadora y una bailarina)
- ✓ Personaje según la temática
- ✓ S/. 480.00

Tabla 16: PAQUETE N° 02

SERVICIO INFANTIL N° 02					
	personas	tiempo	costo	utilidad	costo total
animadora	1	3 horas	80.00	16.00	96.00
Bailarina	1	3 horas	60.00	12.00	72.00
personaje	1	1 hora	80.00	16.00	96.00
decoración	1	1 hora	160.00	32.00	192.00
movilidad			21.00	3.00	24.00
Total					480.00

Servicio infantil N°03

- ✓ Decoración (arco de globos y fondo de mesa, mantel y luces)
- ✓ Show infantil (una animadora y una bailarina)
- ✓ Personaje según la temática
- ✓ Equipo de sonido (1 torres y un DJ para colocar la música)
- ✓ S/. 650.00

Tabla 17: PAQUETE N° 03

SERVICIO INFANTIL N° 03					
	personas	tiempo	costo	utilidad	costo total
animadora	1	3 horas	80.00	16.00	96.00
bailarina	1	3 horas	60.00	12.00	72.00
personaje	1	1 hora	80.00	16.00	96.00
decoración	1	1 hora	160.00	32.00	192.00
sonido + DJ	1	4 horas	125.00	25.00	150.00
movilidad			41.00	3.00	44.00
total					650.00

Servicio infantil N°04

- ✓ Decoración (arco de globos y fondo de mesa, mantel y luces)
- ✓ Show infantil (una animadora y una bailarina)
- ✓ Personaje según la temática
- ✓ Equipo de sonido (1 torres y un DJ para colocar la música)

- ✓ Hora loca (1 zanco y 1 bailarina)
- ✓ S/. 800.00

Tabla 18: PAQUETE N° 04

SERVICIO INFANTIL N° 04					
	personas	tiempo	costo	utilidad	costo total
animadora	1	3 horas	80.00	16.00	96.00
bailarina	1	3 horas	60.00	12.00	72.00
personaje	1	1 hora	80.00	16.00	96.00
decoración	1	1 hora	160.00	32.00	192.00
sonido + DJ	1	4 horas	125.00	25.00	150.00
hora loca	2	1 hora	125.00	25.00	150.00
movilidad			41.00	3.00	44.00
total					800.00

Servicio infantil N°05

- ✓ Decoración (arco de globos y fondo de mesa, mantel y luces)
- ✓ Show infantil (una animadora y una bailarina)
- ✓ Personaje según la temática
- ✓ Equipo de sonido (1 torres y un DJ para colocar la música)
- ✓ Filmación (tercero) (180)
- ✓ Hora loca (1 zanco y 1 bailarina)
- ✓ 10 mesas, 50 sillas forradas
- ✓ S/. 1,200.00

Tabla 19: PAQUETE N° 05

SERVICIO INFANTIL N° 05					
	personas	tiempo	costo	utilidad	costo total
animadora	1	3 horas	80.00	16.00	96.00
bailarina	1	3 horas	60.00	12.00	72.00
personaje	1	1 hora	80.00	16.00	96.00
decoración	1	1 hora	160.00	32.00	192.00
sonido + DJ	1	4 horas	125.00	25.00	150.00
hora loca	2	1 hora	125.00	25.00	150.00
filmación	1	2 horas	150.00	30.00	180.00
10 mesas y 50 sillas	1	4	180.00	36.00	216.00

		horas			
movilidad			45.00	3.00	48.00
total					1,200.00

Servicio infantil N°06 (Paquete completo)

- ✓ Decoración (arco de globos y fondo de mesa, mantel y luces).
- ✓ Accesorios para la mesa (fuentes, ruletas, kiosko)
- ✓ Show infantil (2 animadora y 2 bailarinas)
- ✓ Personaje (2) según la temática
- ✓ Payaso personalizado
- ✓ Equipo de sonido (2 torres y un DJ para colocar la música).
- ✓ Filmación (tercero)
- ✓ Hora loca (2 zancos y 2 bailarina)
- ✓ 10 mesas, 50 sillas forradas
- ✓ Toldos y oleajes para su alrededor del local, arco de globos, caja para regalos
- ✓ Movilidad general
- ✓ S/. 2,500.00

Tabla 20: PAQUETE N° 06

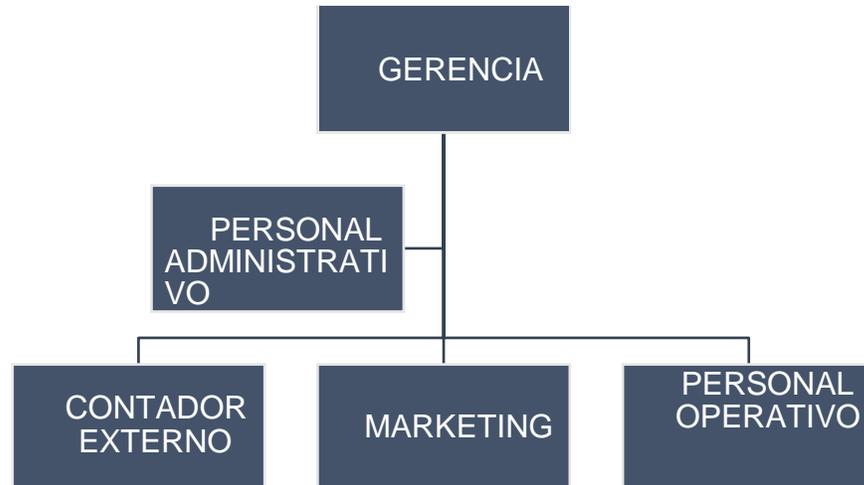
SERVICIO INFANTIL N° 06	personas	tiempo	costo	utilidad	costo total
animadora	2	3 horas	160.00	32.00	192.00
bailarina	2	3 horas	120.00	24.00	144.00
personaje	2	1 hora	160.00	32.00	192.00
decoración	1	1 hora	160.00	32.00	192.00
accesorios para mesa	1	4 horas	200.00	40.00	240.00
sonido + DJ	1	4 horas	250.00	50.00	300.00
hora loca	2	1 hora	250.00	50.00	300.00
filmación	1	2 horas	150.00	30.00	180.00
10 mesas y 50 sillas	1	4 horas	140.00	28.00	168.00
payaso	1	1 hora	100.00	20.00	120.00
toldos y oleajes	1	4 horas	200.00	40.00	240.00
arco de globos	1	4 horas	100.00	20.00	120.00
caja de regalos		4 horas	45.00	9.00	54.00
movilidad			58.00	-	58.00
total					2,500.00

8.9. DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS

La estructura del plan de recursos humanos nos permite detallar las funciones del personal para controlar y dirigir el negocio eficiente y eficazmente en el

proceso de organización de eventos infantiles. Debemos considerar que el clima laboral en cualquier negocio es clave para la producción de sus colaboradores.

