



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



**PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE
OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS
INFANTILES JULIACA 2023**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. LIZ KAROLA YAPO MENENDEZ

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

JULIACA – PERÚ

2023



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA


**PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE
OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS
INFANTILES JULIACA 2023**

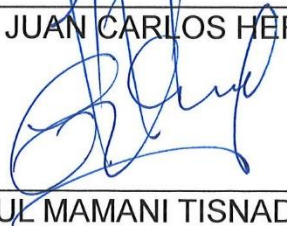
TESIS PRESENTADA POR:


Bach. LIZ KAROLA YAPO MENENDEZ

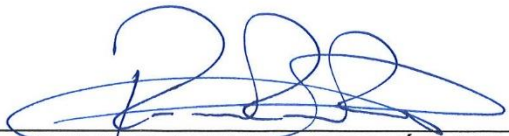
**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE : 
M. Sc. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA

PRIMER MIEMBRO : 
Dr. PAUL MAMANI TISNADO

SEGUNDO MIEMBRO : 
M. Sc. JUAN CARLOS PINTO LARICO

ASESOR DE TESIS : 
Mtro. RAMIRO ARTURO RODRÍGUEZ SARAVIA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS – P25

**RESOLUCIÓN N° 1014-2023-D-FIS-UANCV-J**

Juliaca, 21 de diciembre del 2023

VISTOS; El expediente N° 2023-CU-17733 (fecha y hora de sustentación), expediente N° 2023-CU-17715 (Título), la RESOLUCIÓN N° 829-2023-D-FIS-UANCV que aprueba el Borrador de Tesis, la RESOLUCIÓN N° 1013-2023-D-FIS-UANCV (cambio de jurado) y el DICTAMEN N° 392-2023-OI-VRI DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN presentado por el (la) bachiller, **YAPO MENENDEZ LIZ KAROLA** quien solicita FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS, titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023** conducente a la obtención del Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO** por la modalidad de Sustentación de Tesis,

CONSIDERANDO:

Que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud calificó el brote del coronavirus (COVID-19) como una pandemia al haberse extendido en varios países del mundo de manera simultánea;

Que, a través del Decreto Supremo N° 44-2020-PCM, el poder Ejecutivo declaró estado de emergencia nacional ampliado temporalmente mediante los Decretos Supremos N° 051-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 075-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 156-2020-PCM; y precisado o modificado por los Decretos Supremos N° 045-2020-PCM, N° 046-2020-PCM, N° 051-2020-PCM, N° 053-2020-PCM, N° 057-2020-PCM, N° 058-2020-PCM, N° 061-2020-PCM, N° 063-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 068-2020-PCM, N° 072-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 129-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 139-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 151-2020-PCM, N° 156-2020-PCM, N° 162-2020-PCM, N° 165-2020-PCM, N° 170-2020-PCM, N° 174-2020-PCM, N° 184-2020-PCM y finalmente con el Decreto Supremo N° 201-2020-PCM se prorroga el estado de emergencia nacional por el plazo de treinta y un (31) días calendario a partir del viernes 01 de enero del 2021, por las graves circunstancias que afectan la vida de las personas a consecuencia de la COVID-19. Todo dentro del marco de la emergencia sanitaria declarada a nivel nacional con el Decreto Supremo N° 008-2020-SA, prorrogada por Decreto Supremo N° 020-2020-SA y N° 027-2020-SA, finalmente con el Decreto Supremo N° 031-2020-SA, a partir del 07 de diciembre de 2020 por un plazo de noventa (90) días de calendario;

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220 y sus modificatorias, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca y de la Facultad de

C.c.
Arch. 2023
JCHM/**Distribución:** Jurados, Interesado

**"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"**

Ingeniería de Sistemas, para la nominación de jurados mediante sorteo del mismo modo programar la fecha y hora de sustentación de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- NOMINAR Jurados para la Sustentación de Tesis del tema titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023** presentado por el (la) bachiller: **YAPO MENENDEZ LIZ KAROLA**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO** habiéndose designado por sorteo a la siguiente terna de jurados:

- Presidente : M. SC. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
- 1er. Miembro : DR. PAUL MAMANI TISNADO
- 2do. Miembro : M. SC. JUAN CARLOS PINTO LARICO
- Asesor de Tesis : MTRO. RAMIRO ARTURO RODRÍGUEZ SARAIVA

SEGUNDO.- REPROGRAMAR la Fecha y Hora de Sustentación de Tesis para el día **JUEVES, 28 DE DICIEMBRE DEL 2023**, a horas **03:00 p.m.** hora exacta.

TERCERO.- El acto académico de sustentación se llevará a cabo a través de la plataforma de video conferencia Cisco Webex Meetings.

CUARTO.- Realizada la Sustentación de Tesis, el Presidente de la terna de jurados levantará y firmará el Acta de Sustentación de Tesis, en el cual se consignará el resultado obtenido por el (la) Bachiller sustentante, del mismo modo firmaran los otros dos miembros de jurado y asesor de tesis, dando conformidad al acto.

QUINTO.- La Dirección de la Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial e Informática, el Jurado y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"



M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO



FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

RESOLUCIÓN N° 829-2023-D-FIS-UANCV

Juliaca, 23 de noviembre del 2023

VISTOS; el Expediente N° 2023-CU-216529 y el Acta de Aprobación de Borrador de Tesis de fecha 15 de noviembre del 2023 y la RESOLUCIÓN N° 550-2023-D-FIS-UANCV que aprueba el Perfil de Tesis de fecha 04 de octubre del 2023, presentado por el (la) Bachiller: **YAPO MENENDEZ, LIZ KAROLA** con el tema titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **YAPO MENENDEZ, LIZ KAROLA**, ha presentado su Borrador de Tesis titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**.

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, nominó como Jurados a los siguientes Docentes:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Dr. Paul Mamani Tisnado
- 2do. Miembro : Dr. Oscar Gonzalo Apaza Perez
- Asesor de Tesis : Mtro. Ramiro Arturo Rodriguez Saravia

Que, la terna de jurados ha aprobado en su integridad el Borrador de Tesis titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023**.

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto Modificado de la UANCV.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR EL BORRADOR DE TESIS, presentado por el (la) Bachiller: **YAPO MENENDEZ, LIZ KAROLA**, con el tema titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023**, quedando apto para tramitar el Dictamen de Originalidad de Trabajo de Investigación y posteriormente solicitar la Fecha y Hora de Sustentación de Tesis previa presentación de los requisitos correspondientes según lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV, la misma que conducirá a la obtención del **TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**.

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO



RESOLUCIÓN N° 550-2023-D-FIS-UANCV

Juliaca, 04 de octubre del 2023

VISTOS; el Expediente N° 2023-CU-08962, y la copia del Acta de Aprobación de Perfil de Tesis de fecha 22 de setiembre del 2023, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, presentado por el (la) Bachiller: **YAPO MENENDEZ, LIZ KAROLA** con el tema titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023.**

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **YAPO MENENDEZ, LIZ KAROLA**, ha presentado su Perfil de Tesis titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, nominó como Jurados a los siguientes Docentes:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Dr. Paul Mamani Tisnado
- 2do. Miembro : Dr. Oscar Gonzalo Apaza Perez
- Asesor de Tesis : Mtro. Ramiro Arturo Rodriguez Saravia

Que, la terna de jurados ha aprobado en su integridad el Perfil de Tesis titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023**, procediendo con el levantamiento de Acta y firma de Aprobación correspondiente.

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto Modificado de la UANCV.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR EL PERFIL DE TESIS, presentado por el (la) Bachiller: **YAPO MENENDEZ, LIZ KAROLA**, con el tema titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023**, quedando apto para el desarrollo y presentación del Borrador de Tesis según lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV.

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO



PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	10%
2	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	3%
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC	<1%



PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	10%
2	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	3%
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC	<1%



Metadatos complementarios

Título de la Tesis	
PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	LIZ KAROLA YAPO MENENDEZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	72929502
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0006-5142-6601
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	RAMIRO ARTURO RODRIGUEZ SARAVIA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	80417269
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-5312-3651
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29606930
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	PAUL MAMANI TISNADO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01314987
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	JUAN CARLOS PINTO LARICO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	41742156



Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y Dirección de Empresas – P25
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca EVENTOS INFANTILES JULIACA Coordenadas: Latitud: 15°49'50"S Longitud: 70°13'55"O</p> <p>URL Maps: https://maps.app.goo.gl/LeGdhY2jXFZBprfXA</p>
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Julio 2023 – Diciembre 2023
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	<p>Ingeniería de sistemas y comunicaciones https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.02.04</p> <p>Ingeniería de procesos https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.04.02</p>



UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CERCO VELÁSQUEZ"

M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DIRECTOR (e)
Unidad de Investigación FIS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo LIZ KAROLA YAPO MENENDEZ, identificado con DNI
Nro. 72929502, en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
 Programa de Segunda Especialidad,
 Programa de Maestría o Doctorado

INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico
denominada:

PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA
DE EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023

Asesorado por: Mtro. RAMIRO ARTURO RODRÍGUEZ SARAVIA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 16 de AGOSTO del 2024

Firma del Asesor
(obligatoria)

Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	i
ÍNDICE DE FIGURAS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN	viii

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Planteamiento del Problema.....	1
1.1.1. Problema General:	2
1.1.2. Problemas Específicos:	2
1.2. Objetivos de la Investigación	3
1.2.1. Objetivo General:.....	3
1.2.2. Objetivos Específicos:	3
1.3. Justificación del Estudio.....	3
1.4. Hipótesis.....	5
1.4.1. Hipótesis General:.....	5
1.4.2. Hipótesis Específicas:	5
1.5. Variables	5
1.5.1. Independientes:	5



1.5.2. Dependientes:.....5
1.5.3. Operacionalización de Variables:.....6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación7
2.2. Marco teórico8
 2.2.1. Plan de negocio8
 2.2.2. Desarrollo de los objetivos de la empresa20
2.3. Marco conceptual28

CAPÍTULO III

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación.....31
3.2. Método de la investigación.....32
3.3. Población y muestra32
 3.3.1. Población:32
 3.3.2. Muestra:33
3.4. Técnicas, Notas e instrumentos de investigación para la recolección de datos34
3.5. Validación de la contrastación de hipótesis34
3.6. Validez y confiabilidad del instrumento35
3.7. Plan de recolección y procesamiento de datos35



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados	36
4.1.1. OE 1	36
4.1.2. OE 2	49
4.1.3. OE 3	49
4.2. Discusión	53
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS	60



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 resultado ¿Dónde desarrollo los cumpleaños de sus hijos?.....	37
Figura 2 resultados de ¿Cómo hace sus eventos infantiles?	38
Figura 3 resultados de ¿Cuánto está dispuesto a gastar aproximadamente en un evento infantil?	39
Figura 4 resultados de ¿Qué cantidad de personas asisten al evento infantil de forma promedio?	40
Figura 5 resultados de ¿cuán importante es que una fiesta infantil muestre una temática?....	42
Figura 6 resultado de ¿Qué actividades te gustaría ver en un evento infantil?.....	43
Figura 7 resultado de ¿Cuál sería el servicio adecuado en contrato de un evento infantil?....	44
Figura 8 resultados de ¿Cuál será la calificación del servicio de eventos infantiles? ...	45
Figura 9 resultados de ¿A que considera importante dentro de un evento infantil?	46
Figura 10 resultados de ¿piensa usted que nuestra empresa de eventos infantiles brindara un servicio de calidad según a las expectativas de los clientes en los diversos aspectos?	47



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 operacionalización de variables	6
Tabla 2 resultado ¿Dónde desarrollo los cumpleaños de sus hijos?	36
Tabla 3 resultados de ¿Cómo hace sus eventos infantiles?	37
Tabla 4 resultados de ¿Cuánto está dispuesto a gastar aproximadamente en un evento infantil?	39
Tabla 5 resultados de ¿Qué cantidad de personas asisten al evento infantil de forma promedio?	40
Tabla 6 resultados de ¿cuán importante es que una fiesta infantil muestre una temática?	41
Tabla 7 resultado de ¿Qué actividades te gustaría ver en un evento infantil?	43
Tabla 8 resultado de ¿Cuál sería el servicio adecuado en contrato de un evento infantil?	44
Tabla 9 resultados de ¿Cuál será la calificación del servicio de eventos infantiles?	45
Tabla 10 resultados de ¿A que considera importante dentro de un evento infantil?	46
Tabla 11 resultados de ¿piensa usted que nuestra empresa de eventos infantiles brindara un servicio de calidad según a las expectativas de los clientes en los diversos aspectos?	47
Tabla 12 propuesta de desarrollo	50
Tabla 13 porcentajes de los indicadores de la variable dependiente.....	52



RESUMEN

El presente planteamiento de negocio tiene como objetivo establecer una empresa de eventos infantiles enfocada en la organización y producción de fiestas y celebraciones dirigidas a niños y sus familias. La empresa busca satisfacer la creciente demanda de servicios especializados para eventos infantiles, ofreciendo experiencias únicas y memorables para los pequeños clientes.

