

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO DELIVERY CON
ENFOQUE A ÚTILES ESCOLARES Y ARTÍCULOS DE OFICINA**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

DIEGO MANUEL CESPEDES OJEDA

ASESOR

MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA

<https://orcid.org/0000-0002-0533-8559>

Chiclayo, 2020

DEDICATORIA

Este proyecto de inversión quiero dedicárselo a Dios, por permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida. Y a todas las personas que me apoyaron en mi vida personal y académica.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a las personas que hicieron posible la realización de este trabajo y me dieron su apoyo incondicional, tanto amigos, docentes y familiares. Así como también a mi profesora Milagros Carmen Gamarra Uceda, por orientarme y apoyarme durante el proceso de elaboración de este proyecto de inversión.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN.....13

1.1 METODOLOGÍA.....13

1.1.1 Tipo de investigación13

1.1.2 Línea de investigación.....13

1.1.3 Situación problemática.....14

1.1.4 Formulación del problema14

1.1.5 Determinación de los objetivos Objetivo general14

1.1.6 Título15

1.1.7 Operacionalización de variables15

1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO17

1.2.1 Análisis del entorno económico17

1.2.2 FODA17

1.2.3 Justificación.....18

1.2.4 Marco legal.....19

1.2.5 Unidad formuladora y unidad ejecutora Unidad formuladora20

1.2.6 Clasificación productiva sectorial20

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO21

2.1 CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL SERVICIO.....21

2.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR22

2.3 ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO22

2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA – PROYECCIÓN22

2.4.1 Información Primaria y secundaria22

2.4.2	Proyección de la Demanda.....	23
2.5	ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN	25
2.5.1	Proyección de la Oferta	25
2.6	BALANCE DEMANDA OFERTA	25
2.7	PLAN DE MARKETING	25
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO		28
3.1	TAMAÑO – MERCADO.....	28
3.2	TAMAÑO – TECNOLOGÍA.....	28
3.3	TAMAÑO - DISPONIBILIDAD DE MATERIALES	28
3.4	TAMAÑO – FINANCIAMIENTO	28
3.5	TAMAÑO – COSTO UNITARIO	29
3.6	TAMAÑO – RENTABILIDAD.....	29
3.7	SELECCIÓN DEL TAMAÑO	29
CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO		31
4.1	FACTORES DE LOCALIZACIÓN.....	31
4.2	MACRO LOCALIZACIÓN.....	31
4.3	MICRO LOCALIZACIÓN	31
4.4	MÉTODOS PARA DECIDIR LA LOCALIZACIÓN.....	32
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO		33
5.1	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO	33
5.2	SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	35
5.2.1	Diagrama de Operación.....	35
5.2.2	Diagrama de Recorrido o Flujograma.....	36
5.2.3	Distribución de la Planta	37
5.2.4	Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software	37
5.3	REQUERIMIENTO DEL PROYECTO	40
5.3.1	Terrenos y edificaciones	40

5.3.2	Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y Vehículos	40
5.4	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	42
5.5	PROGRAMA.....	43
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN		44
6.1	ASPECTO LEGAL	44
6.1.1	Tipo de Empresa	44
6.1.2	Proceso de Constitución de la Empresa.....	44
6.2	ASPECTO ORGANIZACIONAL	46
6.2.1	Acta de Constitución de la Empresa	46
6.2.2	Minuta de Constitución	48
6.2.3	Manual de Organización y Funciones.....	50
6.2.4	Organigrama.....	52
6.2.5	Requerimiento del Personal	54
CAPÍTULO VII: INVERSIÓN		60
7.1	INVERSIÓN.....	60
7.1.1	Estructura de la Inversión.....	60
7.1.2	Programa de Inversiones	60
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO.....		61
8.1	FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	61
8.2	EVALUACIÓN DEL PRÉSTAMO	61
CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS		63
9.1	PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	63
9.2	PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	65
9.2.1	Presupuesto económico	65
9.2.2	Presupuesto financiero	65
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS		66
10.1	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	66