Organigrama de Talento humano



a. Gerencia

Es el Representante Legal de la Empresa encargada de la administración del negocio

Funciones:

1. Planifica, organiza y coordina los eventos en proceso.
2. Supervisa y controla.
3. Coordina con los proveedores.
4. Controla la parte financiera.

b. Personal Administrativo

Es la persona encargada de la parte administrativa, gestiones y documentos.

Funciones:

1. Agenda los contratos por eventos y elabora los contratos.
2. Controla los comprobantes emitidos por la empresa.

c. Contador Externo

Encargado de la contabilidad de la empresa de manera externa y en forma mensual.

d. Marketing

Encargado de la publicidad de la empresa, contactar clientes nuevos y captarlos.

e. Personal Operativo

Son las personas animadoras del evento infantil, además el decorador, filmador y ayudantes según sea necesario.

Funciones:

1. Ser dinámicas, proactivas y muy carismáticas, porque son el alma de la fiesta infantil con su animación profesional en entretenimiento y diversión garantizada.
2. Mantener comunicación efectiva y cordial durante el evento hasta el final.

A. Política de recursos humanos

1. Cada función que realiza un colaborador está basada en responsabilidad y eficiencia total para enfrentar cualquier contingencia que se presente en el negocio.
2. Se considera los valores morales de formación respetando la jerarquía de la organización.
3. Establecer con seguridad y confianza un buen clima laboral.
4. La protección a los colaboradores de forma legal y respaldado por la empresa es la mayor confianza dentro de la empresa.

B. Código de ética

Chikidalinas cuenta con el código de ética para cumplir para que de esta manera la organización siga en la dirección de mejora continua, para este código de ética indicaremos a un responsable considerado como líder para cualquier adversidad pueda solucionar en el momento oportuno para no alterar nuestras actividades no los objetivos trazados por la empresa. Tratamos de cumplir los objetivos con igualdad y oportunidad para los colaboradores, lealtad y diferentes valores que caracterizan a nuestra

organización. La ética puede mejorar lo siguiente:

- ✓ La confianza de los clientes
- ✓ Lealtad y transparencia en los colaboradores.
- ✓ Compromiso
- ✓ Conflictos de interés.
- ✓ Cumplimiento de los objetivos.
- ✓ Uso de los servicios de la empresa.
- ✓ Conducta de los colaboradores.
- ✓ Igualdad de oportunidad.
- ✓ Conservar imagen transparente de la empresa
- ✓ Motivación y satisfacción del personal.

Dentro del código de ética tenemos en cuenta los principios que están relacionados con el desarrollo de la empresa y la gestión de la organización direccionada al éxito, consideramos que dentro del desarrollo personal es necesario y frecuente desarrollar principios que engrandecen a la sociedad en la que convivimos, mencionamos algunos:

- ✓ **Trabajo en Equipo.** – nuestra organización tiene como finalidad lograr y mantener un trabajo en equipo creando un excelente clima laboral para facilitar el rendimiento y la producción de la empresa y así generar valores que permitan lograr nuestros objetivos.
- ✓ **Servicio de calidad.** – el servicio que ofrece nuestro negocio está enfocado en su calidad donde cumple de inicio a fin las exigencias de nuestros clientes más potenciales y difíciles.
- ✓ **Compromiso.** – el compromiso que posee cada colaborador de nuestra organización es responsable y se concientizan en la obligación y la identificación que merece y necesita la organización y de esta manera promover el desarrollo humano, espiritual y fraterno dentro de la empresa.
- ✓ **Cultura organizacional.** – nuestra cultura basada en valores, solidarios con la sociedad conservando nuestras tradiciones y

respetando la etapa más importante en el niño, la infancia, así cada evento está basado en su propio nombre: evento infantil.

- ✓ **Ética.** – la organización Chikidalinas se mantiene firme en sus valores éticos de la empresa, como honestidad, lealtad, responsabilidad, y respeto, todos los colaboradores demuestran su espíritu humano y profesional que les caracteriza.

891. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal

- ❖ **Reclutamiento:** se realiza las convocatorias pertinentes mediante el cual la empresa reúne, busca, llama, agrupa o incorpora a la organización como aspirantes competitivos para ocupar puestos de trabajo en la organización.
- ❖ **Selección:** la empresa realiza este proceso escogiendo al profesional capacitado, idóneo para cumplir las labores estipuladas por la empresa. La clave está en saber seleccionar a nuestros colaboradores buscando perfiles competitivos y que además sean flexibles a los puestos y desarrollo hacia futuro.
- ❖ **Contratación:** Para este negocio considerar que el personal gerencial y administrativo son a la vez los promotores del negocio y para contratar personal nuevo nos enfocaremos solo en animadoras, magos y actores de cuentos para complementar el servicio.
 - Evaluación curricular
 - Evaluación de desempeño
 - Evaluación de desarrollo de competencias y habilidades

892. Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal

- **Inducción:** parte donde el colaborador contratado conocerá la empresa, se le brindará la información necesaria de las funciones a realizar.
- **Capacitación:** este proceso debe darse con frecuencia en cada organización, de esto depende la competitividad de la empresa y de

quienes lo desarrollan. La empresa además debe determinar parte de sus recursos para sus colaboradores con la finalidad que estén preparados para cualquier contingencia y así poder tomar decisiones para el buen desarrollo de la empresa.

- Buscar y programar capacitaciones para los colaboradores, personal de marketing y animadoras.
- Capacitaciones con talleres, cursos y conferencias en el servicio de organización de eventos infantiles.
- Considerar que el éxito de la empresa es saber sostener a los colaboradores motivados porque son ellos quienes dan a conocer la imagen de la empresa y los clientes se harán una mentalidad positiva de un buen servicio de eventos infantiles.
- **Evaluación:** la constante evaluación a los colaboradores implica continuar con el desarrollo profesional y competitivo de la empresa.

893. Estrategias de motivación y desarrollo del personal

❖ Motivación:

1. Aplicar beneficios motivarán a los colaboradores a conseguir los resultados esperados para la organización.
2. Para lograr esta motivación se considerará los siguiente:
 - ✓ Programación de capacitaciones a los colaboradores para estar al día con la tendencia de organización de eventos, lo cual permite mejorar su experiencia personal y laboral.
 - ✓ Ofertas y promociones en celebraciones de cumpleaños para sus hijos.
 - ✓ Bonificaciones por ventas que superen el mínimo fijado por la empresa.
3. De acuerdo al proceso de experiencia se determinarán probables beneficios nuevos, estos podrán ser incluidos para el bienestar de los colaboradores.

- ❖ **Desarrollo personal:** es de vital importancia este aspecto, ya que si bien es cierto el desarrollo de la empresa también es el desarrollo de sus colaboradores.