La misión de la empresa es proporcionar momentos mágicos y divertidos para los niños, brindando servicios personalizados y adaptados a las necesidades y gustos de cada cliente. La visión es convertirse en el referente regional de eventos infantiles, destacando por la calidad de sus servicios, creatividad en el diseño de fiestas y la excelencia en la atención al cliente.

En la primera etapa de diagnóstico del problema identificado se trabajó con una muestra de 224 elementos. La población, obtenida por muestreo aleatorio simple, fueron madres de niños de 3,4 y 5 años. Los datos fueron procesados estadísticamente a nivel técnico inferencial a través del software seleccionado, siendo el resultado relevante la insatisfacción del cliente. Después de analizar los resultados, concluimos que había una oportunidad de ofrecer un servicio completamente diferente. En conclusión, se decidió que era ventajoso implementar el plan de negocios. Finalmente, se recomienda al investigador seguir ahondando en la problemática de cualquier proyecto para promover el crecimiento y desarrollo de aquellas empresas descuidadamente rutinarias y obsoletas y lograr el emprendimiento en pequeñas organizaciones para hacerlas competitivas gracias a la tecnología y la globalización. Liderazgo de mercado

Palabras claves: negocio, objetivos empresariales, eventos infantiles.



ABSTRACT

The objective of this business approach is to establish a children's events company focused on the organization and production of parties and celebrations aimed at children and their families. The company seeks to satisfy the growing demand for specialized services for children's events, offering unique and memorable experiences for small customers.

The company's mission is to provide magical and fun moments for children, providing personalized services adapted to the needs and tastes of each client. The vision is to become the regional benchmark for children's events, standing out for the quality of its services, creativity in party design and excellence in customer service.

In the first stage of diagnosis of the identified problem, we worked with a sample of 224 elements. The population, obtained by simple random sampling, were mothers of children aged 3, 4 and 5 years. The data was statistically processed at an inferential technical level through the selected software, the relevant result being customer dissatisfaction. After analyzing the results, we concluded that there was an opportunity to offer a completely different service. In conclusion, it was decided that it was advantageous to implement the business plan. Finally, the researcher is recommended to continue delving into the problems of any project to promote the growth and development of those carelessly routine and obsolete companies and achieve entrepreneurship in small organizations to make them competitive thanks to technology and globalization. Market leadership

Keywords: business, business objectives, children's events.



INTRODUCCIÓN

En un mundo lleno de ilusión y magia, donde los sueños y la imaginación de los más pequeños cobran vida, se abre paso nuestro apasionante proyecto: la creación de una empresa de eventos infantiles. En esta emocionante aventura, nuestro propósito es llevar sonrisas y alegría a los corazones de los niños, haciendo de cada celebración un momento único e inolvidable.

Este Plan de Negocio representa el resultado de nuestro deseo de convertirnos en los arquitectos de la felicidad infantil, llevando a cabo eventos y fiestas que trasciendan la mera celebración para convertirse en experiencias inolvidables. Nos motiva la convicción de que cada niño merece vivir momentos de ensueño, donde su imaginación no tenga límites y donde la diversión sea el ingrediente principal.

En el presente documento, desarrollaremos nuestra visión y misión como empresa de eventos infantiles, destacando la importancia de nuestro compromiso con la excelencia en el servicio al cliente y la personalización de cada evento para superar las expectativas de nuestros clientes.

Asimismo, abordaremos los objetivos estratégicos que guiarán nuestro camino hacia el éxito en este competitivo mercado, enfocándonos en la innovación, la creatividad y la eficiencia operativa para ofrecer servicios diferenciados y de alta calidad.

Este estudio nos llevará a analizar en profundidad el mercado de eventos infantiles, identificando oportunidades y desafíos, y definiendo nuestro público objetivo para establecer una propuesta de valor única y atractiva.

Nuestro compromiso no solo reside en proporcionar momentos de diversión y emoción, sino también en la responsabilidad social y sostenibilidad en nuestras prácticas



empresariales, contribuyendo positivamente al bienestar de la comunidad en la que operamos.

En este recorrido hacia la creación de una empresa de eventos infantiles exitosa, nos embarcamos con entusiasmo y dedicación, sabiendo que cada celebración será una oportunidad para dejar una huella imborrable en la memoria de los niños y sus familias.

Presentamos la implementación de un plan de negocios donde tenemos el desarrollo de los objetivos institucionales de nuestra empresa el cual podemos justificar gracias al desarrollo de un servicio en particular que son los eventos infantiles dentro de nuestro departamento por tal motivo presentaremos el planteamiento de diversos problemas como los objetivos que queremos alcanzar los cuales son respaldados por un previo diagnóstico y esto a su vez serán evaluados por las hipótesis respectivas y respaldadas por los diferentes argumentos teóricos los cuales no ayudara a desarrollar los resultados y las conclusiones de nuestro estudio.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Planteamiento del Problema

En la actualidad, los eventos infantiles se han convertido en una industria en constante crecimiento, impulsada por la creciente demanda de fiestas y celebraciones temáticas para niños. Sin embargo, emprender un negocio dedicado a los eventos infantiles conlleva diversos desafíos y problemáticas que requieren una cuidadosa planificación y estrategia para alcanzar el éxito en este competitivo mercado.

Uno de los principales desafíos es la identificación del público objetivo y la comprensión de sus necesidades y preferencias. Los niños son un público muy diverso en cuanto a edades, intereses y gustos, lo que exige una oferta de servicios versátil y adaptable a las diferentes demandas. La planificación del negocio debe considerar cómo segmentar y abordar este mercado, ofreciendo eventos y servicios personalizados que capten la atención y el interés de los pequeños clientes y sus padres.

Otro aspecto crítico es la diferenciación en un mercado saturado. La industria de eventos infantiles es altamente competitiva, y para destacar entre la multitud de proveedores, se debe ofrecer una propuesta de valor única y atractiva. La planificación debe abordar la creación de eventos temáticos innovadores, la incorporación de actividades creativas y entretenidas, y la búsqueda de nuevas tendencias para sorprender a los clientes.



La logística y coordinación son también factores clave en la planificación de un negocio de eventos infantiles. La organización de fiestas implica gestionar múltiples detalles, desde la selección de proveedores y la gestión de recursos hasta la logística del evento en sí. Un mal manejo de estos aspectos puede afectar negativamente la experiencia del cliente y dañar la reputación del negocio.

Además, la responsabilidad social y el compromiso con la seguridad y bienestar de los niños son preocupaciones esenciales en este tipo de negocio. Los eventos infantiles deben garantizar un entorno seguro y confiable, así como la utilización de materiales y recursos adecuados para la edad y el desarrollo de los niños.

La rentabilidad y sostenibilidad del negocio también son aspectos fundamentales en la planificación. La inversión inicial, los costos operativos y la fijación de precios adecuados son factores que deben ser cuidadosamente evaluados para asegurar la viabilidad financiera del negocio a largo plazo

1.1.1. Problema General:

- ¿Será posible desarrollar un plan de negocio para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023?

1.1.2. Problemas Específicos:

- ¿Cuál será el mercado de los eventos infantiles Juliaca 2023?
- ¿Cuál será el perfil corporativo de la empresa para poder desarrollar actividades eficaces para la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023?
- ¿Cuáles serán los resultados del plan de negocios para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023?



1.2. Objetivos de la Investigación

1.2.1. *Objetivo General:*

- Desarrollar un plan de negocio para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023

1.2.2. *Objetivos Específicos:*

- Diagnosticar el mercado de los eventos infantiles Juliaca 2023
- Diseñar un perfil corporativo de la empresa para poder desarrollar actividades eficaces para la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023
- Proyectar los resultados del plan de negocios para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023

1.3. Justificación del Estudio

La creación de un plan de negocios para una empresa de eventos infantiles es esencial debido a la creciente demanda en el mercado de fiestas y celebraciones temáticas dirigidas a niños. Existe una clara tendencia hacia la personalización de eventos, donde los padres buscan ofrecer experiencias únicas y memorables a sus hijos, lo que representa una oportunidad prometedora para emprender en esta industria.

A continuación, se presentan las principales razones que respaldan la justificación de crear un plan de negocios para una empresa de eventos infantiles:

- **Identificación de oportunidades:** Un plan de negocios permitirá realizar un análisis detallado del mercado, identificando las oportunidades y necesidades insatisfechas en el segmento de eventos infantiles. Esto ayudará a definir una propuesta de valor distintiva, ofreciendo servicios que cubran las expectativas de los clientes y se destaquen en el mercado.



- **Enfoque estratégico:** El plan de negocios proporcionará una guía para establecer objetivos claros y una estrategia para alcanzarlos. Permitirá definir la visión y misión de la empresa, así como los valores fundamentales que guiarán todas las acciones y decisiones empresariales.
- **Evaluación de la competencia:** Un análisis competitivo en el plan de negocios permitirá conocer a los principales actores del mercado de eventos infantiles, su oferta de servicios, precios y fortalezas. Esto brindará información valiosa para identificar oportunidades de diferenciación y ventajas competitivas.
- **Establecimiento de recursos necesarios:** El plan de negocios ayudará a determinar los recursos humanos, financieros y materiales necesarios para poner en marcha la empresa de eventos infantiles. Esto facilitará la asignación adecuada de recursos y la planificación de presupuestos.
- **Estrategia de marketing y ventas:** El plan de negocios incluirá una estrategia de marketing y ventas para promover la empresa y sus servicios de manera efectiva. Esto incluirá el uso de medios digitales, redes sociales, publicidad y relaciones públicas para llegar al público objetivo.
- **Análisis financiero:** El plan de negocios realizará un análisis financiero detallado que permitirá proyectar los ingresos, costos y rentabilidad del negocio en el corto y largo plazo. Esto ayudará a evaluar la viabilidad financiera del emprendimiento y a tomar decisiones informadas.
- **Responsabilidad y sostenibilidad:** El plan de negocios también contemplará la responsabilidad social y la sostenibilidad del negocio, definiendo políticas y prácticas empresariales que promuevan el bienestar de la comunidad y el entorno.



la creación de un plan de negocios para una empresa de eventos infantiles es crucial para establecer una base sólida y estratégica que permita enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado. El plan proporcionará una guía clara para el desarrollo y crecimiento del negocio, asegurando que la empresa pueda brindar experiencias mágicas y memorables a los niños y sus familias, y alcanzar el éxito sostenible en esta apasionante industria.

1.4. Hipótesis

1.4.1. *Hipótesis General:*

- El Desarrollar un plan de negocio influirá positivamente para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023

1.4.2. *Hipótesis Especificas:*

- El diagnosticar el mercado ayudara positivamente a la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023
- El diseñar un perfil corporativo influirá positivamente a la empresa a poder desarrollar actividades eficaces para la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023
- La proyección de los resultados influirá positivamente al plan de negocios para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023

1.5. Variables

1.5.1. *Independientes:*

- Plan de negocio.

1.5.2. *Dependientes:*

- Desarrollo de objetivos de la empresa.



1.5.3. Operacionalización de Variables:

Tabla 1

operacionalización de variables

Variable	Dimensiones
Plan de negocio.	Análisis del mercado
	Estratégico
	Marketing
	Operativo
	Recursos humanos
Desarrollo de objetivos de la empresa.	Financiero
	Satisfacción de los clientes
	El alcance
	Nuestro servicio
	Apreciación de la venta

Nota: elaboración propia



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

El mercado de eventos infantiles ha experimentado un significativo crecimiento en las últimas décadas debido a la creciente demanda de celebraciones temáticas y personalizadas para niños. Este auge se ha generado por un cambio en la mentalidad de los padres, quienes buscan proporcionar experiencias memorables y únicas para sus hijos durante momentos especiales como cumpleaños, fiestas temáticas y otras celebraciones.

Los estudios e investigaciones relacionados con la planificación de negocios para empresas de eventos infantiles han sido objeto de interés en el ámbito empresarial y académico. Estos estudios han revelado la relevancia y potencial del sector, destacando la importancia de brindar servicios que se ajusten a las necesidades y preferencias de los niños y sus familias.

Una investigación realizada por Johnson y Smith (2018) sobre el comportamiento del mercado de eventos infantiles señaló que los servicios de planificación de fiestas temáticas y eventos exclusivos para niños representan una oportunidad para emprendedores que buscan ingresar en un mercado en crecimiento y con gran potencial de rentabilidad.