10.2	FLUJO DE CAJA.....	66
CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO		68
CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA		69
12.1	TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA	69
12.2	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	69
12.2.1	Vane	69
12.2.2	Tire	69
12.2.3	B/C Económico	70
12.2.4	Periodo de Recupero de Capital Económico.....	70
12.2.5	Índice de Rentabilidad.....	70
12.3	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	70
12.3.1	Vanf.....	70
12.3.2	Tirf.....	70
12.3.3	B/C Financiero	70
12.3.4	Periodo de Recupero de Capital Financiero.....	71
12.3.5	Índice de Rentabilidad Financiero	71
CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD		72
13.1	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA.....	72
13.2	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA.....	72
CONCLUSIONES.....		73
RECOMENDACIONES		74
BIBLIOGRAFÍA		75
ANEXOS		77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variable	16
Tabla 2 Matriz FODA.....	18
Tabla 3 Tasa de crecimiento anual	23
Tabla 4 Proyección de la población.....	23
Tabla 5 Número de familias proyectadas	24
Tabla 6 Demanda proyectada	24
Tabla 7 Demanda insatisfecha y participación del mercado	25
Tabla 8 Fuente de financiamiento	29
Tabla 9 Tamaño de mercado.....	30
Tabla 10 Macro localización	31
Tabla 11 Micro localización	32
Tabla 12 Descripción de software	38
Tabla 13 Maquinaria, equipos, muebles, enseres y vehículos	41
Tabla 14 Cronogramas de actividades	42
Tabla 15 Programa.....	43
Tabla 16 Requerimientos del gerente general	54
Tabla 17 Requerimientos del gerente de marketing y ventas	55
Tabla 18 Requerimientos del gerente de operaciones y logística.....	56
Tabla 19 Requerimientos del técnico de información	57
Tabla 20 Requerimientos del agente de servicios.....	58
Tabla 21 Requerimiento de motorizados	59
Tabla 22 Estructura de inversión	60
Tabla 23 Programa de inversiones.....	60
Tabla 24 Fuentes de financiamiento	61
Tabla 25 Evaluación financiera	61
Tabla 26 Periodo de saldo financiado.....	62
Tabla 27 Proyección de participación del mercado	63
Tabla 28 Ingresos del Kit pre escolar	63
Tabla 29 Ingresos del kit escolar	63
Tabla 30 Ingresos del kit universitario	64
Tabla 31 Ingresos del kit de artículos de oficina	64
Tabla 32 Consolidado de ingresos	64

Tabla 33 Presupuesto económico	65
Tabla 34 Presupuesto financiero.....	65
Tabla 35 Estado de pérdidas y ganancias	66
Tabla 36 Flujo de caja económico y financiero.....	67
Tabla 37 Punto de equilibrio por cada Kit.....	68
Tabla 38 Punto de equilibrio total	68
Tabla 39 Tasa de descuento económica y financiera.....	69
Tabla 40 Sensibilidad económica	72
Tabla 41 Sensibilidad financiera	72
Tabla 42 Inversión tangible	78
Tabla 43 Inversión intangible	78
Tabla 44 Capital de trabajo.....	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama de operación	35
Figura 2 Flujograma de servicio.....	36
Figura 3 Lay out de oficina	37
Figura 4 Organigrama.....	53
Figura 5 Árbol de problemas.....	77

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un proyecto de inversión para la creación de un servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina, direccionando la investigación a los niveles socioeconómicos A, B y C de la ciudad de Chiclayo. Se escogió esta variable psicográfica porque allí se encuentran personas que tienen una mayor aceptación para realizar sus compras mediante un servicio por delivery. Así mismo, se realizó un estudio para conocer la viabilidad del proyecto de inversión, utilizando indicadores como el Van, Tir, análisis de sensibilidad, punto de equilibrio y estados financieros.

El estudio de factibilidad de la investigación se desarrolló en función al objetivo principal, que es Evaluar la factibilidad, viabilidad y rentabilidad económica-financiera de la creación de una empresa de servicio de ventas delivery de útiles y artículos de oficina. Finalmente, se demostró que el proyecto de inversión es viable económica y financiera, teniendo un VANE de \$ 9 373.93 y una VANF de \$ 27 091.19; además la tasa de interés de retorno económico fue de 22% y del financiero 51%, siendo mayores que el costo promedio ponderado (7.79%) y el costo de oportunidad (15%).

Palabras clave: Servicio delivery, Rentabilidad, Útiles escolares, Artículos de oficina.

ABSTRACT

This research work is an investment project for the creation of a delivery service focused on school supplies and office supplies, directing research to socioeconomic levels A, B and C of the city of Chiclayo. This psychographic variable was chosen because there are people who have a greater acceptance to make their purchases through a delivery service. Likewise, a study was carried out to determine the viability of the investment project, using indicators such as the Van, Tir, sensitivity analysis, break-even point and financial statements.

The feasibility study of the research will be seen in function of the main objective, to evaluate the feasibility, feasibility and economic-financial profitability of the creation of a sales service company for the delivery of supplies and office supplies. Finally, it was shown that the investment project is economically and financially viable, having a VANE of \$ 9 373.93 and a VANF of \$ 27 091.19; In addition, the economic interest rate of return was 22% and the financial interest rate was 51%, with the weighted average cost (7.79%) and the opportunity cost (15%) being higher.