8.9.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones:

Las políticas de las remuneraciones serán de acuerdo a la cantidad de eventos que se realice.

Tabla 21: Política de remuneraciones

AREAS	CANTIDAD	REMUNERACION POR EVENTO	MENSUAL (8 EVENTOS)	MENSUAL
GERENCIA: Promotora	1	100.00	8	800.00
ADMINISTRATIVOS: colaboradores	2	80.00	8	640.00
CONTADOR EXTERNO: 1	1	100.00	1	100.00
MARKETING: 1	1	80.00	1	80.00
PERSONAL OPERATIVO: 2	2	50.00	8	400.00
				2,020.00

8.10. Plan financiero

8.10.1. Inversión inicial:

Tabla 22: Inversión inicial

INVERSION INICIAL	
DESCRIPCIÓN	costo
Activos fijos	11,675.00
Remuneraciones	2,020.00
Suministros	960.00
Recursos operativos	1,000.00
Intangibles	50.00
Mantenimiento	2,640.00
CAPITAL INICIAL	18,345.00

8.10.2. Capital de trabajo:

Tabla 23: Activos fijos

Maquinaria, equipo y mobiliario

ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Equipos:			
	Celular	2	350.00	700.00
	Laptop	2	2,000.00	4,000.00
	Impresora multifunción	1	700.00	700.00
	Filmadora	1	2,500.00	2,500.00
	Equipo de sonido/amplificación	1	800.00	800.00
	Micrófono	2	200.00	400.00
				9,100.00
2	Mobiliario			-
	Escritorio	1	250.00	250.00
	Sillas giratorias	1	90.00	90.00
	Sillas para visita	3	35.00	105.00
	Archivador	1	10.00	10.00
	Mesa de impresora	1	70.00	70.00
	Mesa principal	1	300.00	300.00
	Sillas plásticas	50	30.00	1,500.00
	Mesas plásticas	5	50.00	250.00
				2,575.00
TOTAL				11,675.00

Tabla 24: Remuneraciones

AREAS	CANTIDAD	REMUNERACION POR EVENTO	N° EVENTOS	MENSUAL	ANUAL
GERENCIA: Promotora	1	100.00	8	800.00	9,600.00
ADMINISTRATIVOS:	2	80.00	8	640.00	7,680.00
CONTADOR EXTERNO	1	100.00	1	100.00	1,200.00
MARKETING	1	80.00	1	80.00	960.00
PERSONAL OPERATIVO	2	50.00	8	400.00	4,800.00
				2,020.00	S/. 24,240.00

Tabla 25: Suministros

MATERIAL DE MANTENIMIENTO		MENSUAL	ANUAL
UTILES OFICINA	PAPEL BOND, TINTA	50.00	600.00
UTILES DE ASEO	VARIOS	30.00	360.00
TOTAL		80.00	S/. 960.00

Tabla 26: Recursos operativos

N°	RECURSO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUB TOTAL
1	VESTUARIO	UNIDAD	3	S/. 150.00	S/. 450.00
2	MAQUILLAJE	UNIDAD	1	S/. 50.00	S/. 50.00
3	ACCESORIOS	UNIDAD	5	S/. 50.00	S/. 250.00
4	UEGOS DIDACTICOS	UNIDAD	5	S/. 50.00	S/. 250.00
					S/. 1,000.00

Tabla 27: Activos intangibles

ITEMS	DETALLE	COSTO
1	INSCRIPCION DE LA EMPRESA	50.00

Tabla 28: Mantenimiento

SERVICIOS DE MANTENIMIENTO		MENSUAL	ANUAL
LUZ	LUZ	50.00	600.00
INTERNET	REDES SOCIALES, WSP	110.00	1,320.00
PUBLICIDAD	1 MILLAR TARJ. PRESENT.	60.00	720.00
TOTAL		220.00	S/. 2,640.00

8.10.3. Fuentes de financiamiento

Todo el proyecto será financiado por la misma empresa.

Tabla 29: Estructura de financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
TOTAL DE INVERSION	MONTO
RECURSOS PROPIOS	18,345.00
FINANCIAMIENTO	0
TOTAL	18,345.00

8.10.4. Proyección de flujo de caja

Tabla 30: Proyección mensual

N°	SERVICIO	COSTO POR SERVICIO	CANTIDAD	MENSUAL
1	PAQUETE 01	280.00	5	1,400.00
2	PAQUETE 02	480.00	2	960.00
3	PAQUETE 03	650.00	1	650.00
4	PAQUETE 04	800.00	1	800.00
5	PAQUETE 05	1,200.00	1	1,200.00
6	PAQUETE 06	2,500.00	1	2,500.00
			11	7,510.00

Tabla 31: Proyección anual

PROYECCION DE VENTAS A 4 AÑOS

N°	DETALLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	COSTO POR EVENTO (PROMEDIO)	1,251.67	1,251.67	1,251.67	1,251.67	1,251.67
2	N° EVENTOS POR AÑO	132	142	157	177	202
3	VENTAS	165,220.00	177,736.67	196,511.67	221,545.00	252,836.67

Tabla 32: Proyección de flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	S/.	S/.	S/.	S/.
INGRESOS	165,220.00	177,736.67	196,511.67	221,545.00
Costos de Importación	49,566.00	53,321.00	58,953.50	66,463.50
Gastos Administrativos	33,044.00	35,547.33	39,302.33	44,309.00
Gastos de Venta	3,304.40	3,554.73	3,930.23	4,430.90
Impuesto a la Renta	22,992.05	24,786.94	27,479.27	31,069.05
FLUJO ECONOMICO	S/. 56,313.55	S/. 60,526.66	S/. 66,846.33	S/. 75,272.55
(+) Deprec. Área Prod.				
(+) Deprec. Área Adm.	S/.	S/.	S/.	S/.
Intereses financieros	330.44	355.47	393.02	443.09
Ahorro fiscal	99.13	106.64	117.91	132.93
FLUJO FINANCIERO	S/. 56,082.24	S/. 60,277.83	S/. 66,571.21	S/. 74,962.38
(+) Saldo Inicial	S/.	S/.	S/.	S/.
	18,345.00	74,427.24	134,705.07	201,276.29
FLUJO ACUMULADO	S/. 74,427.24	S/. 134,705.07	S/. 201,276.29	S/. 276,238.67