Además, el análisis de las tendencias en la industria, realizado por García y Martínez (2019), destacó la relevancia de la creatividad, la innovación y la personalización de los eventos infantiles como factores clave para diferenciarse en un mercado competitivo y atraer a un público cada vez más exigente.

Asimismo, estudios de mercado han evidenciado que los padres están dispuestos a invertir en experiencias significativas para sus hijos, lo que ha generado un aumento en la demanda de servicios de eventos infantiles con un enfoque en la calidad, la seguridad y la diversión.

A pesar de la creciente popularidad de los eventos infantiles, también se han identificado desafíos y problemáticas en la planificación de negocios en este sector. Entre ellos, se encuentran la identificación del público objetivo, la diferenciación de la oferta de servicios, la logística y coordinación de eventos, así como la sostenibilidad y responsabilidad social del negocio.

Podemos decir que el estudio de planes de negocio para empresas de eventos infantiles ha cobrado relevancia debido al crecimiento del mercado y a la importancia de ofrecer servicios que generen experiencias inolvidables para los niños y sus familias. La investigación en esta área proporciona información valiosa para emprendedores y empresas interesadas en ingresar a este apasionante sector y alcanzar el éxito en un mercado en constante evolución.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Plan de negocio

Un plan de negocio es un documento detallado que describe de manera sistemática y organizada todos los aspectos relacionados con la creación y desarrollo de un proyecto



empresarial o una empresa existente. Es una herramienta fundamental que permite a los emprendedores, empresarios y gerentes establecer una hoja de ruta clara y coherente para guiar el rumbo del negocio y tomar decisiones informadas.

El objetivo principal de un plan de negocio es definir la visión y misión del negocio, analizar el mercado y la competencia, establecer los objetivos y metas a alcanzar, y diseñar las estrategias y acciones necesarias para lograrlos. Proporciona una visión global de la empresa y permite identificar oportunidades, desafíos y posibles riesgos que puedan surgir en el camino.

Un plan de negocio generalmente incluye los siguientes elementos:

- **Resumen Ejecutivo:** Es una introducción concisa que resume los aspectos más importantes del plan, proporcionando una visión general del negocio y sus objetivos.
- **Descripción del Negocio:** Detalla la naturaleza del negocio, los productos o servicios ofrecidos, el mercado objetivo y la propuesta de valor única que lo distingue.
- **Análisis de Mercado:** Examina el mercado en el que opera el negocio, identificando las necesidades de los clientes, el tamaño del mercado, la competencia y las tendencias relevantes.
- **Estrategia de Marketing y Ventas:** Define cómo se posicionarán los productos o servicios en el mercado, qué estrategias de marketing se utilizarán para atraer clientes y cómo se llevarán a cabo las actividades de ventas.
- **Organización y Equipo de Trabajo:** Describe la estructura organizativa del negocio, el equipo de trabajo, las habilidades y responsabilidades de cada miembro y la dirección estratégica de la empresa.



- **Plan Operativo:** Detalla los procesos y operaciones necesarias para llevar a cabo el negocio, incluyendo la logística, distribución, proveedores y recursos requeridos.
- **Proyecciones Financieras:** Incluye estados financieros proyectados, como el balance general, estado de resultados y flujo de caja, que permiten evaluar la viabilidad económica del negocio.
- **Estrategia de Crecimiento:** Define los planes a futuro para expandir y hacer crecer el negocio, así como los recursos necesarios para lograrlo.

En el cual podemos definir el plan de negocio es una herramienta esencial para planificar, organizar y dirigir un proyecto empresarial. Proporciona una guía detallada para la toma de decisiones y el logro de los objetivos establecidos, asegurando que la empresa esté preparada para enfrentar los desafíos del mercado y maximizar sus posibilidades de éxito.

2.2.1.1. Análisis de mercado

El análisis del mercado es una evaluación detallada y sistemática de las condiciones y variables que afectan a un determinado sector o industria. Su objetivo es obtener una comprensión profunda del entorno comercial en el que opera una empresa o proyecto empresarial. El análisis del mercado es una fase esencial en la planificación de negocios, ya que proporciona información valiosa para la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo de estrategias comerciales efectivas.

Al llevar a cabo un análisis del mercado, se examinan diversos aspectos, incluyendo:



- **Tamaño y tendencias del mercado:** Se estudia la dimensión del mercado, es decir, la cantidad total de bienes o servicios que se compran y venden en un área geográfica específica durante un período determinado. También se evalúa el crecimiento histórico y proyectado del mercado, identificando posibles tendencias y oportunidades de crecimiento.
- **Segmentación del mercado:** Se divide el mercado en segmentos más pequeños y homogéneos, agrupando a los consumidores que comparten características y necesidades similares. Esta segmentación permite enfocar los esfuerzos de marketing y ventas de manera más efectiva.
- **Perfil del cliente:** Se analizan las características demográficas, psicográficas y comportamentales de los clientes potenciales. Esto incluye datos como edad, género, ingresos, intereses, preferencias y hábitos de consumo.
- **Competencia:** Se investigan los competidores directos e indirectos en el mercado. Se evalúan sus productos o servicios, estrategias de marketing, fortalezas, debilidades y cuota de mercado. Esto proporciona información valiosa para diferenciar el negocio y desarrollar estrategias competitivas.
- **Barreras de entrada y salida:** Se identifican las posibles dificultades o obstáculos que una empresa podría enfrentar al ingresar al mercado o abandonarlo. Estas barreras pueden estar relacionadas con aspectos legales, financieros, tecnológicos o de recursos.
- **Factores económicos, sociales y políticos:** Se evalúa el entorno macroeconómico y social en el que opera el mercado. Esto incluye factores como la estabilidad política, el comportamiento del consumidor, las tendencias culturales y las condiciones económicas generales.



- **Análisis FODA:** Se realiza un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrenta el negocio en relación con el mercado. Esto ayuda a identificar áreas de mejora y ventajas competitivas.

El análisis del mercado proporciona una visión clara y objetiva del entorno en el que operará el negocio, permitiendo a los emprendedores y empresarios tomar decisiones informadas y diseñar estrategias que les permitan posicionarse de manera sólida y competitiva en el mercado.

2.2.1.2. Planeamientos

2.2.1.2.1. *Estratégicos*

El planeamiento estratégico es un proceso gerencial integral que consiste en definir los objetivos y metas a largo plazo de una empresa, así como las acciones y estrategias necesarias para alcanzarlos. Es una herramienta clave para la dirección y gestión de una organización, ya que permite establecer una dirección clara y coherente, alinear los recursos y esfuerzos de la empresa hacia un propósito común y anticipar los desafíos y oportunidades que puedan surgir en el futuro.

El proceso de planeamiento estratégico generalmente involucra las siguientes etapas:

- **Análisis de la situación:** Se lleva a cabo una evaluación exhaustiva del entorno interno y externo de la empresa. Esto incluye el análisis del mercado, la competencia, las fortalezas y debilidades internas de la organización, así como las oportunidades y amenazas que puedan afectar su desempeño.



- Definición de la misión, visión y valores: Se establece la razón de ser de la empresa (misión), la imagen futura que se quiere alcanzar (visión) y los principios éticos y culturales que guiarán su comportamiento (valores).
- Establecimiento de objetivos y metas: Se definen los objetivos a largo plazo que la empresa pretende alcanzar. Estos objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo determinado (SMART).
- Desarrollo de estrategias: Se diseñan las estrategias y planes de acción para alcanzar los objetivos establecidos. Estas estrategias pueden incluir decisiones sobre el mercado objetivo, la innovación de productos, la expansión geográfica, la optimización de recursos, entre otros.
- Implementación: Se llevan a cabo las acciones planificadas y se asignan los recursos necesarios para ejecutar las estrategias. Es fundamental que toda la organización esté comprometida y alineada con el plan estratégico.
- Evaluación y control: Se realiza un seguimiento continuo del progreso hacia el logro de los objetivos. Si es necesario, se realizan ajustes y correcciones para asegurar que la empresa siga el camino correcto.

El planeamiento estratégico es esencial para el éxito a largo plazo de una empresa, ya que proporciona una guía clara y coherente para la toma de decisiones y la asignación de recursos. Permite a la empresa adaptarse y anticipar los cambios en el entorno empresarial, identificar oportunidades de crecimiento y superar los desafíos que puedan surgir en el camino hacia el logro de sus metas.

2.2.1.2.2. Marketing

El planeamiento de marketing, también conocido como plan de marketing o planificación estratégica de marketing, es un proceso esencial en el campo del



mercadeo que involucra la formulación y desarrollo de estrategias y tácticas para alcanzar los objetivos comerciales de una empresa o negocio. Su enfoque se centra en el análisis del mercado y de los clientes, la definición de las acciones de marketing a llevar a cabo, así como la asignación de recursos y el seguimiento de los resultados obtenidos.

El proceso de planeamiento de marketing generalmente implica las siguientes etapas:

- **Análisis del mercado y del entorno:** Se evalúa el mercado en el que opera la empresa, identificando las tendencias, el comportamiento del consumidor, la competencia y las oportunidades de negocio.
- **Segmentación del mercado:** Se divide el mercado en grupos más pequeños y homogéneos, conocidos como segmentos, con características y necesidades similares. Esto permite una mejor focalización y adaptación de las estrategias de marketing.
- **Definición del público objetivo:** Se selecciona el segmento o segmentos que la empresa desea atender, determinando el perfil y características del cliente ideal.
- **Establecimiento de objetivos de marketing:** Se definen los resultados específicos que se pretenden alcanzar con las acciones de marketing, como el aumento de las ventas, la penetración en nuevos mercados, el incremento de la participación de mercado, entre otros.
- **Desarrollo de estrategias de marketing:** Se diseñan las estrategias para alcanzar los objetivos establecidos. Estas pueden incluir estrategias de posicionamiento, estrategias de producto, estrategias de precios, estrategias de promoción y estrategias de distribución.



- **Planificación táctica:** Se definen las acciones y tácticas concretas que se llevarán a cabo para implementar las estrategias de marketing. Esto incluye la planificación de campañas publicitarias, actividades promocionales, eventos, lanzamientos de productos, entre otras acciones.
- **Asignación de recursos:** Se determinan los recursos humanos, financieros y tecnológicos necesarios para ejecutar el plan de marketing de manera efectiva.
- **Seguimiento y control:** Se realiza un seguimiento constante de las acciones de marketing para evaluar su efectividad y los resultados obtenidos. Esto permite realizar ajustes y mejoras para optimizar el rendimiento del plan.

el planeamiento de marketing es una herramienta esencial para el éxito comercial de una empresa, ya que proporciona una guía estratégica para dirigir las actividades de marketing y lograr los objetivos comerciales establecidos. Es un proceso dinámico y adaptable que permite a las empresas adaptarse a los cambios del mercado y a las necesidades de los clientes, manteniendo una ventaja competitiva en un entorno empresarial en constante evolución.

2.2.1.2.3. Operativo

El planeamiento operativo es un proceso de gestión y planificación que tiene como objetivo definir acciones concretas y detalladas para alcanzar los objetivos y metas específicas de una organización en el corto plazo. Se enfoca en la implementación de las estrategias delineadas en el nivel superior de planificación (planeamiento estratégico) y se centra en aspectos operativos y tácticos.



Este tipo de planeamiento suele cubrir un período de uno a tres años y se ocupa de resolver preguntas más específicas y prácticas sobre cómo se llevarán a cabo las tareas para alcanzar los objetivos previamente establecidos.

Algunos elementos clave del planeamiento operativo incluyen:

- Establecimiento de metas y objetivos específicos: Definir metas cuantificables y objetivos concretos que se puedan medir y evaluar durante el período operativo.
- Identificación de recursos necesarios: Determinar los recursos (financieros, humanos, tecnológicos, etc.) requeridos para ejecutar las acciones operativas de manera efectiva.
- Desarrollo de planes de acción: Crear planes detallados que describan las acciones y pasos específicos que se deben tomar para lograr los objetivos establecidos.
- Asignación de responsabilidades: Definir claramente las responsabilidades de cada miembro del equipo para asegurarse de que sepan qué se espera de ellos durante la implementación de los planes operativos.
- Establecimiento de indicadores de desempeño: Definir métricas y KPIs (indicadores clave de rendimiento) para medir el progreso y el éxito de las acciones operativas.
- Evaluación y seguimiento: Continuar monitoreando y evaluando el progreso para asegurarse de que las actividades operativas estén en línea con los objetivos establecidos y realizar ajustes si es necesario.
- Flexibilidad y adaptabilidad: El planeamiento operativo debe ser lo suficientemente flexible para adaptarse a cambios y contingencias que puedan surgir durante su implementación.