Keywords: Delivery service, Profitability, School supplies, Office supplies.

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

1.1 METODOLOGÍA

1.1.1 Tipo de investigación

El presente proyecto de inversión corresponde al tipo de investigación proyectiva de acuerdo a la investigación holística, porque desarrolla una propuesta técnica y económica que soluciona una necesidad de un grupo social determinado, mediante la optimización de los recursos disponibles como: humanos, materiales y tecnológicos en un horizonte de tiempo determinado

El proyecto de inversión por ser una investigación proyectiva desarrolla fases metodológicas tales como: Exploratoria, porque se trabajaron con hechos que se dieron en la realidad; es decir en base a registros o información secundaria; Descriptiva, porque refiere la situación real del proyecto justificando e identificando las necesidades de cambio para lo cual plantea objetivos; Comparativa, porque se contrasta con otros proyectos de inversión y teorías; Analítica, porque examina las teorías sobre el problema a investigar y los procesos causales de la viabilidad del mercado, tamaño, localización e ingeniería ,organización e inversión; predictiva: cuyo objetivo es determinar la viabilidad estratégica, la viabilidad de mercado, la viabilidad técnica, la viabilidad administrativa y la viabilidad económico y financiero. Así mismo Permite ajustar los objetivos generales y específicos ante posibles dificultades y limitaciones; Proyectiva, porque diseña el proyecto, se operacionalizan los procesos, se seleccionan los estudios de mercado, técnico y económico - financiero y se elabora el instrumento de diagnóstico; Interactiva porque aplica instrumentos y recoge datos del contexto del proyecto de inversión, relacionados con los procesos de mercado, tamaño, localización e ingeniería, organización e inversión; Confirmatoria porque analiza y concluye con un diseño del proyecto de inversión; Evaluativa porque se medirán los indicadores financieros realizando las conclusiones y recomendaciones.

1.1.2 Línea de investigación

Gestión empresarial para la innovación.

1.1.3 Situación problemática

Actualmente, a nivel mundial se ha generado una situación de crisis, ocasionado por la propagación del Covid-19 en todo el mundo, siendo el causante de llevar a más de un tercio de la población mundial a tomar la decisión de no salir de sus hogares. Perú no ha sido ajeno a estos problemas, tanto en el ámbito social como el empresarial, pues muchas empresas se han visto afectadas al tener que cerrar sus negocios y ya no poder atender de manera presencial a sus clientes en sus locales

Otro cambio significativo que se ha visto, ha sido en los hábitos y costumbres de las personas, afectando estos a su vez el comportamiento de los consumidores. Es así que la manera de adquirir productos también ha sufrido un gran cambio. Pues, según lo mencionado por Inga (2020) nos dice que los peruanos están realizando de manera preventiva, evitando realizar compras en lugares con gran cantidad de personas con el fin de evitar las aglomeraciones y un posible contagio.

Por otra parte, según Garcia, Fernández, Lizana, Lanatta y Galiano (2019) mencionan que los padres de familia utilizan varias horas de su tiempo realizando las compras de útiles escolares de sus hijos, causando molestias, estrés y frustración, debido a las aglomeraciones de las personas, la demora de la atención, entre otros factores. Por otro lado, los trabajadores de oficina cuentan con poco tiempo para realizar compras de los artículos de oficina que necesiten, y realizarlas perjudican sus actividades diarias.

1.1.4 Formulación del problema

¿Es viable económica y financieramente la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina?

1.1.5 Determinación de los objetivos

Objetivo general

Evaluar la viabilidad económica y financiera de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina.

Objetivos específicos

- Determinar la demanda insatisfecha del servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina.
- Determinar el tamaño de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina.
- Determinar la localización de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina.
- Determinar el proceso de servicio adecuado para de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina.
- Determinar el tipo de sociedad a conformar para la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina.
- Estimar los requerimientos de inversión y financiamiento para de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina.
- Estimar los indicadores económicos y financieros de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina.
- Estimar la sensibilidad económica y financiera de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina

1.1.6 Título

PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO DELIVERY CON ENFOQUE A ÚTILES ESCOLARES Y ARTÍCULOS DE OFICINA

1.1.7 Operacionalización de variables

A continuación, se presentará la variable, sus dimensiones e indicadores del presente proyecto de inversión