Tabla 33: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS				
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	S/.	S/.	S/.	S/.
VENTAS	S/.	S/.	S/.	S/.
	165,220.00	177,736.67	196,511.67	221,545.00
Costo de ventas	S/.	S/.	S/.	S/.
	49,566.00	53,321.00	58,953.50	66,463.50
UTILIDAD BRUTA	S/.	S/.	S/.	S/.
	115,654.00	124,415.67	137,558.17	155,081.50
Gastos administrativos	S/.	S/.	S/.	S/.
	33,044.00	35,547.33	39,302.33	44,309.00
Gastos de ventas	S/.	S/.	S/.	S/.
	3,304.40	3,554.73	3,930.23	4,430.90
Depreciación	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,335.00	2,335.00	2,335.00	2,335.00
UTILIDAD OPERATIVA	S/.	S/.	S/.	S/.
	76,970.60	82,978.60	91,990.60	104,006.60
Gastos financieros	S/.	S/.	S/.	S/.
	330.44	355.47	393.02	443.09
Utilidades antes de impuestos	S/.	S/.	S/.	S/.
	76,640.16	82,623.13	91,597.58	103,563.51
Impuesto 30%	S/.	S/.	S/.	S/.
	22,992.05	24,786.94	27,479.27	31,069.05
UTILIDAD NETA	S/.	S/.	S/.	S/.
	53,648.11	57,836.19	64,118.30	72,494.46
UTILIDAD POR MES	S/.	S/.	S/.	S/.
	4,470.68	4,819.68	5,343.19	6,041.20

8.10.5. Análisis de rentabilidad

Tabla 34: Análisis de rentabilidad: punto de equilibrio

RENTABILIDAD

PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
COSTOS FIJOS	42,790.00	42,490.00	42,190.00	41,890.00
Sueldos y Salarios	24,240.00	24,240.00	24,240.00	24,240.00
Materiales	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Servicios - (Publicidad)	4,140.00	4,140.00	4,140.00	4,140.00
Amortización Act. Diferido	300.00	300.00	300.00	300.00
Depreciaciones	400.00	300.00	200.00	100.00
Mantenimiento	960.00	960.00	960.00	960.00
Otros Egresos	150.00	150.00	150.00	150.00
Intereses Pagados	600.00	400.00	200.00	-
Servicio de la deuda	-	-	-	-
Gastos de publicidad	-	-	-	-
Nuevas Inversiones	-	-	-	-
COSTOS VARIABLES	49,566.00	53,321.00	58,953.50	66,463.50
Costos	49,566.00	53,321.00	58,953.50	66,463.50
VENTAS TOTALES	99,132.00	106,642.00	117,907.00	132,927.00

8.10.6. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa

Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa				
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
VENTAS	165,220.00	177,736.67	196,511.67	221,545.00
Costos de producción	66,059.00	66,059.00	66,059.00	66,059.00
Utilidad bruta en ventas	99,161.00	111,677.67	130,452.67	155,486.00
Gastos Administrativos	-33,044.00	-33,044.00	-33,044.00	-33,044.00
Gastos de ventas	-3,304.40	-3,554.73	-3,930.23	-4,430.90
Depreciaciones	-583.75	-583.75	-583.75	-583.75
Amortizaciones	-	-	-	-
Utilidad Operacional	62,228.85	74,495.18	92,894.68	117,427.35
Otros gastos	0	0	0	0
Gastos financieros	330.44	355.47	393.02	443.09
Utilidad antes del IR	61,898.41	74,139.71	92,501.66	116,984.26
Impuesto a la renta	18,569.52	22,241.91	27,750.50	35,095.28
Utilidad neta del ejercicio	43,328.89	51,897.80	64,751.16	81,888.98
Utilidad mensual	3,610.74	4,324.82	5,395.93	6,824.08

8.10.7. Balance General proyectado de la empresa en su conjunto

ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	30,000	Tributos por Pagar	3,000
Inversiones Financieras	1,500	Remuneraciones por Pagar	20,000
Facturas por Cobrar Comerciales	4,000	Facturas por Pagar Comerciales	1,500
Letras por Cobrar Comerciales	-	Letras por Pagar Comerciales	-
Facturas por Cobrar Diversas	1,000	Facturas por Pagar Diversas	1,000
Letras por Cobrar Diversas	-	Letras por Pagar Diversas	-
Cuentas por Cobrar al Personal	2,000	Cuentas por Pagar a Accionistas	-
Cuentas por Cobrar a Accionistas	-	Ingresos Diferidos	500
Mecaderías	5,000	Total Pasivo Corriente	26,000
Servicios y Otros Contratados por Anticipado	1,500		
Total Activo Corriente	45,000	Pasivo No Corriente	2,000
		Obligaciones Financieras (LP)	1,500
Activo No Corriente		Total Pasivo No Corriente	1,500
Terreno	20,000		
Edificaciones	-	TOTAL PASIVO	27,500
Depreciación Acum. Edificaciones	2,300		
Maquinaria y Equipos de Explotación	5,000	Patrimonio Neto	
Depreciación Acum. Maquinaria y Equipos	(2,000)	Capital Social	10,000
Unidades de Transporte	-	Reserva Legal	3,000
Depreciación Acum. Equipo de Transporte	-	Reserva Estatutaria	3,500
Muebles y Enseres	1,500	Reserva Contractual	2,100
Depreciación Acum. Muebles y Enseres	(1,000)	Reserva Facultativa	3,200
Intangibles	500	Resultados Acumulados	20,000
Amortización Acumulada	(2,000)		
Total Activo No Corriente	24,300	TOTAL PATRIMONIO NETO	41,800
TOTAL ACTIVO	69,300	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	69,300

8.10.8. Análisis de sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio

Escenario N° 01: Aumento del 50% en ventas.

ESTADO DE RESULTADOS				
CON AUMENTO 50% VENTAS				
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	S/.	S/.	S/.	S/.
VENTAS	S/. 250,220.00	267,736.67	296,511.67	331,545.00
Costo de ventas	S/.	80,321.00	88,953.50	99,463.50
UTILIDAD BRUTA	S/.	187,415.67	207,558.17	232,081.50
Gastos administrativos	S/.	S/.	S/.	S/.
Gastos de ventas	S/.	S/.	S/.	S/.
UTILIDAD OPERATIVA	S/.	S/.	S/.	S/.
Gastos financieros	S/.	S/.	S/.	S/.
Utilidades antes de impuestos	S/.	S/.	S/.	S/.
Impuesto	30%	S/.	S/.	S/.
UTILIDAD NETA	S/. 119,605.16	S/. 127,978.13	S/. 141,732.58	S/. 158,478.51
UTILIDAD POR MES	S/.	S/.	S/.	S/.

Escenario N° 02: Reducción del 20% costos de producción.

ESTADO DE RESULTADOS				
REDUCCION 20% COSTO DE PRODUCCION				
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	S/.	S/.	S/.	S/.
VENTAS	S/. 165,220.00	177,736.67	196,511.67	221,545.00
Costo de ventas	S/. 16,522.00	17,773.67	19,651.17	22,154.50
UTILIDAD BRUTA	S/.	159,963.00	176,860.50	199,390.50
Gastos administrativos	S/.	S/.	S/.	S/.
Gastos de ventas	S/.	S/.	S/.	S/.
UTILIDAD OPERATIVA	S/.	S/.	S/.	S/.
Gastos financieros	S/.	S/.	S/.	S/.
Utilidades antes de impuestos	S/.	S/.	S/.	S/.
Impuesto	30%	S/.	S/.	S/.
UTILIDAD NETA	S/. 112,019.16	S/. 120,505.46	S/. 133,234.91	S/. 150,207.51
UTILIDAD POR MES	S/.	S/.	S/.	S/.