Por el cual el planeamiento operativo es una herramienta vital para traducir la estrategia de una organización en acciones prácticas y alcanzables. Al enfocarse en el corto plazo y en los detalles prácticos, ayuda a asegurar que la organización avance en la dirección deseada y alcance sus metas específicas en un período determinado.

2.2.1.2.4. Recursos humanos

El planeamiento de los recursos humanos, también conocido como planeamiento de la fuerza laboral o planeación de personal, es un proceso estratégico que tiene como objetivo asegurar que una organización cuente con el número adecuado de empleados con las habilidades y competencias necesarias para alcanzar sus objetivos y metas de manera eficiente y efectiva.

Este proceso implica analizar las necesidades futuras de la organización en términos de talento humano y diseñar estrategias para adquirir, desarrollar y retener a los empleados necesarios para cumplir con las demandas del negocio. El planeamiento de los recursos humanos se realiza tanto a corto como a largo plazo y generalmente se encuentra alineado con el planeamiento estratégico de la organización.

Los pasos típicos en el proceso de planeamiento de los recursos humanos incluyen:

- **Análisis de la demanda:** Se evalúan las necesidades futuras de personal en función de los objetivos de la organización y los cambios proyectados en el entorno de trabajo. Esto puede incluir el crecimiento del negocio, cambios



tecnológicos, fluctuaciones estacionales o cualquier otro factor que afecte la demanda de empleados.

- **Análisis de la oferta:** Se evalúa el personal actual de la organización, sus habilidades y competencias, así como su disponibilidad a corto y largo plazo. Esto permite identificar brechas entre la oferta y la demanda de recursos humanos.
- **Desarrollo de estrategias:** Con base en los análisis de demanda y oferta, se desarrollan estrategias para abordar las brechas identificadas. Esto puede incluir la contratación de nuevos empleados, la capacitación y desarrollo del personal actual, la reasignación de recursos, entre otras acciones.
- **Implementación:** Se ponen en marcha las estrategias definidas, lo que implica llevar a cabo procesos de selección, formación y desarrollo, y otras acciones para gestionar el talento humano.
- **Evaluación y ajustes:** Se monitorea y evalúa continuamente el éxito de las estrategias implementadas y se realizan ajustes según sea necesario para asegurar que el plan de recursos humanos siga siendo relevante y efectivo.

El planeamiento de los recursos humanos es esencial para las organizaciones, ya que les permite anticiparse a las necesidades futuras y estar preparadas para enfrentar los desafíos relacionados con la adquisición y gestión del talento humano. Al alinear el personal con los objetivos estratégicos, las organizaciones pueden lograr una ventaja competitiva y mejorar su desempeño a largo plazo.



2.2.1.2.5. *Financieros*

El planeamiento financiero es un proceso estratégico y analítico que implica la proyección y gestión de los recursos financieros de una organización en un período determinado, generalmente a mediano y largo plazo. El objetivo principal del planeamiento financiero es garantizar la sostenibilidad financiera de la empresa y asegurar que cuente con los recursos necesarios para alcanzar sus metas y objetivos.

Este proceso implica la elaboración de planes y presupuestos financieros que incluyen estimaciones de ingresos, gastos, inversiones y flujos de efectivo. También implica la identificación y análisis de riesgos financieros y la implementación de estrategias para minimizarlos.

Los pasos típicos en el proceso de planeamiento financiero son los siguientes:

- **Análisis de la situación financiera actual:** Se evalúa la situación financiera actual de la organización, incluyendo su estado de resultados, balance general y flujo de efectivo. Esto proporciona una base para comprender la salud financiera actual y las áreas que requieren atención.
- **Establecimiento de objetivos financieros:** Se definen metas financieras claras y cuantificables que la organización desea alcanzar en el período de planeamiento. Estos objetivos pueden incluir el crecimiento de los ingresos, la mejora de la rentabilidad, la reducción de costos, entre otros.
- **Proyecciones financieras:** Se realizan estimaciones y proyecciones financieras basadas en supuestos realistas sobre el desempeño futuro de la organización. Esto



puede incluir pronósticos de ventas, gastos operativos, inversiones en activos, y otros aspectos relevantes.

- **Desarrollo de estrategias financieras:** Se diseñan estrategias para alcanzar los objetivos financieros establecidos. Esto puede implicar la planificación de la financiación adecuada, la gestión del capital de trabajo, la optimización de la estructura de costos, y la evaluación de oportunidades de inversión.
- **Elaboración de presupuestos:** Se crean presupuestos que detallan los ingresos y gastos esperados para el período de planeamiento. Estos presupuestos sirven como guía para la gestión financiera y permiten controlar el desempeño real frente a las metas establecidas.
- **Monitoreo y control:** Se realiza un seguimiento periódico del desempeño financiero real en comparación con las proyecciones y presupuestos. Esto permite identificar desviaciones y tomar medidas correctivas cuando sea necesario para mantener el rumbo hacia los objetivos financieros.

El planeamiento financiero es esencial para la toma de decisiones informadas y estratégicas en una organización. Al tener una visión clara de la situación financiera y las proyecciones futuras, la empresa puede anticiparse a los cambios, mitigar riesgos y aprovechar oportunidades para mantener una posición financiera sólida y lograr el crecimiento sostenible a lo largo del tiempo.

2.2.2. Desarrollo de los objetivos de la empresa

El desarrollo de los objetivos empresariales es un proceso clave dentro de la planificación estratégica de una organización. Consiste en definir y establecer metas y resultados concretos que la empresa pretende lograr en un período determinado para avanzar en la dirección deseada y cumplir con su misión y visión.



Estos objetivos empresariales deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un límite de tiempo (conocidos como objetivos SMART). Además, deben estar alineados con la visión y la estrategia general de la empresa. Cada objetivo debe contribuir de manera significativa al progreso y al éxito de la organización en su conjunto.

El proceso de desarrollo de los objetivos empresariales generalmente involucra los siguientes pasos:

- **Análisis del entorno y la situación actual:** La empresa evalúa su entorno externo (factores económicos, políticos, tecnológicos, sociales, legales, etc.) y su situación interna (fortalezas, debilidades, recursos disponibles, etc.) para identificar oportunidades y desafíos.
- **Definición de la visión y la misión:** Se establece la visión a largo plazo de la empresa (lo que aspira a ser en el futuro) y su misión (el propósito fundamental de la empresa).
- **Formulación de la estrategia:** Se desarrollan las estrategias que guiarán el camino para lograr la visión y la misión. Estas estrategias establecen la dirección general y los enfoques clave para alcanzar los objetivos.
- **Establecimiento de objetivos SMART:** Los objetivos se definen siguiendo el enfoque SMART, es decir, son específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un límite de tiempo. Por ejemplo, aumentar las ventas en un 15% durante el próximo año.
- **Despliegue de los objetivos:** Los objetivos son comunicados a todos los niveles de la organización para garantizar que todos comprendan su importancia y cómo contribuyen a la estrategia general.



- **Asignación de responsabilidades:** Se asignan responsabilidades claras para el logro de los objetivos. Esto asegura que cada área o individuo sepa qué se espera de ellos y cómo contribuir al cumplimiento de los objetivos.
- **Monitoreo y evaluación:** Se realiza un seguimiento constante del progreso hacia el logro de los objetivos. Si es necesario, se realizan ajustes a lo largo del tiempo para mantenerse en el camino correcto.

El desarrollo efectivo de los objetivos empresariales es fundamental para enfocar los esfuerzos y recursos de la empresa en áreas clave y medibles. Al alcanzar estos objetivos, la organización puede avanzar hacia su visión y garantizar su éxito a largo plazo.

2.2.2.1. La satisfacción de los clientes

La satisfacción del cliente se refiere al nivel de contento, complacencia o grado de satisfacción que experimenta un cliente después de adquirir y utilizar un producto o servicio de una empresa u organización. Es un indicador crítico del éxito de cualquier negocio, ya que clientes satisfechos tienden a ser más leales, recomendar la empresa a otros y generar repetidas compras, lo que contribuye a un crecimiento sostenible y a una buena reputación de la marca.

La satisfacción del cliente se construye en base a la percepción que el cliente tiene de cómo se ha cumplido o superado sus expectativas en relación con el producto o servicio adquirido. Para lograr altos niveles de satisfacción del cliente, es fundamental que la empresa ofrezca un producto o servicio de calidad, brinde un excelente servicio al cliente y cumpla con las promesas realizadas.

Algunos factores clave que influyen en la satisfacción del cliente incluyen:



- **Calidad del producto o servicio:** Los clientes esperan recibir productos o servicios que sean funcionales, confiables y que cumplan con sus necesidades y expectativas.
- **Atención al cliente:** Un trato amable, respetuoso y eficiente por parte del personal de la empresa es crucial para la satisfacción del cliente. La capacidad de resolver problemas y atender quejas de manera rápida y efectiva también juega un papel importante.
- **Cumplimiento de promesas:** Es fundamental que la empresa cumpla con todas las promesas que hizo al cliente, tanto en términos de calidad del producto o servicio como en plazos de entrega y condiciones acordadas.
- **Comunicación efectiva:** Mantener una comunicación clara y transparente con el cliente es esencial para evitar malentendidos y mantener la confianza.
- **Valor percibido:** Los clientes desean sentir que están recibiendo un buen valor por su dinero. Esto no solo se refiere al precio, sino también a los beneficios y ventajas que obtienen al adquirir el producto o servicio.
- **Experiencia del cliente:** La experiencia general que el cliente tiene al interactuar con la empresa, desde el proceso de compra hasta la postventa, influye en su nivel de satisfacción.

Medir la satisfacción del cliente a través de encuestas, comentarios y retroalimentación directa es una práctica común para las empresas, lo que les permite identificar áreas de mejora y adaptar sus estrategias para mantener o mejorar la satisfacción del cliente a lo largo del tiempo. Una satisfacción del cliente sólida y constante es un factor crucial para el crecimiento y éxito a largo plazo de cualquier negocio.



2.2.2.2. El alcance

El alcance de una empresa se refiere al ámbito o extensión de las actividades y operaciones que lleva a cabo para cumplir con su misión y objetivos comerciales. Es decir, es la delimitación y descripción de las áreas específicas en las que la empresa opera y brinda sus productos o servicios.

El alcance de una empresa puede ser definido de diversas formas, dependiendo del tipo de negocio y su enfoque estratégico. Algunos aspectos clave que definen el alcance de una empresa incluyen:

- **Productos o servicios ofrecidos:** El alcance se define por los productos o servicios específicos que la empresa ofrece a sus clientes. Por ejemplo, una empresa de tecnología puede ofrecer software, hardware o servicios de consultoría en TI.
- **Mercados atendidos:** El alcance también se refiere a los mercados o segmentos de clientes a los que la empresa dirige sus productos o servicios. Pueden ser mercados locales, nacionales o internacionales, y pueden incluir diferentes industrias o grupos demográficos.
- **Áreas geográficas de operación:** El alcance puede estar limitado a una región o área geográfica específica o puede extenderse a nivel global.
- **Tecnologías utilizadas:** Algunas empresas pueden definir su alcance en función de las tecnologías específicas que emplean en sus procesos o productos.



- Enfoque estratégico: El alcance también puede estar influenciado por la estrategia empresarial adoptada, como enfocarse en un nicho de mercado particular o en una estrategia de diferenciación de productos.

Es importante que el alcance de una empresa esté claramente definido y alineado con su estrategia y objetivos, ya que esto ayuda a la empresa a enfocar sus recursos y esfuerzos en las áreas más relevantes y a ser más efectiva en el mercado en el que compite. Además, un alcance bien definido permite a la empresa comunicar con claridad su propuesta de valor a sus clientes y establecer una posición distintiva en el mercado.

2.2.2.3. Nuestros servicios

La presentación de servicios de una empresa es una actividad que tiene como objetivo comunicar y promocionar los servicios que la empresa ofrece a sus clientes potenciales o existentes. Es una parte fundamental de la estrategia de marketing y ventas de la empresa, ya que permite destacar las características, beneficios y propuesta de valor de los servicios, y persuadir a los clientes a utilizarlos.

La presentación de servicios puede llevarse a cabo de diversas formas y en diferentes contextos, incluyendo:

- Presentaciones cara a cara: Se realizan reuniones o citas con clientes potenciales para presentar los servicios de la empresa. Estas presentaciones pueden tener lugar en la oficina de la empresa, en la ubicación del cliente o en eventos y ferias comerciales.