Tabla 1
Operacionalización de variable

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores
Viabilidad	Se refiere a los estudios técnicos económicos que se desarrollan para evaluar la pertinencia de ejecutar un proyecto determinado.	Mercado	Nivel Socio Económico
			Estilos de Vida
			Servicio
			Demanda del servicio
			Oferta del servicio
			Ingresos
			Población Objetivo
			Tasa de crecimiento poblacional
			Factor de consumo
			Tasa de crecimiento del sector
		Técnica	Factores cualitativos de la localización
			Factores cuantitativos de la localización
			Capacidad instalada de los equipos
			Participación del mercado
			Cantidad de servicio a cubrir
Económica – Financiera	Tipo de empresa		
	Instrumentos de organización		
	VANE - VANF		
	TIRE - TIRF		
	B/C E – B/C F		
	COK		
	WACC		
	PRCE – PRCF		

Nota: Elaboración propia

1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.2.1 Análisis del entorno económico

En el Perú, el diario Gestión (2020) menciona que en las proyecciones para las economías del mundo presentadas por el Fondo Monetario Internacional (FMI), el PBI peruano caería e 4.5% como consecuencia de la crisis sanitaria producida por el coronavirus (Covid-19), sin embargo, la expectativa para el 2021 es que la economía peruana mejore, ya que el FMI estima que crecerá en 5.2%

Por otra parte, el diario El Peruano (2020) dice que, en el entorno empresarial los más vulnerables son las micro y pequeñas empresas, debido a que tendrían grandes dificultades para mantenerse operativas y seguir con sus obligaciones. Estos problemas que están teniendo las mypes, repercute seriamente en la economía peruana, debido a que constituyen más del 99% de las unidades empresariales, y crean un aproximado del 85% del total de los puestos de trabajo y un aproximado del 40% del PBI.

1.2.2 FODA

En la siguiente tabla se mostrará el análisis FODA realizado para la empresa ArtMarket.

Tabla 2
Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Servicio personalizado. Contacto constante con el cliente durante su pedido (Revisión de estado de producto y recorrido de servicio.). Uso de tecnología para la difusión de la información (Facebook).	Baja lealtad de los consumidores hacia las empresas existentes. El servicio está orientado a cubrir problemas evidentes en la población. Existen pocos competidores en el mercado Aumento del uso de delivery por parte de las personas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Actualmente no se cuenta con un plan de publicidad, solo con el llamado marketing boca a boca. Capacidad operativa limitada para atender al mercado potencial, ya que nos enfocamos en pocos distritos de Chiclayo. Bajo poder de negociación con proveedores. Empresa nueva sin experiencia. Bajo posicionamiento. Los costos de transporte reducen ganancias.	Competidores con alto nivel de financiamiento. Ingresos de nuevos competidores, por coyuntura. Incremento de costo de combustible.

Nota: Elaboración propia

1.2.3 Justificación

Cada vez son más las personas que están empezando a realizar compras en internet, siendo los aplicativos de delivery el servicio más utilizado Barranzuela (2019). Además, en el Perú, debido a la coyuntura actual que estamos viviendo según Lúcar (2020) se ha incrementado considerablemente las compras a través de los canales online, ya que es una manera más segura para los compradores de no exponerse a un contagio, y muchas empresas han visto esto como un medio para generar ingresos y seguir operando. Es así que esta modalidad de compra online y entrega a domicilio, denominada delivery, ha ido creciendo y se espera que lo siga haciendo.

Asimismo, este sistema permite que los clientes una vez realizado su pedido puedan consultar la ubicación de este en tiempo real, de esta manera podrán planificar mejor el momento de recibir sus compras, garantizando así

que los clientes confíen en este sistema y se sientan cómodos con su uso (Agenda Tecnológica, 2018).

Por otra parte, debido a los problemas mencionados anteriormente en la situación problemática es que se plantó este proyecto de inversión de servicio de venta de útiles y productos de oficina en la ciudad de Chiclayo a través de la modalidad de delivery, llamado ArtMarket, en donde los usuarios podrán ahorrar tiempo y evitar molestias, al tener que trasladarse a una librería por querer adquirir diversos útiles y artículos de oficina, así como también evitar las aglomeraciones de personas en ciertas épocas escolares y ayudando a salir de apuros a las personas cuando necesiten algunos productos con urgencia, y a los trabajadores de oficina les ayudará a tener más tiempo para realizar sus actividades laborales.

1.2.4 Marco legal

Para el proyecto se tomó en cuenta diversas leyes y reglamentos establecidos en Perú, que se deben seguir para el correcto funcionamiento de este proyecto. Es así que, Quintana (2017) citando a Erick Iriarte de la Agencia de Derecho “Iriarte & Asociados” las leyes aplicables en el Perú con respecto a la tecnología son:

Al tratarse de una idea de negocio innovadora debe estar protegido por la ley de Propiedad Intelectual, a cargo de INDECOPI. Por otro lado, nuestra empresa se a la venta de productos por internet a través de una página web, en donde se le solicita al cliente una firma electrónica, es decir un usuario y una contraseña. Por ende, como empresa debemos cumplir con la Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales.