Escenario N° 03: Reducción 50% gastos financieros.

ESTADO DE RESULTADOS					
REDUCCIÓN DEL 50% GASTOS FINANCIEROS					
DETALLE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
		S/.	S/.	S/.	S/.
VENTAS		S/. 165,220.00	177,736.67	196,511.67	221,545.00
Costo de ventas		S/.	49,566.00	53,321.00	58,953.50
UTILIDAD BRUTA		S/.	115,654.00	124,415.67	137,558.17
Gastos administrativos		S/.	33,044.00	S/.	35,547.33
Gastos de ventas		S/.	3,304.40	S/.	3,554.73
UTILIDAD OPERATIVA		S/.	79,305.60	S/.	85,313.60
Gastos financieros		S/. 165.22	S/. 177.74	S/. 196.51	S/. 221.55
Utilidades antes de impuestos		S/.	79,140.38	S/.	85,135.86
Impuesto	30%	S/.	-	S/.	-
UTILIDAD NETA		S/. 79,140.38	S/. 85,135.86	S/. 94,129.09	S/. 106,120.06
UTILIDAD POR MES		S/.	6,595.03	S/.	7,094.66
				S/.	7,844.09
					S/.
					8,843.34

REFERENCIAS

1. Andrade, S. (2005). Del libro: «Diccionario de Economía», Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, 2005, Pág. 448. Recuperado al 28 de agosto 2007 de: <http://www.eumed.net/libros/2005/ags-coe/0301.htm>.
2. Ática, (2018). Proyecto de inversión Producción y comercialización de kits didácticos para niños en base a MDF. Recuperado al 2018 de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3941>.
3. Alvear & Tapia (2018), Plan de negocios.
4. Aldoradin, A. (2015). Proyecto plan de negocio salón para eventos y talleres infantiles en el cono norte de lima metropolitana.
5. Bardales M. (2019). Plan de negocios Magical World Events ciudad de Iquitos. Recuperado al 2019 de: <http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/721>.
6. Borello, A. (2000). El Plan de Negocios: De herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo, Mc Graw Hill Interamericana S.A. Colombia 2000.
7. Calameo M. (2015). ANÁLISIS FODA PARA EL PLAN DE NEGOCIO, Laura B. Recuperado en: <https://www.calameo.com/books/0034646133fcd46e1cfe0>.
8. Casanovas y Bertrán (2013) Fuentes de Financiamiento. Recuperado de: https://pirhua.udel.edu.pe/bitstream/handle/11042/4188/TSP_AE-.
9. Carrera, J. (2019). Plan de Negocios, Negocios exitosos.
10. Cerquin, C. (2019). Plan de negocio para una plataforma tecnológica de intermediación de servicios y productos para fiestas infantiles en la ciudad de Lima, Perú. Recuperado al 2019 de: <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1685>.
11. Chiavenato, (2018). Administración de Negocios.
12. Chimoy, E. (2014). La sociedad. Una introducción a la sociología. Buenos Aires: Paidós.
13. Chumpitaz, J. (2019). Plan de negocios en la organización y producción de eventos sociales en el distrito de Comas. Lima 2019.
14. Drucker, P. (2013). Calidad y Gestión. según la Norma Técnica ISO 9000:2005. Recuperado el 08 de enero de 2013 en: <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/peter-drucker/>
15. Garzon e Ibarra, (2014). Revista de estudios avanzados de liderazgo, 2014, vol. 1, Num.3, pág. 8. Recuperado en: <https://www.regent.edu/acad/global/publications/real/vol1no3/4-castrillon.pdf>.

16. Guerra, L. (2007). Plan de negocios para lograr objetivos.
17. Granda, J., (2015). Proyecto de un plan del marketing para el lanzamiento del centro de fiestas infantiles. Ecuador.
18. Grau, A, (2000). Revista Espacio Logopédico. Com. "Desarrollo emocional del niño",
19. Grau Martínez A y otros (2000), Psiquiatría y psicología de la infancia y adolescencia. Madrid: Editorial médica Panamericana, pág. 55. Recuperado en: <https://www.espaciologopedico.com/recursos/glosariodet.php?id=190->
20. Graham, (2008). Cómo diseñar un plan de negocios, 1a. Edición, Buenos Aires, 2008. 312p.
21. Greg & Navarro, (2015). Plan de Negocios.
22. Gonzales, M. (2012). Innovación en los negocios, depende el éxito. Gutiérrez, J. (2019) Plan de negocio para una plataforma tecnológica de intermediación de servicios y productos para fiestas infantiles en la ciudad de Lima, Perú. Recuperado al 2019 de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/9329>
23. Hernández, S. (2014). Diseño de investigación, muestra y población. (2008, pg.562).
24. Hernández, Fernández, & Bautista, (2015). Plan de Negocios. Hernández, R., (2018). Ciencia, Daniela Rodríguez. Recuperado en: <https://www.lifeder.com/investigacion-basica/>.
25. Hitt, Michael y Black & Porter. (2006). Administración. Pearson Educación, México 2006. 736 pp.
26. Iturralde y Romero (2014). Para la creación de una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles en el cantón Milagro, Guayas. Colombia.
27. Interamericana, (2004). Del libro: «Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante», Cuarta Edición, de Ferrell O.C., Hirt Geoffrey, Ramos Leticia, Adriaenséns Marianela y Flores Miguel ángel, Mc Graw-Hill Interamericana, 2004, Pág. 215.
28. INEI, (2019). PBI, crecimiento económico en los últimos meses, Perú.
29. Kotler & Armstrong (2017). Fundamentos del marketing. 13° edición. Recuperado en: <https://www.casadellibro.com/libro-fundamentos-de-marketing-13-edición/9786073238458/5234071>
30. Kotler, P. (2015). Principios del Marketing. Recuperado del 04 de agosto de 2017 en: <https://www.reasonwhy.es/reportaje/philip-kotler-padre-marketing-moderno>.
31. Kotler, P., (2006), [Collins, 2006:7]. Recuperado el 15 de setiembre de 2009 en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio#Definici.C3.B3n>, Establecida en la serie de normas ISO 9000.