- Presentaciones en línea: Utilizando herramientas de videoconferencia o presentaciones en línea, la empresa puede presentar sus servicios a clientes potenciales ubicados en diferentes lugares geográficos.
- Material impreso: La empresa puede crear folletos, catálogos o material impreso que destaque los servicios y los beneficios que ofrece.
- Página web y contenido digital: La página web de la empresa es una poderosa herramienta para presentar sus servicios de manera detallada y atractiva. Además, el contenido digital como videos, infografías o publicaciones en redes sociales también puede ser utilizado para presentar los servicios.
- Demostraciones y muestras: En algunos casos, la empresa puede ofrecer demostraciones o muestras gratuitas de sus servicios para que los clientes experimenten su valor antes de tomar una decisión de compra.
- Testimonios y casos de éxito: Compartir testimonios y casos de éxito de clientes satisfechos puede ser una forma efectiva de presentar los servicios y demostrar su impacto positivo.

Al presentar los servicios de la empresa, es importante tener en cuenta el público objetivo y adaptar el mensaje para que sea relevante y atractivo para ellos. La presentación debe resaltar los aspectos únicos y diferenciales de los servicios, destacando cómo pueden satisfacer las necesidades y resolver los problemas de los clientes.



La presentación de servicios de una empresa es una estrategia de marketing y ventas que busca informar, persuadir y generar interés en los clientes potenciales para que consideren y adquieran los servicios que la empresa ofrece

2.2.2.4. Apreciación de la venta

La apreciación de la venta de una empresa se refiere al aumento o incremento en el valor o precio de la empresa al momento de venderla, en comparación con su valor en el momento de adquirirla o en periodos anteriores. Es decir, representa la ganancia o beneficio que se obtiene por vender la empresa a un precio mayor que su costo original o valor previo.

La apreciación de la venta de una empresa puede deberse a diversos factores, entre los que se incluyen:

- **Crecimiento y rentabilidad:** Si la empresa ha logrado un crecimiento constante en sus ingresos y utilidades, es probable que su valor haya aumentado.
- **Mejora en el desempeño operativo:** Si la empresa ha optimizado sus procesos, reducido costos, o aumentado la eficiencia en sus operaciones, esto puede resultar en una mayor apreciación de su valor.
- **Expansión a nuevos mercados:** La entrada exitosa a nuevos mercados o la ampliación de su alcance geográfico puede aumentar el atractivo y el valor de la empresa.
- **Innovación y tecnología:** Si la empresa ha desarrollado productos o servicios innovadores o ha adoptado tecnologías disruptivas, esto puede aumentar su valor.



- Base de clientes sólida: Una empresa con una base de clientes leales y satisfechos puede tener una mayor apreciación de venta.
- Marca y reputación: Una marca fuerte y una buena reputación en el mercado pueden agregar valor a la empresa.

Es importante tener en cuenta que la apreciación de venta puede ser influenciada por factores tanto internos como externos, y puede variar en diferentes momentos y condiciones del mercado. Además, la valoración de una empresa es un proceso complejo y puede requerir la participación de especialistas en valoración de negocios o asesores financieros para determinar un precio justo y adecuado para la venta.

La apreciación de la venta de una empresa es un objetivo común para los empresarios y accionistas, ya que representa una recompensa por el trabajo y esfuerzo invertido en el negocio, y puede proporcionar fondos para nuevos proyectos o inversiones. Sin embargo, también es esencial considerar otros aspectos, como el impacto fiscal y las implicaciones legales, antes de llevar a cabo la venta de una empresa.

2.3. Marco conceptual

- ✓ Plan de negocio: Documento que describe la visión, objetivos, estrategias y proyecciones financieras de un negocio, sirviendo como guía para su desarrollo y operación.
- ✓ Eventos infantiles: Actividades lúdicas y recreativas diseñadas para entretener y celebrar ocasiones especiales dirigidas a niños y sus familias.



- ✓ Mercado: El conjunto de compradores y vendedores que interactúan en un área específica para intercambiar bienes y servicios.
- ✓ Perfil corporativo: Descripción resumida de una empresa que incluye su misión, visión, valores, productos y/o servicios ofrecidos, historia y otros detalles relevantes.
- ✓ Análisis de mercado: Proceso de recopilación y evaluación de información para comprender la demanda, competencia y tendencias en un mercado específico.
- ✓ Estrategias: Planes de acción diseñados para lograr objetivos y ventajas competitivas en un negocio, considerando factores internos y externos.
- ✓ Marketing: Conjunto de actividades y técnicas que buscan promover, vender y distribuir productos o servicios, y satisfacer las necesidades de los clientes.
- ✓ Operacional: Relacionado con las actividades diarias y procesos necesarios para que un negocio funcione y entregue sus productos o servicios.
- ✓ Recursos humanos: Departamento encargado de la gestión del talento humano de una empresa, incluyendo contratación, capacitación, compensación y desarrollo.
- ✓ Satisfacción del cliente: Nivel de contento y felicidad que experimenta un cliente con respecto a la calidad y el servicio recibido de una empresa.



- ✓ Alcance: El ámbito o extensión de las actividades y operaciones que realiza una empresa para cumplir con sus objetivos y metas.

- ✓ Servicio: La acción de brindar atención, ayuda o solución a las necesidades y requerimientos de los clientes.

- ✓ Apreciación de ventas: El aumento del valor de una empresa al momento de venderla, en comparación con su costo original o valor previo. Representa la ganancia obtenida por la venta.



CAPÍTULO III

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación

Este estudio es un diseño no experimental-predictivo porque aplica un estudio en el que no se manipulan las variables y los resultados se fundamentan en las predicciones obtenidas mediante métodos lógicos. El hecho de que el estudio no sea experimental se compensa con el hecho de que el estudio se realiza sin manipulación de las variables de investigación y se analiza con Hernández & Bautista (2010).

T_1 T_2
M O P R E

Tenemos los siguiente:

Muestra considerada de madre con niños de (3 a 5) años = M

Considera como la observación de la muestra (encuestas) = O

Propuesta (plan de negocio) = P

Medición del tiempo de la información actual = T_1



Proyección de tiempo (implantación de propuesta)	=	T_2
Resultados estimados del plan de negocio	=	RE

3.2. Método de la investigación

Enfoque: Este estudio es mixto. Esto se debe a que se llevaron a cabo diferentes procesos sistemáticos para recopilar datos cuantitativos y cualitativos para su posterior discusión. Esto complementa el hecho de que las mediciones realizadas en el estudio deben tener un proceso estructurado a las variables de investigación, Hernández & Mendoza (2014).

Propósito: Este estudio es aplicable porque aplica una base teórica especializada a un tema de investigación práctico específico. Este estudio complementa que se relaciona con otros estudios realizados anteriormente y se discutirá en el logro de resultados para los objetivos de Hernández & Mendoza (2017) objeto de estudio.

Nivel de alcance: este estudio se explica por la influencia de las variables dependientes e independientes, lo que no se ha hecho antes. Complementa que el investigador explica el comportamiento de las variables por separado, lo cual es aceptable porque se influyen entre sí, Hernández & Mendoza (2017).

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población:

Población: Hernández (2010), se considera población al conjunto de todos los eventos relacionados con una determinada característica. Para este estudio se consideró una población limitada, 2 instituciones educativas iniciales, cada una compuesta por 360 y 175 niños, respectivamente, para un total de 535 niños.



Criterios de inclusión: Se consideró esta población de madres de niños de 3, 4 y 5 años, El propósito de esta propuesta es crear un Plan de Negocio destinado a alcanzar los objetivos institucionales de una empresa especializada en eventos infantiles en la zona de Ciudad de Juliaca. La intención fundamental de esta propuesta es establecer a la empresa como un referente reconocido por la calidad de sus servicios y la variedad de opciones que ofrece para la organización de eventos infantiles. Para lograr esto, se contempla el siguiente plan de negocios:

- Análisis del mercado: Identificación de potenciales clientes.
- Plan estratégico de la empresa: Definición de estrategias para posicionar la empresa.
- Plan de marketing: Establecimiento de estrategias relacionadas con el servicio, promoción, etc.
- Plan de operaciones: Identificación de los resultados deseados.
- Plan de recursos humanos: Búsqueda de la mejora continua de la empresa.
- Plan financiero: Proyección de resultados y evaluación de la viabilidad del negocio.

Donde se tiene una totalidad de 535 niños considerados los principales autores del evento.

3.3.2. Muestra:

Hernández (2008, p. 562) se considera una muestra para desarrollar un conjunto de características de una persona elemento para obtener información para un estudio específico. La muestra utilizada fue un método probabilístico aleatorio simple, debido a que se estudió y analizó el grupo poblacional específico mencionado y se determinó una muestra de 224 personas.



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

$$n = 224$$

Donde:

La población es de (535) = N

Margen de error (5.0 %) = E

Nivel de confianza (95.0 %) = Z

La probabilidad del éxito (50.0 %) = p

La probabilidad de fracaso (50.0 %) = q

3.4. Técnicas, Notas e instrumentos de investigación para la recolección de datos

Técnicas: Para este estudio se utilizó una encuesta aplicada a la población, en este caso a las madres de los niños de las instituciones educativas satélite. Es una técnica de obtención de datos informativos de interés para una población específica de información definida en la que se plantean unas preguntas para obtener un resultado o respuesta esperada; ver (VARA, 2012).

Instrumento de recolección de datos: se utilizó una herramienta de cuestionario para medir los indicadores de la variable dependiente (logro de objetivos corporativos) en base a aproximadamente 15 o 20 preguntas abiertas y cerradas. Un cuestionario se considera una herramienta de preguntas y respuestas diseñada para obtener datos informativos definidos necesarios para lograr los objetivos de la investigación. Hernández, Bautista y Fernández (2014).

3.5. Validación de la contrastación de hipótesis

El desarrollo de la contrastación de nuestra hipótesis será por medios estadísticos y el manejo de hojas de calculo el nos ayudara a ver la viabilidad de nuestro proyecto y la perspectiva social al que debemos de manejar



3.6. Validez y confiabilidad del instrumento

Validez del instrumento: Para validar toda esta información se consideró el juicio de los expertos, los profesionales que validan el instrumento para lograr su propósito de la mejor manera posible. (Anexo: Certificado de Validación).

Confiabilidad del instrumento: Para la confiabilidad del instrumento se aplicó el Alfa de Cronbach mediante el software excel y se obtuvo un valor de 0,889, el cual se interpreta. Según los autores de Amez, Cortez & Pacheco (2019), los datos son confiables.

3.7. Plan de recolección y procesamiento de datos

En desarrollo de la recolección de datos usamos técnicas como la encuesta el cual utilizo un cuestionario de 15 a 20 preguntas donde las mismas presentaron diferentes alternativas que tiene una medición escalar y ordinal que estas mismas están orientadas a las madres de familia que son las directas interesadas en este tipo de servicios.

Los métodos de procesamiento y análisis de datos se utilizaron tanto a nivel descriptivo como inferencial utilizando el software de hoja de cálculo Excel especializado.

- Método inductivo. - Utilizamos este método en los resultados de la investigación para dar respuesta a cada objetivo específico, generalizando así los resultados de lo particular a lo general de estos estudios.
- Método deductivo: utilizamos este método para concluir con el método anterior general específico, bastante opuesto, es decir, encontramos los resultados obtenidos en el presente estudio y sacamos las conclusiones correspondientes.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Los resultados que se obtuvieron se derivaron de la encuesta aplicada a una muestra de 224 madres con hijos de 3, 4 y 5 años estudiantes de nivel inicial en instituciones educativas ubicadas en la localidad de Juliaca el IEI 305 y IEI Jesús. El propósito de esta encuesta era analizar la situación actual en relación al problema identificado en esta investigación, con el fin de desarrollar un plan de negocios que contribuyera al logro de los objetivos institucionales de una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles.

4.1.1. OE 1

Diagnosticar el mercado de los eventos infantiles Juliaca 2023

Pregunta 1 ¿Dónde desarrollo los cumpleaños de sus hijos?

Tabla 2

resultado ¿Dónde desarrollo los cumpleaños de sus hijos?

	Alternativas	encuestados	porcentual
1	Hogar	55	25
2	Institución educativa	5	2
3	Local de eventos	158	71
4	Restaurantes	6	3
5	Parques	0	0
	resultado	224	100

Nota: elaboración propia

Figura 1

resultado ¿Dónde desarrollo los cumpleaños de sus hijos?



Nota: elaboración propia

El análisis de la tabla revela que un 71% de las personas encuestadas opta por celebrar sus eventos infantiles en locales, mientras que un 25% prefiere hacerlo en su propia casa. Esto sugiere una clara inclinación hacia la elección de espacios sociales en lugar de entornos educativos (2%) o restaurantes (3%). En consecuencia, es importante tener en cuenta la necesidad de ofrecer locales como parte de los servicios futuros, con el objetivo de garantizar la satisfacción de los clientes que tienen capacidad económica para ello.