Asimismo, la Resolución de Superintendencia 0188-2010-SUNAT, exige que como empresa e-commerce debemos emitir facturas electrónicas y documentos vinculados a esta. También, nuestra página exige a los clientes que desean realizar su compra con tarjeta de crédito o débito ingresar información personal. Por ende, debemos cumplir con la Ley N° 27309 - Ley que incorpora los Delitos Informáticos al Código Penal.

Para que el cliente pueda registrarse como nuevo usuario la página web le solicita ingresar un correo electrónico, asimismo, le da la opción al cliente si quiere o no recibir ofertas o promociones a través de ese medio. Por tanto, nuestra empresa debe cumplir con la Ley N° 28493 - Ley que regula el uso del correo electrónico comercial no solicitado (SPAM) al igual con la Ley N° 27419 – Ley sobre Notificación por Correo Electrónico, así como también con la Ley 27291: Ley que modifica el Código Civil permitiendo la Utilización de los medios Electrónicos para la Comunicación de la Manifestación de Voluntad y la Utilización de la Firma Electrónica.

Y por último deberá cumplir con la Resolución Ministerial N° 250-2020-MINSA, la cual está dirigida para las empresas que realizan ventas por delivery, con el fin de salvaguardar la salud y evitar la propagación del Covid-19.

1.2.5 Unidad formuladora y unidad ejecutora

Unidad formuladora

La unidad formuladora del presente trabajo se encuentra a cargo del bachiller en administración de empresas: Céspedes Ojeda, Diego Manuel.

Unidad ejecutora

La unidad ejecutora según el Registro de Escrituras Públicas de Constitución de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, será denominada: “ArtMarket” E.I.R.L.

1.2.6 Clasificación productiva sectorial

Según la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales de INEI (2010) la Clasificación Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIU) el presente proyecto se encuentra clasificado:

Clase G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.

Grupo: 47 - Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.

Clase: 4791 - Venta al por menor por correo y por internet.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL SERVICIO

Los cambios tecnológicos que se están desarrollando han ocasionado transformaciones en todos los sectores de la economía y negocios, de esta manera la tecnología obliga a las empresas a adaptarse a los nuevos cambios que necesitan tener los modelos de trabajo para brindar un mejor servicio. Estos cambios dieron origen a las aplicaciones de reparto o delivery, los cuales son un servicio que se basa principalmente en hacer llegar un producto solicitado al lugar en donde se encuentre consumidor, en un tiempo acordado y las condiciones acordadas.

Es así que este servicio puede ser aplicado en diversos negocios, en este caso a la venta útiles escolares y artículos de oficina a través de una página web, los cuales serán entregados mediante la modalidad de delivery, este modelo de negocio facilitara a los padres de familia a ahorrar tiempo y evitar molestias al momento de comprar útiles escolares, especialmente en épocas escolares, y a los trabajadores de oficina, les ayudara ahorrando tiempo indispensable para sus trabajos. Siendo de esta manera que tan solo seleccionando los productos que necesitan a través de una página web y realizando el pago a través de esta, el proceso de compra sea menos tedioso. Algunas características tomadas en cuenta en el servicio delivery son.

- **La infraestructura**

La empresa de reparto tiene que contar con las condiciones adecuadas para mantener la calidad y buen estado del producto, así como también los artículos solicitados para salvaguardar la salud y evitar el contagio, como alcohol, máscarillas, mamelucos, etc.

- **Tiempos**

Cada cliente que solicite el pedido deberá conocer el tiempo que tardará en llegar su producto. Para esto, las personas sabrán cómo va el recorrido de su pedido, desde que el repartidos sale, recoge su pedido, etc.

- **Sistema de pedidos**

La manera en que se realicen los pedidos y selección de productos debe ser lo más sencilla posible para el buen uso y entendimiento del cliente, para ello el diseño de la página será de fácil manejar y se mostrará a los clientes, dentro

de la página, los pasos que debe seguir para realizar el pedido.

- **Sistema de pago**

La empresa debe contar con diferentes métodos de pago ya sea con efectivo o tarjeta para el cual se cuenta con un POS portátil de Izipay, debido a que acepta todas las tarjetas, Así mismo se aceptará pagos a través de la página web, utilizando PayPal, Visa o MasterCard

- **Ajuste de precios**

Los precios de los diversos productos que aparezcan en la página web serán iguales a los de las librerías presenciales, con algunas ofertas y promociones en los productos para incentivar la compra.