32. La ciencia. (2017). Obtenido de El método científico: sus etapas: quimicaweb.net.
recuperado en: <https://www.lifeder.com/formulacion-hipotesis-metodo-cientifico/>.
33. La Torre, C., (2019). Plan de negocio para la implementación de un Planner Virtual para eventos infantiles en las Zonas 6 y 7 del departamento de Lima, Perú. Recuperado al 2019 de: <https://hdl.handle.net/20.500.12640/2089>.
34. Maestre, I. ((2019). Plan de Negocios para organizar eventos infantiles.
35. Magallán, M., (2018). Creación de un centro de eventos infantiles orientado a satisfacer las necesidades de integración de la población del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. Recuperado al 2018 de: <http://repositorio.upse.edu.ec:8080/jspui/handle/46000/4600>.
36. Malhotra K., (2004). Investigación de Mercados un Enfoque Práctico.
37. Morales y Novoa, (2019). Influencia de los cuentos infantiles en el desarrollo del lenguaje oral de niños de 4 años de edad, en la unidad educativa replica 24 de mayo, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito. Recuperado al 2019 de: <http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/handle/123456789/5064>.
38. Moyano, J. (2015). Plan de Negocios. Osorio, J. (2014). Recreación en los niños.
39. Página web de la Real Academia Española. Recuperado el 28 de agosto 2007 de: <http://www.rae.es/>. Recuperado el 28 de agosto 2007 de: <https://www.promonegocios.net/empresa/definicion-organizacion.html>.
40. Pérez A. (2013). Eficiencia, eficacia y efectividad en la calidad empresarial. Recuperado el 12 de abril de 2013 en: <https://www.gestiopolis.com/eficiencia-eficacia-y-efectividad-en-la-calidad-empresarial/>.
41. Pérez J., y Gardey A. (2009). Plan de Negocios. Recuperado al 2009 de: <http://definicion.de/plan-de-negocios/>.
42. Porter, M., (2017). La importancia de los planes de negocios para las organizaciones.
43. Reyes, A., (2015). Administración de Empresas. Noriega Limusa, primera edición. Revista Credencial (2016). Plan de negocios, eventos sociales.
44. Rodríguez C. (2012). Recuperado al 20 de mayo de 2012 en: <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/>.
45. Romero O, (2017), Revista Redes, Colección Editorial. Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf>. Recuperado al 28 de agosto 2007 de: página web de la American Marketing Association: <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php>.

Dictionary of Marketing Terms.

46. Sánchez S. (2017). Negocios y Empresas. Barcelona School of Management. Recuperado en: <https://www.puromarketing.com/14/28784/fidelizacion-clientes.html>.
47. Scheaffe & Ott. (2006). Diseño de investigación, muestra y población.
48. Tinajero, (2019). Plan de negocios para la creación de una empresa que ofrece servicios de organización de eventos infantiles en el norte de la ciudad de Quito – Ecuador. Recuperado al 2019 de: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/11023>.
49. Universidad ESAN (2019). Gerencia de proyectos del 4 PEE de Esan. Recuperado de: <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/actualidad-project-management/los-4-factores-que-mas-influyen-en-el-exito-de-un-proyecto>.
50. Weinberger, K. (2009). Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Proyecto USAID / PERU / MYPE COMPETITIVA.

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Plan de negocio para el logro de objetivos institucionales de una empresa de organización de eventos infantiles, Chiclayo.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA O INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
V1 INDEPENDIENTE PLAN DE NEGOCIO	Esta variable se utilizará para detallar la investigación en todas las formas en que se realiza un evento según el estudio en proceso. Hernández, Fernández, & Bautista, (2015).	Esta variable de estudio será medida a través de la encuesta	Análisis de mercado. Plan estratégico. Plan de Marketing. Plan operativo. Plan de recursos humanos. Plan Financiero.	Identificar mercado objetivo. Precisar estrategias adecuadas. Lograr posicionamiento. Definir organización de la Empresa. Capacitación a los colaboradores. Determinar Presupuesto.		Encuesta cuestionario	Escala de likert
V2 DEPENDIENTE LOGRO DE OBJETIVOS	Esta variable permitirá cumplir los objetivos de acuerdo al plan establecido al principio como toda organización. Chiavenato, (2018).	Esta variable de estudio: "Logro de Objetivos Institucionales de una empresa de organización de eventos infantiles" será medida a través de la encuesta.	Satisfacción del cliente. Cobertura. Servicio brindado. Estimación de ventas.	Competitividad, Innovación Capacidad. Publicidad Segmentación de mercado. Calidad de servicio Ambiente personalizado. Interacción con el cliente. Música infantil, Originalidad. Precio, Poder adquisitivo.	1,2,3 4,5,6 7,8,9 10,11 12,13 14,15 16,17 18,19	Encuesta cuestionario	Escala de likert

ANEXO 02: VARIABLE INDEPENDIENTE: PLAN DE NEGOCIOS

DIMENSIÓN (FASES, PARTES, COMPONENTES)	INDICADOR (ACTIVIDADES)	SUSTENTO (FUNDAMENTACIÓN)
Análisis de mercado.	Identificar mercado objetivo.	Definir y determinar estrategias para identificar el mercado meta.
Plan estratégico	Precisar estrategias adecuadas.	Definir Visión, misión, valores, ética organizacional, objetivos, estrategias y plan de acción.
Plan de Marketing.	Lograr posicionamiento.	Analizar políticas para posicionamiento con estándares de calidad en el servicio.
Plan operativo.	Determinar organización de la Empresa.	Definir, reestructurar y potenciar la organización del negocio y desarrollo de eventos infantiles.
Plan de recursos humanos.	Capacitación a los colaboradores.	Reclutamiento, selección, contratación Capacitación, motivación del personal.
Plan Financiero.	Determinar proyección del presupuesto.	Definir y lograr el presupuesto.

ANEXO 03: VARIABLE DEPENDIENTE: LOGRO DE OBJETIVOS INSTITUCIONALES

DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTA O ECUACIÓN	CATEGORÍA	TÉCNICAS	FUENTE / INFORMANTE	ITEM
Satisfacción del cliente	Competitividad	¿En qué lugar le gusta realizar el cumpleaños de sus hijos?	Cualitativo Ordinal De 0 a más.	Encuesta Cuestionario	cliente	1
	Innovación	¿Cómo califica Ud. el servicio de eventos infantiles actualmente?				4
		Capacidad				¿Cuántos invitados promedio asisten a su evento?
	¿Para Ud. que es lo más importante en un evento infantil?					9
	Cuando escucha empresa organizadora de eventos infantiles ¿Cree usted que es garantizar la satisfacción de sus invitados en la fiesta?					14
	¿Recomendaría usted el servicio de una empresa de eventos infantiles que Ud. haya quedado satisfecha con su servicio?					17
Cobertura	Publicidad	¿Cree Ud. que las empresas que organizan eventos infantiles brindan un verdadero servicio de calidad, según lo que espera el cliente en cuanto a gustos, temática, precios, etc.?	Cualitativo Ordinal De 0 a más.	Encuesta Cuestionario	cliente	10
	Segmentación de mercado	¿Conoce de alguna empresa que ofrezca el servicio de eventos infantiles en Satélite?				11
		¿Le gustaría que en Satélite se ofrezca un servicio de eventos infantil de alta calidad y personalizado?				12