Pregunta 2 ¿Cómo hace sus eventos infantiles?

Tabla 3

resultados de ¿Cómo hace sus eventos infantiles?

Alternativas	encuestados	porcentual
1 Contrata empresa de eventos infantiles	47	21
2 Contrata todo por separado	116	52
3 Desarrolla la fiesta usted a su criterio	51	23
4 Lo desarrolla por terceros	10	4
resultado	224	100

Nota: elaboración propia

Figura 2
resultados de ¿Cómo hace sus eventos infantiles?



Nota: elaboración propia

El análisis de la tabla revela que un 52% de los encuestados prefiere adquirir los servicios de su fiesta infantil de manera independiente. Además, un 23% de ellos elige organizar el evento por sí mismos, mientras que un 21% decide contratar a una empresa especializada en servicios infantiles. Por último, un 4% opta por tercerizar su evento. En consecuencia, es importante tener en cuenta que la mitad de los encuestados aún muestra cierta desconfianza hacia las empresas de organización de eventos infantiles y prefiere contratar los servicios por separado. Esto sugiere que estos clientes tienen la capacidad económica para hacerlo y que su preferencia se inclina hacia una mayor autonomía en la planificación de sus eventos.

Pregunta 3 ¿Cuánto está dispuesto a gastar aproximadamente en un evento infantil?

Tabla 4

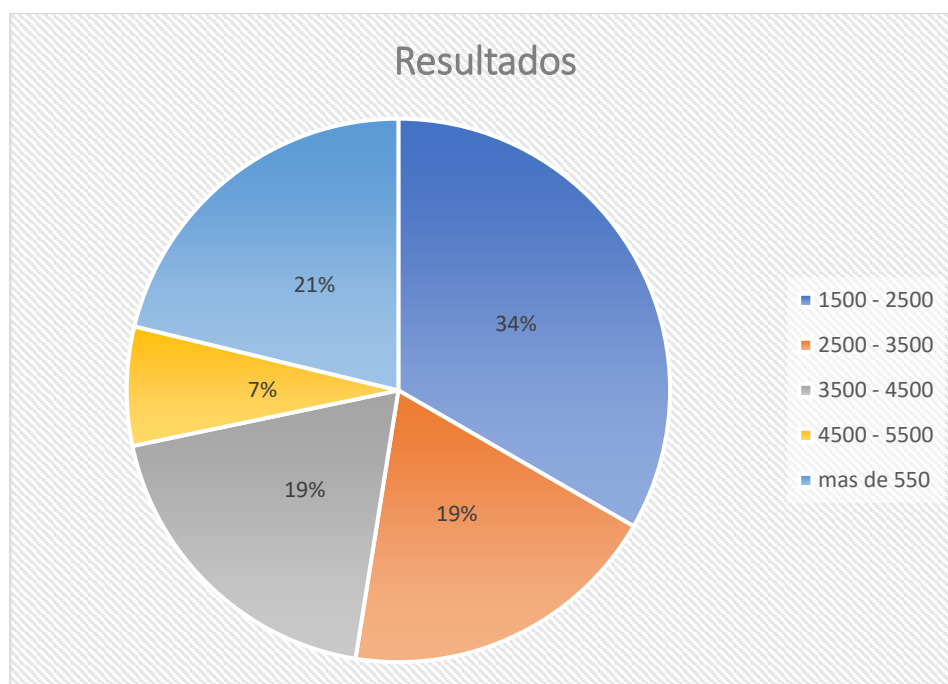
resultados de ¿Cuánto está dispuesto a gastar aproximadamente en un evento infantil?

	Alternativas	encuestados	porcentual
1	1500 – 2500	74	33
2	2500 – 3500	43	19
3	3500 – 4500	43	19
4	4500 – 5500	16	7
5	Mas de 5500	48	21
	resultado	224	100

Nota: elaboración propia

Figura 3

resultados de ¿Cuánto está dispuesto a gastar aproximadamente en un evento infantil?



Nota: elaboración propia

El análisis de la tabla muestra que un 33% de los encuestados está dispuesto a gastar hasta 2500 soles en la organización de su evento infantil. Además, un

21% está dispuesto a invertir más de 5500 soles, mientras que un 19% tiene un rango de gasto de entre 3500 y 4500 soles. Por último, un 7% está dispuesto a gastar 5500 soles para su fiesta infantil. Por lo tanto, se puede concluir que los clientes tienen un poder adquisitivo considerable y no escatiman en gastos a la hora de planificar sus eventos infantiles. Esto sugiere que existe una oportunidad favorable para empresas especializadas en la organización de eventos infantiles, ya que hay un segmento de mercado dispuesto a invertir en este tipo de servicios.

Pregunta 4 ¿Qué cantidad de personas asisten al evento infantil de forma promedio?

Tabla 5

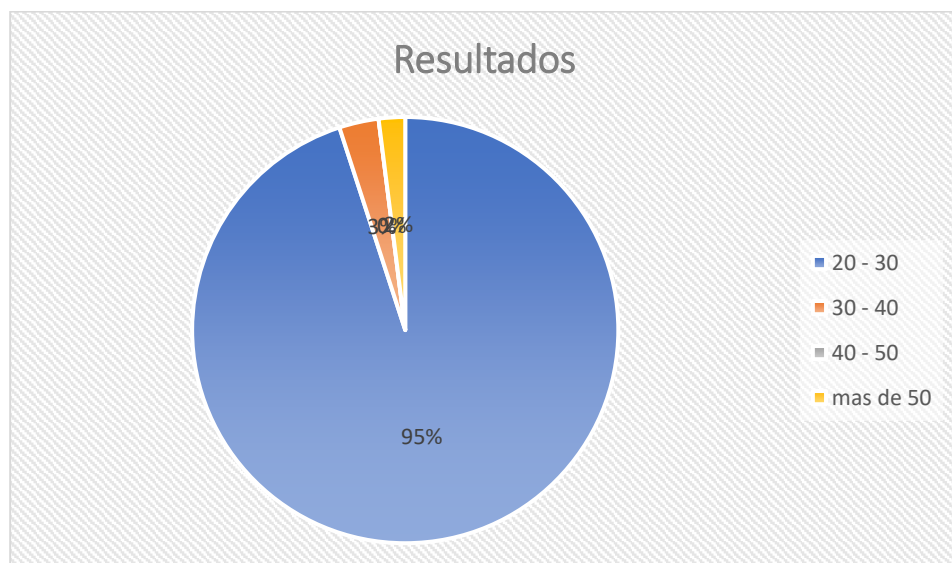
resultados de ¿Qué cantidad de personas asisten al evento infantil de forma promedio?

	Alternativas	encuestados	porcentual
1	20 – 30	213	95
2	30 – 40	7	3
3	40 – 50	0	0
4	Mas de 50	4	2
	resultado	24	100

Nota: elaboración propia

Figura 4

resultados de ¿Qué cantidad de personas asisten al evento infantil de forma promedio?



Nota: elaboración propia

La tabla muestra que alrededor del 95% es considerado como cantidad de invitados asisten a la mayoría de los eventos infantiles de los encuestados, mientras que aproximadamente el 5% planea tener más de 50 invitados en su fiesta infantil. Por lo tanto, se puede concluir que la mayoría de los padres considera un promedio de alrededor de 30 invitados para sus fiestas infantiles. Esto indica que las empresas organizadoras de eventos infantiles deben tener en cuenta la necesidad de proporcionar locales adecuados para satisfacer las expectativas de los clientes en términos de capacidad y espacio para los invitados.

Pregunta 5 ¿cuán importante es que una fiesta infantil muestre una temática?

Tabla 6

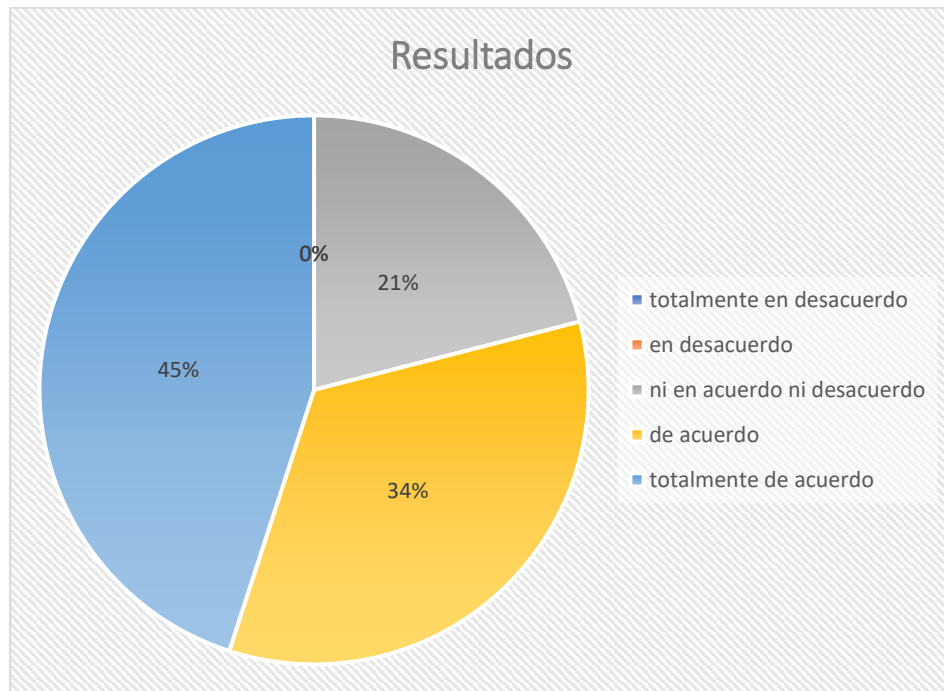
resultados de ¿cuán importante es que una fiesta infantil muestre una temática?

	Alternativas	encuestados	porcentual
1	Totalmente en desacuerdo	0	0
2	En desacuerdo	0	0
3	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	47	21
4	De acuerdo	76	34
5	Totalmente de acuerdo	101	45
	resultado	224	100

Nota: elaboración propia

Figura 5

resultados de ¿cuán importante es que una fiesta infantil muestre una temática?



Nota: elaboración propia

El contenido de la tabla revela que aproximadamente el 80% está completamente a favor de la importancia de la temática en su celebración infantil, mientras que el 21% se mantiene en una posición neutral respecto a esta característica en su fiesta. En consecuencia, se puede concluir que la decoración en eventos infantiles tiene un alto grado de relevancia, lo que sugiere que los gustos y preferencias del cliente deben ser considerados en el desarrollo del Plan de Negocios.

Pregunta 6 ¿Qué actividades te gustaría ver en un evento infantil?

Tabla 7

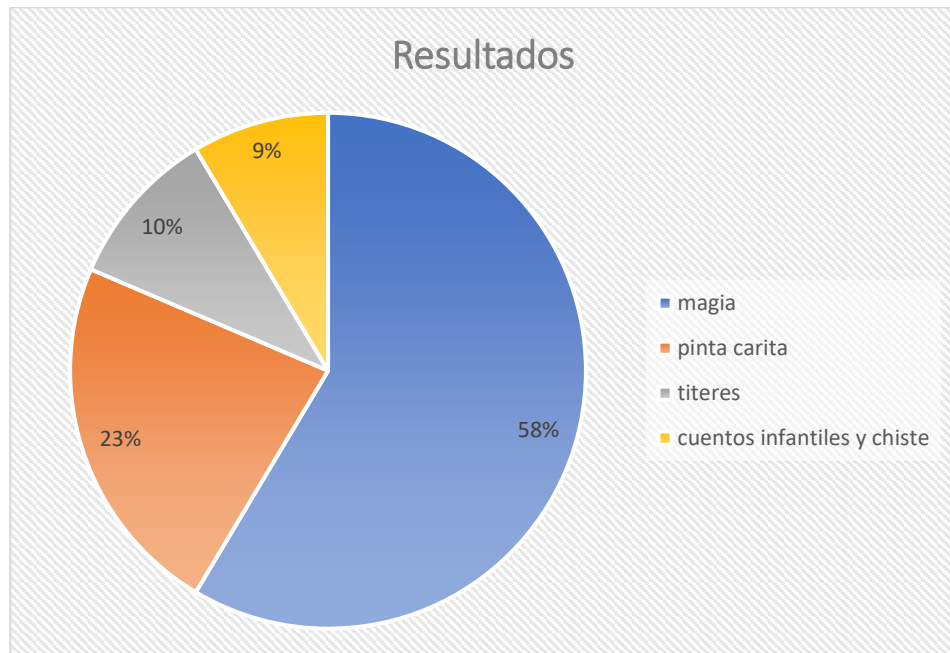
resultado de ¿Qué actividades te gustaría ver en un evento infantil?