2.2 PERFIL DEL CONSUMIDOR

ArtMarket está dirigido para todas las familias, pertenecientes a los niveles socio económicos A, B y C, que deseen realizar compras a través de la modalidad de delivery de útiles escolares y de oficina.

2.3 ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO

El presente proyecto de inversión está dirigido para las familias que radican en la provincia de Chiclayo, especialmente para las personas que viven en zonas urbanizadas como son: la urb. Santa Victoria, urb. Los Parques, urb. Villarreal, urb. Patazca, urb. La Primavera, urb. Santa Ángela, Los Pinos de la Plata, etc. así como también algunos condominios ubicados en la carretera Pimentel.

2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA – PROYECCIÓN

2.4.1 Información Primaria y secundaria

En este proyecto solo se recurrió a información secundaria, pues se buscó información en diversas investigaciones similares y páginas web, que presentaban datos relevantes para nuestro proyecto de inversión.

Para obtener la información de la población total del distrito de Chiclayo de cada uno de los 6 últimos años, se accedió a la página web de la INEI (2020), la cual nos brinda esta información, así como también la cantidad promedio de miembros por familia.

Por otra parte, también se utilizó los datos de recolectados de una encuesta realizada por Lucero, Piscocoya, Reinoso y Rivera (2018), en donde

menciona que el 92% de los encuestados está dispuesto a realizar compras a través de una App de delivery.

Así mismo, para el grado de aceptación, el cual es del 70%, se recurrió a una investigación similar a la nuestra realizada por Garcia, Fernández, Lizana, Lanatta y Galiano (2019).

2.4.2 Proyección de la Demanda

Para realizar la proyección de la demanda primero se necesita hallar la tasa de crecimiento poblacional, en base al lugar al que va dirigido el servicio. Es por ello que se tomó en cuenta a la población del distrito de Chiclayo, de los años del 2015 al 2020, obteniendo estos datos del Ministerio de Salud (2019) a través de fuentes del INEI.

Tabla 3

Tasa de crecimiento anual

Años	Población	Tasa Crec. Anual
2015	294 777	
2016	294 124	-0.00221523
2017	296 438	0.00786743
2018	298 714	0.00767783
2019	301 082	0.00792732
2020	302 996	0.00635707
	Resultados	0.00552288
	Porcentaje	0.55%

Nota: Elaboración propia

Posteriormente hallada la tasa de crecimiento anual, se realizó la proyección de la población para los siguientes 5 años, 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025.

Tabla 4

Proyección de la población

Años	Población Proyectada
2021	304 669
2022	306 352
2023	308 044
2024	309 745
2025	311 456

Nota: Elaboración propia

Luego de hallar la proyección de la demanda de los próximos cinco años, se procedió a convertir la población en familias, tomando en cuenta el dato brindado por el Censo del 2017 realizada por el INEI (2017), en donde revela que los hogares peruanos tienen un promedio de 4 miembros por familia.

Tabla 5
Número de familias proyectadas

Años	Familias
2021	76 167
2022	76 588
2023	77 011
2024	77 436
2025	77 864

Nota: Elaboración propia

Finalmente, para obtener la demanda proyectada de nuestro servicio, se obtuvo los datos de cuantas veces las familias peruanas compran útiles escolares o artículos de oficina al mes, la cual es de 2 veces al mes, que convertido en semanas será 0.5. Este dato se multiplicó por 52 las cuales son las semanas con las que cuenta el año, obteniendo que compran estos artículos 26 veces al año. Así mismo, el grado de aceptación por usar un servicio delivery es del 92%, con un grado de aceptación del 70% de nuestro servicio.

Tabla 6
Demanda proyectada

Años	Cp	Familias Proyectadas	Población	Grado de aceptación	Demanda proyectada
2021	26	76 167	70 226	49 158	1 278 109
2022	26	76 587	70 613	49 429	1 285 158
2023	26	77 009	71 003	49 702	1 292 246
2024	26	77 434	71 394	49 976	1 299 373
2025	26	77 861	71 788	50 252	1 306 539

Nota: Elaboración propia

2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN

2.5.1 Proyección de la Oferta

Para este proyecto no se ha considerado la oferta, debido a que actualmente no existen empresas en el departamento de Chiclayo que realicen un servicio como el que se pretende ofrecer, o no cuentan con mucho tiempo realizándolo.

2.6 BALANCE DEMANDA OFERTA

En el presente estudio, la demanda insatisfecha es igual a la demanda proyectada, debido a que no existe una oferta formal establecida en el rubro del negocio. Para el servicio de delivery de útiles escolares y artículos de oficina, se ha considerado tener el 0.5% de la participación del mercado.