Servicio	Calidad del servicio Ambiente, diseño personalizado Interacción con el cliente, Música Originalidad	¿Estaría de acuerdo que es muy importante que la fiesta infantil tenga una temática personalizada?	Cualitativo Ordinal De 0 a más.	Encuesta Cuestionario	cliente	5 13 15 19
		¿Cree usted que un evento infantil es MUY IMPORTANTE establecer y definir la música infantil y no música de jóvenes?				
		¿Cuándo contrata una empresa de organización de eventos infantiles, le gustaría tener comunicación hasta que finalice el evento?				
		¿Está de acuerdo la importancia en la decisión de compra considerar la buena atención al cliente, puntualidad y servicio personalizado?				
Ventas	Precio Poder de adquisición	¿Cuál es su gasto promedio que estaría dispuesto a pagar para realizar su evento infantil?	Cuantitativo Continuo De 0 a más.	Encuesta Cuestionario	cliente	3 5 7
		¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 2000 a 5000 soles en contratar una empresa de organización de eventos infantiles para que realice todo el evento?				
		¿Qué tipo de servicio prefiere al momento de contratar un servicio de eventos infantiles?				

ANEXO 04: Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>Plan de negocio para el logro de objetivos de una empresa de organización de eventos infantiles Chiclayo.</p>	<p>¿De qué manera la implementación de un Plan de Negocios influirá en el logro de objetivos institucionales de una empresa de organización de eventos infantiles en Chiclayo?</p>	<p>El Objetivo general es elaborar un plan de negocios para el logro de los objetivos institucionales de una empresa de Organización de Eventos infantiles, Chiclayo, en cuanto a los objetivos específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnosticar el mercado de la empresa en estudio, 2. Diseñar el plan de negocio. 3. Proyectar los resultados obtenidos de la implementación del plan de negocio. 	<p>La implementación de un plan de negocios influirá de manera favorable en el logro de los objetivos institucionales de una empresa de Organización de Eventos infantiles, Chiclayo.</p>	<p>Variable Independiente PLAN DE NEGOCIO</p> <p>Variable dependiente LOGRO DE OBJETIVOS INSTITUCIONALES</p>	<p>Población: Madres de niños de 3, 4 y 5 años de edad, estudiantes de nivel inicial de las Instituciones educativas ubicados en la localidad de Chiclayo, Satélite, Remigio Silva.</p> <p>Muestra: 224 encuestados.</p>

Tabla 35

Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA/CUESTIONARIO



El presente cuestionario es para recopilar datos para un proyecto de investigación. Agradecería leer detenidamente y contestar las siguientes preguntas a continuación. Muchas gracias por su tiempo y colaboración.

Edad: _____

1. ¿En qué lugar le gusta realizar el cumpleaños de sus hijos?
 - 1) En casa
 - 2) En Centro Educativo
 - 3) Local de eventos sociales
 - 4) Restaurante campestre
 - 5) Parque infantil
2. ¿De qué manera ud realiza su evento infantil?
 - 1) Contrata una empresa de organización de eventos infantiles
 - 2) Contrata ciertos productos y servicios por separado
 - 3) Realiza usted mismo la fiesta
 - 4) Terceriza su evento
3. ¿Cuál es su gasto promedio que estaría dispuesto a pagar para realizar su evento infantil?
 - 1) 1500 a 2500
 - 2) 2500 a 3500
 - 3) 3500 a 4500
 - 4) 4500 a 5500
 - 5) 5500 a más.
4. ¿Cuántos invitados promedio asisten a su evento?
 - 1) 20 a 30 invitados
 - 2) 30 a 40 invitados
 - 3) 40 a 50 invitados
 - 4) 50 a más.

5. ¿Estaría de acuerdo que es muy importante que la fiesta infantil tenga una temática personalizada?
 - 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En Desacuerdo
 - 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4) De Acuerdo
 - 5) Totalmente de acuerdo
6. ¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría que se incluya el día del evento infantil?
 - 1) Actividades de magia
 - 2) Caritas pintadas
 - 3) Juegos con títeres
 - 4) Juegos de cuentos infantiles.
7. ¿Qué tipo de servicio prefiere al momento de contratar un servicio de eventos infantiles?
 - 1) Paquete completo en un solo lugar
 - 2) Por separado buscando precios
8. ¿Cómo califica ud el servicio de eventos infantiles actualmente?
 - 1) Excelente
 - 2) Muy bueno
 - 3) Bueno
 - 4) Regular
9. ¿Para Ud. que es lo más importante en un evento infantil?
 - 1) Animación
 - 2) Decoración
 - 3) Calidad en servicio
 - 4) Alimentación y golosinas
 - 5) Precio
10. ¿Cree Ud. que las empresas que organizan eventos infantiles brindan un verdadero servicio de calidad, según lo que espera el cliente en cuanto a gustos, temática, precios, etc.?
 - 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En Desacuerdo
 - 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

- 4) De Acuerdo
 - 5) Totalmente de acuerdo
11. ¿Conoce de alguna empresa que ofrezca el servicio de eventos infantiles en Satélite?
- 1) Si
 - 2) No
- Nombre de la Empresa _____
12. ¿Le gustaría que en Satélite se ofrezca un servicio de eventos infantil de alta calidad y personalizado?
- 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En Desacuerdo
 - 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4) De Acuerdo
 - 5) Totalmente de acuerdo
13. ¿Cree usted que un evento infantil es MUY IMPORTANTE establecer y definir la música infantil y no música de jóvenes?
- 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En Desacuerdo
 - 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4) De Acuerdo
 - 5) Totalmente de acuerdo
14. Cuando escucha empresa organizadora de eventos infantiles ¿Cree usted que es garantizar la satisfacción de sus invitados en la fiesta?
- 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En Desacuerdo
 - 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4) De Acuerdo
 - 5) Totalmente de acuerdo
15. ¿Cuándo contrata una empresa de organización de eventos infantiles, le gustaría tener comunicación hasta que finalice el evento?
- 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En Desacuerdo
 - 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4) De Acuerdo
 - 5) Totalmente de acuerdo

16. ¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 2000 a 5000 soles en contratar una empresa de organización de eventos infantiles para que realice todo el evento?
- 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En Desacuerdo
 - 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4) De Acuerdo
 - 5) Totalmente de acuerdo
17. ¿Recomendaría usted el servicio de una empresa de eventos infantiles que ud haya quedado satisfecha con su servicio?
- 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En Desacuerdo
 - 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4) De Acuerdo
 - 5) Totalmente de acuerdo
18. ¿Estaría de acuerdo en cancelar la mitad del costo del servicio al inicio y la otra mitad al terminar el evento?
- 1) Si
 - 2) No
19. ¿Está de acuerdo la importancia en la decisión de compra considerar la buena atención al cliente, puntualidad y servicio personalizado?
- 1) Totalmente en desacuerdo
 - 2) En Desacuerdo
 - 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - 4) De Acuerdo
 - 5) Totalmente de acuerdo

Tabla 36: Conoce de alguna empresa que ofrezca el servicio de eventos infantiles en Satélite?