Alternativas	encuestados	porcentual
1 Magia	86	38
2 Pinta carita	113	50
3 Títeres	8	4
4 Cuentos infantiles y chistes	17	8
Resultado	224	100

Nota: elaboración propia

Figura 6

resultado de ¿Qué actividades te gustaría ver en un evento infantil?



Nota: elaboración propia

En la tabla se destaca que el 50% de los encuestados muestran una preferencia por incluir caritas pintadas en su evento infantil, el 38% opta por la magia, y el 12% elige la opción de cuentos y títeres para su celebración infantil. En consecuencia, podemos concluir que los clientes tienen una clara inclinación hacia la inclusión de caritas pintadas como actividad adicional en sus fiestas infantiles, lo que refleja sus preferencias en esta área.

Pregunta 7 ¿Cuál sería el servicio adecuado en contrato de un evento infantil?

Tabla 8

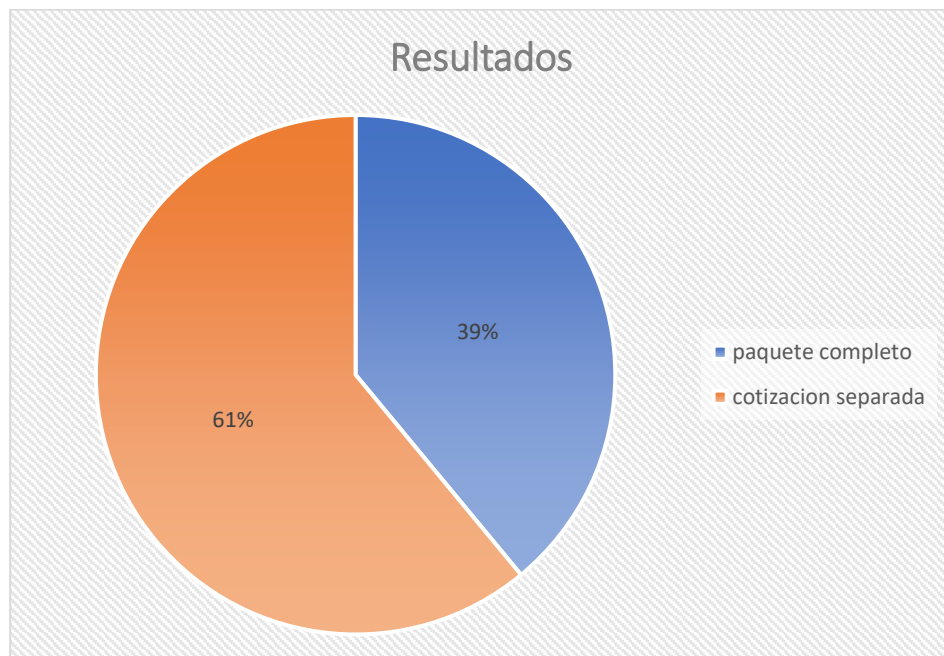
resultado de ¿Cuál sería el servicio adecuado en contrato de un evento infantil?

	Alternativas	encuestados	porcentual
1	Paquete completo	88	39
2	Cotizaciones separadas	136	61
Resultado		224	100

Nota: elaboración propia

Figura 7

resultado de ¿Cuál sería el servicio adecuado en contrato de un evento infantil?



Nota: elaboración propia

La tabla muestra que el 61% de las personas prefiere buscar precios de manera individual para organizar su evento infantil, mientras que el 39% opta por contratar un paquete completo. En resumen, podemos concluir que los encuestados están divididos entre aquellos que desean contratar un paquete completo y aquellos que prefieren buscar precios por separado para la organización de su evento infantil.

Pregunta 8 ¿Cuál será la calificación del servicio de eventos infantiles?

Tabla 9

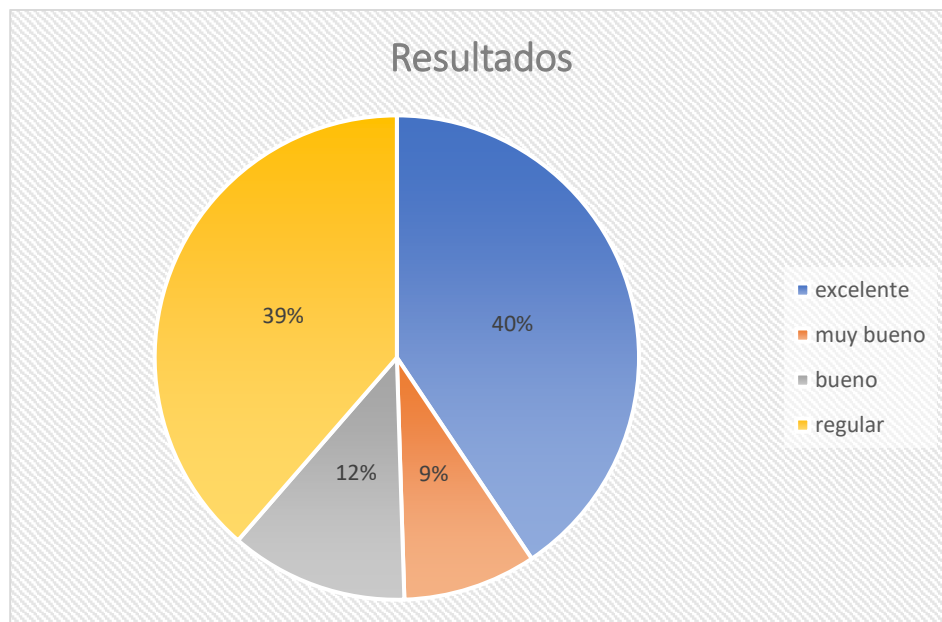
resultados de ¿Cuál será la calificación del servicio de eventos infantiles?

	Alternativas	Encuestados	Porcentual
1	Excelente	91	41
2	Muy bueno	20	9
3	Bueno	26	12
4	Regular	87	39
Resultado		224	100

Nota: elaboración propia

Figura 8

resultados de ¿Cuál será la calificación del servicio de eventos infantiles?



Nota: elaboración propia

La tabla refleja que el 50% de los clientes evalúa el servicio que han recibido como excelente, mientras que el otro 50% piensa que podría haber margen para una mejora en el servicio que han experimentado. En este sentido, se hace evidente la necesidad de aplicar estrategias destinadas a mejorar la calidad del servicio, con el objetivo de mantener la satisfacción de los clientes actuales y lograr que aquellos que no lo consideran de alta calidad también se sientan satisfechos.

Pregunta 9 ¿A que considera importante dentro de un evento infantil?

Tabla 10

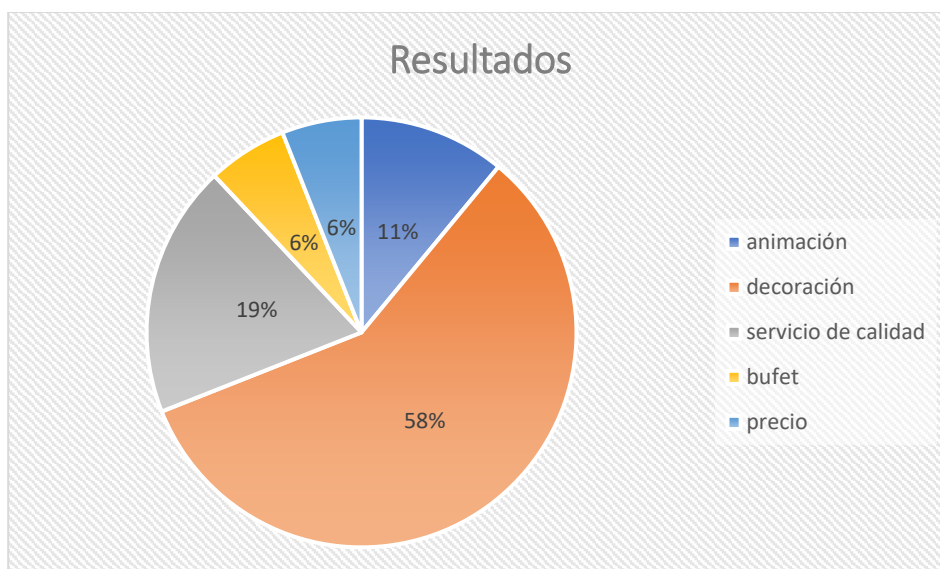
resultados de ¿A que considera importante dentro de un evento infantil?

Alternativas	Encuestados	Porcentual
1 Animación	24	11
2 Decoración	130	58
3 Servicio de calidad	43	19
4 Bufet	12	6
5 Precio	13	6
Resultado	224	100

Nota: elaboración propia

Figura 9

resultados de ¿A que considera importante dentro de un evento infantil?



Nota: elaboración propia

La tabla muestra que el 90% de los clientes están de acuerdo en que lo más crucial al organizar un evento infantil es la calidad de la animación, la decoración y el servicio que contratan, mientras que aproximadamente el 10% se enfoca en las golosinas y el precio. En resumen, se puede concluir que la mayoría de los clientes considera que la vital importancia reside en la animación, decoración y calidad del servicio al elegir una empresa

organizadora de eventos infantiles, lo que subraya su énfasis en estos aspectos de la calidad del servicio.

Pregunta 10 ¿piensa usted que nuestra empresa de eventos infantiles brindara un servicio de calidad según a las expectativas de los clientes en los diversos aspectos?

Tabla 11

resultados de ¿piensa usted que nuestra empresa de eventos infantiles brindara un servicio de calidad según a las expectativas de los clientes en los diversos aspectos?

Alternativas	encuestados	porcentual
1 Totalmente en desacuerdo	0	0
2 En desacuerdo	0	0
3 ni en desacuerdo ni de acuerdo	0	0
4 De acuerdo	6	3
5 Totalmente de acuerdo	218	97
Resultado	224	100

Nota: elaboración propia

Figura 10

resultados de ¿piensa usted que nuestra empresa de eventos infantiles brindara un servicio de calidad según a las expectativas de los clientes en los diversos aspectos?



Nota: elaboración propia



La tabla indica que prácticamente el 100% de los encuestados comparten una completa unanimidad en la idea de que las empresas que se dedican a la organización de eventos infantiles deben considerar los gustos y preferencias de los clientes. En consecuencia, se puede concluir que los clientes están totalmente de acuerdo en que es esencial que las fiestas infantiles sean organizadas de manera integral, abordando aspectos como los precios, la temática, la animación, la decoración y otros.



4.1.2. OE 2

Diseñar un perfil corporativo de la empresa para poder desarrollar actividades eficaces para la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023

El propósito de esta propuesta es crear un Plan de Negocio destinado a alcanzar los objetivos institucionales de una empresa especializada en eventos infantiles en la ciudad de Juliaca. La intención fundamental de esta propuesta es establecer a la empresa como un referente reconocido por la calidad de sus servicios y la variedad de opciones que ofrece para la organización de eventos infantiles. Para lograr esto, se contempla el siguiente plan de negocios:

- Análisis del mercado: Identificación de potenciales clientes.
- Plan estratégico de la empresa: Definición de estrategias para posicionar la empresa.
- Plan de marketing: Establecimiento de estrategias relacionadas con el servicio, promoción, etc.
- Plan de operaciones: Identificación de los resultados deseados.
- Plan de recursos humanos: Búsqueda de la mejora continua de la empresa.
- Plan financiero: Proyección de resultados y evaluación de la viabilidad del negocio.

4.1.3. OE 3.

Proyectar los resultados del plan de negocios para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023



Tabla 12

propuesta de desarrollo

Periodo	Objetivos	Actividad	Indicadores	Metas (%)	Tiempo (meses)	Encargados	
1	Análisis del mercado	Identificación de recursos y retención y captación de clientes	Determinar e identificar las estrategias adecuadas	Mercado objetivo, cliente potencial	100	6	Promotora y colaborador
	Planeación estratégica	Desarrollar estrategias para la toma de decisiones	Desarrollar nuestra misión visión y objetivos según los valores planteados	Dirección estrategia	90	4	Promotora y colaborador
2	Planeamiento del marketing	Posicionarse en el mercado local	Evaluar la política a utilizar según los estándares de calidad	Estrategias establecida posicionamiento de mercado objetivo	90	3	Promotora y colaborador
	Planeación de operaciones	Determinar e identificar acciones que ayuden en la ejecución en un plazo inmediato	Plantear la modalidad de organización institucional	Reestructuración organizacional de la negociación	90	7	Promotora y colaborador
3	Planeación del talento humano	Desarrollar las diversas capacidades de los colaboradores	Manejar un estándar en la selección y contratación de nuevos colaboradores	Evaluación de colaboradores según los estándares de calidad	90	3	Promotora y colaborador



4	Planeamiento financiero	Determinar e identificar si existe viabilidad de la creación del negocio	Plantear un presupuesto manejable a la realidad	Plantear la proyección de presupuesto	70	6	Promotora
---	-------------------------	--	---	---------------------------------------	----	---	-----------

Nota: elaboración propia

Resumen del problema identificado: Según el análisis de los resultados, los factores esenciales para alcanzar los objetivos institucionales de una empresa especializada en la organización de eventos para niños incluyen la satisfacción del cliente, los precios, la animación, la decoración, la música, la comida saludable y el aspecto emocional.