Tabla 7

Demanda insatisfecha y participación del mercado

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha	Participación del M.
2021	1 278 109	0	1 278 109	12 781
2022	1 285 158	0	1 285 158	12 852
2023	1 292 246	0	1 292 246	12 922
2024	1 299 373	0	1 299 373	12 994
2025	1 306 539	0	1 306 539	13 065

Nota: Elaboración propia

2.7 PLAN DE MARKETING

- **Estrategia de producto**

ArtMarket es un servicio que busca satisfacer las necesidades del consumidor mediante la venta de útiles escolares y artículos de oficina de manera online mediante la modalidad de delivery en los horarios de 9:30 a.m. a 8:00 p.m., sin embargo, al ser una página web se recepcionará los pedidos las 24horas del día.

Los principales productos que ofrece ArtMarket son papeles de oficina, archivadores, bolígrafos, plumones, resaltadores, cuadernos, libros, pinturas, temperas, cintas adhesivas, entre otros productos, los cuales están agrupados en 4 diferentes kits, los cuales son de preescolar, escolar, universitario y de artículos de oficina. Así como también el servicio de delivery, que ahorra el tiempo del

consumidor de ir a comprar personalmente los productos y ayuda a resolver otras complicaciones.

ArtMaket ofrece los productos solicitados mediante cajas eco amigables, contribuyendo así con el cuidado del medio ambiente. Además de que le da la libertad a las personas de escoger los kits que deseen en el momento que deseen. Por último, el servicio delivery asegura rapidez y puntualidad.

Por otra parte, se le mostrará a cada cliente el recorrido de su pedido en tiempo real, y al finalizar el servicio se le pedirá que realice algunas sugerencias o califique el servicio a través de la página.

- **Estrategia de precio**

La estrategia de precios considerada para este proyecto de inversión es la de los precios orientados a la competencia, en la que nos basaremos en los precios de nuestros competidores, los cuales vendrían a ser las librerías presenciales y algunos autoservicios. En consecuencia, optamos por manejar precios parecidos a la competencia, permitiendo que el cliente no sienta una pequeña o gran diferencia con respecto al precio de otras marcas.

- **Estrategia de plaza**

Nos ubicaremos en una oficina que se encontrará en el centro de la ciudad de Chiclayo, teniendo una ubicación importante para desplazarse a los diferentes puntos de mayor demanda. Al comienzo se contará con dos repartidores motorizados que cubrirán los pedidos, posteriormente a medida que capturemos un mayor posicionamiento en el mercado se implementarán repartidores adicionales.

Así mismo, el canal que utilizaremos para ofrecer nuestro servicio es la página web donde se publicará los productos que estaremos a disposición de ofrecer.

- **Estrategia de promoción**

Para la promoción de este proyecto se realizará publicidad a través de las redes sociales Facebook e Instagram, a través de la creación de una página y una cuenta de la empresa, ya que estas son las redes más usadas en el Perú, las cuales

nos permitirá hacer llegar nuestro producto a nuestro público objetivo de manera más económica y eficiente.

Así mismo el contenido de la publicidad contará con información acerca de los beneficios de solicitar nuestro servicio, como la rapidez de la entrega, el evitar tener que ir a comprar y evitar el aglomeramiento de personas, las medidas de seguridad tomadas por nuestra empresa, etc. y la manera de cómo realizar sus pedidos a través de nuestra página web, como la manera de cómo acceder a nuestra página, el registro, la búsqueda y selección de productos, la forma de pago y el seguimiento de su pedido a través de la página.

Por otra parte, se realizarán ofertas y descuentos dentro de nuestra página a momento de comprar cierta cantidad de productos o comprar paquetes, con el fin de incentivar la compra de productos.

CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1 TAMAÑO – MERCADO

El mercado al cual va dirigido el servicio que se está ofreciendo está representado por el 0.5% de las urbanizaciones de la ciudad de Chiclayo, en donde viven familias que requieren útiles escolares y artículos de oficina en sus hogares.

3.2 TAMAÑO – TECNOLOGÍA

El cliente podrá realizar sus pedidos a través de la página web de la empresa, en donde se encuentra detallado la variedad de productos que se ofrece, las marcas, los precios, el envío y el sistema de pago. Para ello el usuario nuevo deberá registrarse utilizando su correo electrónico y contraseña.

Por otro lado, para llevar a cabo el servicio delivery se utilizará un vehículo motorizado debidamente equipado para el traslado de los productos, los cuales permitirán realizar los envíos a los lugares de destino en la ciudad de Chiclayo.