Respuesta	Cantidad	%
1) Si	44	20%
2) No	180	80%
		0%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 11 se evidencia que el 80% no conoce ninguna empresa en satélite que organice eventos infantiles y aproximadamente el 20% si conoce, pero no especifica.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que es favorable implementar un plan de negocios de una empresa organizadora de eventos infantiles en Satélite.

Tabla 37: Le gustaría que en satélite se ofrezca un servicio de eventos infantiles de alta calidad y personalizado?

Respuesta	Cantidad	%
1) Totalmente en desacuerdo	10	4%
2) En Desacuerdo	6	3%
3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	5%
4) De Acuerdo	105	47%
5) Totalmente de acuerdo	91	41%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 12 se evidencia que casi el 90% está totalmente de acuerdo, y aproximadamente el 10% está en desacuerdo y le es indistinto si existiera una empresa organizadora de eventos infantiles de alta calidad y personalizado en satélite.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que la mayoría de clientes encuestados están totalmente de acuerdo que se implemente una empresa organizadora de eventos infantiles de calidad y personalizado en satélite.

Tabla 38: Cree Ud. que un evento infantil es muy importante establecer y definir la música infantil y no música de jóvenes?

	Respuesta	Cantidad	%
1)	Totalmente en desacuerdo		0%
2)	En Desacuerdo		0%
3)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	4%
4)	De Acuerdo	43	19%
5)	Totalmente de acuerdo	171	76%
Total general		224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 13 se evidencia que el 76% está totalmente de acuerdo, el 19% de acuerdo, el 4% ni de acuerdo ni en desacuerdo en definir la música infantil en un evento para los niños.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que la mayoría de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo que la música infantil debe estar definida en una fiesta infantil, y no la de jóvenes, lo que indica que es un indicador de gustos y preferencias.

Tabla 39: Cuándo escucha empresa organizadora de eventos infantiles, Cree Ud. que es garantizar la satisfacción de sus invitados en la fiesta?

	Respuesta	Cantidad	%
1)	Totalmente en desacuerdo		0%
2)	En Desacuerdo		0%
3)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	30%
4)	De Acuerdo	67	30%
5)	Totalmente de acuerdo	89	40%
Total general		224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 14 se evidencia que el 70% está de acuerdo, el 30% ni de acuerdo ni en desacuerdo que la empresa organizadora de eventos infantiles garantiza la satisfacción del cliente.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que una empresa organizadora de eventos infantiles si garantiza la satisfacción del cliente en cuanto a sus invitados.

Tabla 40: Estaría de acuerdo en cancelar la mitad del costo del servicio al inicio y la otra mitad al terminar el evento?

Respuesta	Cantidad	%
1) Si	221	99%
2) No	3	1%
		0%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 18 se evidencia que el 99% está de acuerdo en cancelar la mitad del costo al inicio del evento y la otra mitad al terminar el evento. Mientras que el 1% no está de acuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que la mayoría de los clientes pueden realizar sus contratos a empresas de organización de eventos infantiles 50 por 50, lo que indica que hay un poder de adquisición por parte de los clientes y una relación de servicio y precio.

Tabla 41: ¿Cuándo contrata una empresa de organización de eventos infantiles, le gustaría tener comunicación hasta que finalice el evento?

Respuesta	Cantidad	%
1) Totalmente en desacuerdo	9	4%
2) En Desacuerdo		0%
3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo		0%
4) De Acuerdo	109	49%
5) Totalmente de acuerdo	106	47%
Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 15 se evidencia que el 95% está totalmente de acuerdo, y aproximadamente el 5% está totalmente en desacuerdo en mantener comunicación hasta el final con la empresa que organiza eventos infantiles.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que el servicio de calidad que brinda una empresa organizadora de eventos infantiles debe estar en comunicación hasta que finalice el evento infantil para logra la satisfacción del cliente.

Tabla 42: Estaría dispuesto a invertir un promedio de 2000 a 5000 soles en contratar una empresa de organización de eventos infantiles para que realice su evento?

	Respuesta	Cantidad	%
1)	Totalmente en desacuerdo	17	8%
2)	En Desacuerdo	17	8%
3)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	12%
4)	De Acuerdo	82	37%
5)	Totalmente de acuerdo	81	36%
	Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 16 se evidencia que el 36% está totalmente de acuerdo, 37% de acuerdo están dispuestos a invertir en contratar a una empresa organizadora de eventos infantiles, mientras que aproximadamente el 12% le es indistinto o neutral, y un 16% está totalmente en desacuerdo en invertir dicho monto.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que más del 50% de encuestados está totalmente de acuerdo en invertir en una empresa organizadora de eventos infantiles, lo que indica que si existe un poder de adquisición por parte de los clientes.

Tabla 43: Recomendaría usted el servicio de una empresa de organización de eventos infantiles que estuvo satisfecho en su servicio?

	Respuesta	Cantidad	%
1)	Totalmente en desacuerdo	17	8%
2)	En Desacuerdo		0%
3)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		0%
4)	De Acuerdo		0%
5)	Totalmente de acuerdo	207	92%
	Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 17 se evidencia que el 92% está totalmente de acuerdo en recomendar a alguna empresa de eventos infantiles, y un 8% está totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que los encuestados han quedado satisfechos al contratar una empresa de organización de eventos infantiles, lo que

indica que si es favorable implementar un plan de negocios de eventos infantiles en satélite.

Tabla 44: está de acuerdo en la importancia de la decisión de compra considerar la buena atención al cliente, puntualidad y servicio personalizado?

	Respuesta	Cantidad	%
1)	Totalmente en desacuerdo		0%
2)	En Desacuerdo		0%
3)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		0%
4)	De Acuerdo	125	56%
5)	Totalmente de acuerdo	99	44%
	Total general	224	100%

Fuente: Proceso de encuesta a clientes.

Descripción: En la tabla 19 se evidencia que el 44% está totalmente de acuerdo, 56% de acuerdo en que es muy importante la atención al cliente, la puntualidad, el servicio personalizado al contratar una empresa organizadora de eventos infantiles.

Interpretación: Por lo tanto, se considera que los encuestados están de acuerdo en el buen servicio de calidad en todos los detalles al contratar una empresa de organización de eventos infantiles, lo que indica que se debe tener en cuenta para implementar y fortalecer estos detalles para lograr los objetivos institucionales de la empresa infantil en estudio.