A la luz del problema identificado, el propósito de esta propuesta es lograr los objetivos institucionales de una empresa que se dedica a la planificación de eventos infantiles, mejorando de manera positiva los factores críticos mencionados. De esta manera, se busca facilitar la implementación del plan de negocios.

En cuanto a las etapas de la propuesta, la variable dependiente es el logro de los objetivos institucionales de una empresa que organiza eventos infantiles.

Resultados anticipados: A continuación, se justifican las razones por las cuales se espera obtener resultados positivos en los indicadores mencionados en la definición operativa de la variable dependiente.



Tabla 13

porcentajes de los indicadores de la variable dependiente

Indicadores	Metas (%)	Tiempo (mes)	Argumento
1 Total, de cliente	80	3	<p>Es posible lograr una integración del 80% de los clientes y los servicios proporcionados al coordinarlos de manera efectiva con el fin de alcanzar los objetivos y supervisar el crecimiento continuo de la empresa.</p> <p>Es factible alcanzar una integración del 90% de las ventas al ofrecer un servicio de alta calidad por parte de la empresa. Esto permitirá no solo lograr la satisfacción del cliente, sino también mantenerla a lo largo del tiempo, construyendo la confianza del cliente y proporcionándole orientación de manera confiable, precisa y motivadora de manera constante.</p>
2 Total, de venta	90	3	<p>Es viable alcanzar una capacitación del 70% para los empleados, considerando que al momento de solicitar el servicio, es esencial destacar el compromiso que se reflejará en la importancia que se le da a las demandas y deseos del cliente en relación a su evento.</p>
3 Total, de capacitación	70	4	<p>Es posible lograr un avance del 90% en el desarrollo emocional del niño, ya que resulta esencial en un evento, dado que este se convertirá en un recuerdo alegre que contribuirá a su crecimiento y desarrollo psicológico.</p>
4 El desarrollo emocional	90	6	

Nota: elaboración propia



4.2. Discusión

Los resultados de las encuestas realizadas a las madres con hijos de 3, 4 y 5 años estudiantes de nivel inicial en instituciones educativas ubicadas en la localidad de Juliaca el IEI 305 y IEI Jesús de Praga que revelaron que prefieren organizar fiestas infantiles contratando una empresa con experiencia que ofrezca servicios de alta calidad y todos los elementos necesarios para un evento infantil exitoso. Esto permite evaluar el mercado de la empresa en cuestión y entender la situación inicial del negocio. Además, se observó que las madres prefieren alquilar un local y contratar servicios por separado, lo que indica que tienen capacidad adquisitiva y están dispuestas a invertir en que sus eventos sean memorables y llenos de cariño.

Estos hallazgos respaldan lo mencionado por Cerquín en 2019, que destaca la importancia de contratar servicios integrales para la organización de eventos infantiles. También es crucial señalar que los clientes desean encontrar todo lo que necesitan para sus eventos, lo que implica la diferenciación y la integralidad de los servicios. Además, en el contexto de la pandemia de la COVID-19, se destaca la importancia de mantener la presencia en línea y el uso efectivo de las redes sociales para seguir ofreciendo servicios de organización de eventos infantiles.

En resumen, los clientes valoran especialmente la organización completa de eventos en términos de precios, temáticas, animación, decoración, entre otros aspectos. Esto respalda la importancia de diseñar un plan de negocios que incluya una sólida misión y visión empresarial, objetivos claros, estrategias efectivas y una ejecución eficiente.

Asimismo, los resultados de las encuestas indican un interés en la música infantil, decoraciones temáticas basadas en personajes animados actuales, una oferta de alimentación saludable y una preocupación por la gestión de residuos sólidos al final de las fiestas. Estos hallazgos son coherentes con las ideas de Bardales en 2019 sobre la



importancia de personalizar las temáticas y la animación, así como con la preocupación por crear recuerdos alegres y emotivos en los niños.

Finalmente, la investigación revela que existe un poder adquisitivo en los clientes y una disposición a contratar servicios de organización de eventos infantiles en la ciudad de Juliaca. La proyección de los resultados obtenidos sugiere que, si se cumplen los estándares y objetivos establecidos por la empresa, la inversión en este negocio es financieramente favorable. Se enfatiza que la calidad del servicio es esencial para satisfacer a los clientes y garantizar que vuelvan a contratar la empresa y la recomienden.

Estos resultados también coinciden con la investigación de Alvear y Tapia en 2018, que destaca la importancia de ofrecer juegos didácticos personalizados para el desarrollo de los niños y el fortalecimiento de sus valores.

En resumen, se concluye que el desarrollo integral de los niños desde una edad temprana es fundamental, y los recursos educativos, como los juegos didácticos, son un complemento importante para lograrlo. Además, se destaca la necesidad de enfocarse en fortalecer las estrategias para mejorar la calidad del servicio y garantizar la satisfacción del cliente, lo que es esencial para el éxito del negocio.

En conjunto, los resultados de las encuestas apoyan la viabilidad de implementar un plan de negocios destinado a alcanzar los objetivos institucionales de una empresa de organización de eventos infantiles en Ciudad de Juliaca.



CONCLUSIONES

- Primero.** Se puede concluir que, al evaluar el mercado de la empresa en cuestión y comprender la situación inicial del negocio, se identificaron factores culturales, económicos, sociales y emocionales que han dado lugar a una notable demanda insatisfecha por parte de los clientes que han utilizado diversos servicios relacionados con eventos infantiles. En consecuencia, se hace evidente la necesidad de establecer una empresa de organización de eventos infantiles que se destaque por su servicio de alta calidad, su capacidad para atraer y garantizar la satisfacción del cliente, su eficaz estrategia de publicidad, y la excelencia en la atención al cliente, entre otros aspectos.
- Segundo.** Asimismo, se deduce que, al diseñar el plan de negocios y formalizar la misión y visión de la empresa, así como definir los objetivos principales y las estrategias a emplear, la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos con ciertos servicios incluidos en los eventos. Por lo tanto, fortalecer la misión, visión y objetivos de la empresa será el enfoque principal del plan de acción, con el propósito de satisfacer las demandas más destacadas del mercado objetivo.
- Tercero.** Finalmente, se concluye que, al proyectar los resultados de la implementación del plan de negocio para una empresa de organización de eventos infantiles en la ciudad de Juliaca, se identifica una oportunidad favorable para su desarrollo. Esta se basa en la frecuencia con la que se llevan a cabo eventos en los colegios de nivel inicial y, de manera



particular, en locales y residencias de los clientes en esta localidad. Esto beneficia a la empresa como una iniciativa prometedora que impulsará el éxito de los planes de negocios de eventos infantiles. Además, brinda la oportunidad de ofrecer entretenimiento innovador exclusivamente dirigido a niños y destacarse en un mercado altamente competitivo, lo que contribuirá al logro de un gran éxito.



RECOMENDACIONES

- Primero.** Aprobamos la propuesta de solución y asignamos los recursos necesarios y suficientes del presupuesto para la implementación del plan de negocios que permitirá alcanzar los objetivos institucionales de la empresa de organización de eventos infantiles en la ciudad de Juliaca, con la visión de destacar en el ámbito infantil por la calidad de servicio y otros aspectos.
- Segundo.** Instamos a todos los empleados de la empresa a mantener una investigación de mercado constante, ya que los resultados deben ser recurrentes y en constante crecimiento. Dado que los clientes exigentes nunca dejan de buscar la satisfacción después del evento, este enfoque contribuirá a mejorar continuamente el servicio ofrecido en el plan de negocios.
- Tercero.** A los futuros investigadores, los alentamos a explorar a fondo los problemas en sus investigaciones con el propósito de fomentar el crecimiento y desarrollo de empresas que podrían estar estancadas en la rutina y desactualizadas. Gracias a la tecnología y la globalización, es posible impulsar el emprendimiento en organizaciones más pequeñas, transformándolas en competidores sólidos y líderes en el mercado.



BIBLIOGRAFÍA

- 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>
- Hernández, S. (2014). Diseño de investigación, muestra y población. (2008, pg.562).
- Hernández, Fernández, & Bautista, (2015). Plan de Negocios. Hernández, R., (2018). Ciencia, Daniela Rodríguez. Recuperado en: <https://www.lifeder.com/investigacionbasica/>
- Hitt, Michael y Black & Porter. (2006). Administración. Pearson Educación, México 2006. 736 pp.
- Iturralde y Romero (2014). Para la creación de una empresa de organización de fiestas y eventos infantiles en el cantón Milagro, Guayas. Colombia.
- 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.
- INEI, (2019). PBI, crecimiento económico en los últimos meses, Perú.
- Kotler & Armstrong (2017). Fundamentos del marketing. 13° edición. Recuperado en: <https://www.casadellibro.com/libro-fundamentos-de-marketing-13-edición/9786073238458/5234071>
- Kotler, P. (2015). Principios del Marketing. Recuperado del 04 de agosto de 2017 en: <https://www.reasonwhy.es/reportaje/philip-kotler-padre-marketing-moderno>.



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.



ANEXOS



MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Método
General	General	General	Independiente	<p>Enfoque: Este estudio es mixto. Esto se debe a que se llevaron a cabo diferentes procesos sistemáticos para recopilar datos cuantitativos y cualitativos para su posterior discusión. Esto complementa el hecho de que las mediciones realizadas en el estudio deben tener un proceso estructurado a las variables de investigación, Hernández & Mendoza (2014).</p> <p>Propósito: Este estudio es aplicable porque aplica una base teórica especializada a un tema de investigación práctico específico. Este estudio complementa que se relaciona con otros estudios realizados anteriormente y se</p>
<ul style="list-style-type: none"> ¿Será posible desarrollar un plan de negocio para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023? 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar un plan de negocio para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023 	<ul style="list-style-type: none"> El Desarrollar un plan de negocio influirá positivamente para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023 	<ul style="list-style-type: none"> Plan de negocio. 	
Específico	Específico	Específico	Dependiente	
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál será el mercado de los eventos infantiles Juliaca 2023? ¿Cuál será el perfil corporativo de la empresa para poder desarrollar actividades eficaces para la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023? ¿Cuáles serán los resultados del plan de negocios para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023? 	<ul style="list-style-type: none"> Diagnosticar el mercado de los eventos infantiles Juliaca 2023 Diseñar un perfil corporativo de la empresa para poder desarrollar actividades eficaces para la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023 Proyectar los resultados del plan de negocios para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023 	<ul style="list-style-type: none"> El diagnosticar el mercado ayudara positivamente a la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023 El diseñar un perfil corporativo influirá positivamente a la empresa a poder desarrollar actividades eficaces para la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023 La proyección de los resultados influirá positivamente al plan de negocios para el desarrollo de objetivos de la empresa de eventos infantiles Juliaca 2023 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de objetivos de la empresa. 	



			<p>discutirá en el logro de resultados para los objetivos de Hernández & Mendoza (2017) objeto de estudio.</p> <p>Nivel de alcance: este estudio se explica por la influencia de las variables dependientes e independientes, lo que no se ha hecho antes. Complementa que el investigador explica el comportamiento de las variables por separado, lo cual es aceptable porque se influyen entre sí, Hernández & Mendoza (2017).</p>
--	--	--	---



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 16/08/2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: LIZ KAROLA YAPO MENENDEZ

Dirección: Jr. Mariano Melgar 477 – Barrio Manco Capac - Juliaca

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 72929502

Teléfono: 983352749 email: yapomenendezlizkarola@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: INGENIERÍA DE SISTEMAS

Escuela Profesional o Mención: INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Título o Grado Académico a optar: INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

Asesor: Mtro. RAMIRO ARTURO RODRÍGUEZ SARAVIA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS DE LA EMPRESA DE
EVENTOS INFANTILES JULIACA 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): Negocio, objetivos empresariales, eventos infantiles

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1, 2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS – P25


Firma de Autor



huella digital

16 - AGOSTO - 2024

Fecha