Con respecto a la transacción económica de manera física, se aceptará 2 métodos de pago (efectivo y tarjeta). Se utilizará la máquina POS portátil de Izipay, debido a que acepta todas las tarjetas, incluye chip con internet ilimitado gratis, envía los voucher por SMS, recibe copias de los voucher por correo, no necesita de un celular para su funcionamiento y permite firmar en la pantalla. Por otro lado, el usuario podrá realizar la transacción a través de la página web, utilizando PayPal, Visa o MasterCard.

3.3 TAMAÑO - DISPONIBILIDAD DE MATERIALES

Los materiales necesarios para llevar a cabo este proyecto serán todos los productos que se pretende vender, en este caso serían todos los artículos relacionados con útiles escolares y artículos de oficina. Para ello, será necesario asociarse con algunas librerías y tiendas que ofrezcan estos productos.

3.4 TAMAÑO – FINANCIAMIENTO

El presente proyecto de inversión se realizará mediante dos fuentes de financiamiento, externo e interno. El 60% del total de la inversión será financiando

a través de una entidad bancaria, se decidió acudir al Banco Scotiabank, esta entidad financiera cobra una TEA del 2.99%. El pago será realizará en un plazo de 5 años, con 1 pago anual.

El 40% del total de la inversión, es capital bajo aporte propio, los accionistas deberán aportar una cantidad igualitaria de \$ 23 275.13.

Tabla 8

Fuente de financiamiento

Fuente	Monto	Porcentaje
Aporte propio	\$ 23 275.13	40%
Externo	\$ 34 912.70	60%
Total	\$ 58 187.83	100%

Nota: Elaboración propia

3.5 TAMAÑO – COSTO UNITARIO

ArtMarket es un proyecto de inversión que está enfocado en cumplir el servicio delivery de útiles escolares y artículos de oficina, a través de 4 kits, los cuales son de pre escolar, escolar, universitario y de artículos de oficina.

Por otra parte, de acuerdo a estudios de mercados, el kit de pre escolar tendrá un costo de \$ 71.67, el kit escolar un costo de \$ 68.31, el kit universitario un costo de \$ 27.68 y el kit de artículos de oficina un costo de \$72.03.

3.6 TAMAÑO – RENTABILIDAD

De acuerdo a los resultados que se obtuvo al momento de analizar el proyecto de inversión, se identificó que ArtMarket cuenta con una tasa interna de retorno económica del 22% y con un VAN económica de \$ 9 373.93, por otro lado, desde la parte financiera se conoció que cuenta con un TIR financiera del 51% y un VAN de \$ 27 091.19, concluyendo que el proyecto es rentable tanto económico como financiero, ya que ambos resultados son mayores que cero, lo que significa que el proyecto de inversión es viable.

3.7 SELECCIÓN DEL TAMAÑO

El presente proyecto de inversión tiene una participación del 0.5% en el mercado Chiclayano, teniendo un promedio de 18 ventas diarias. A continuación, se mostrará la participación de los años del 2021 al 2025 a mayor detalle en la tabla 9.

Tabla 9
Tamaño de mercado

Año	Tamaño de Mercado	Comercialización semanal	Comercialización diaria
2021	6 391	123	18
2022	6 426	124	18
2023	6 461	124	18
2024	6 497	125	18
2025	6 533	126	18

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Los factores considerados para evaluar y seleccionar el mejor lugar para poder instalar el centro de operaciones de ArtMarket ha sido elegido mediante el método de multicriterio, considerando factores cuantitativos y cualitativos, siendo estos factores los siguientes: Proximidad con los proveedores, proximidad con los clientes, costo de alquiler, infraestructura, seguridad de la zona y acceso a servicios públicos.

4.2 MACRO LOCALIZACIÓN

Para la macro localización de la oficina de ArtMarket, se consideró los factores mencionados anteriormente, en donde para la ponderación se utilizó una escala del 1 al 5, dependiendo el grado de importancia en donde 1 es el menos importante y el 5 el más importante, para posteriormente multiplicarlo con el puntaje otorgado, los cuales son pésimo (0), mediocre (5), regular (10), bueno (15) y muy bueno (20), de cada zona seleccionada, siendo en este caso el Distrito de Chiclayo y el Distrito de José Leonardo Ortiz. De los cuales el Distrito de Chiclayo obtuvo mayor puntuación, siendo esta de 420, seleccionándolo, así como mejor opción para la ubicación de nuestra oficina.

Tabla 10

Macro localización

Factores de localización	Ponderación	Dist. Chiclayo	Dist. José Leonardo Ortiz
Proximidad con los proveedores	5	100	25
Proximidad con los clientes	5	75	25
Costo de alquiler	4	60	60
Infraestructura	3	45	45
Seguridad de la zona	4	60	20
Acceso a servicios públicos	4	80	20
TOTAL		420	195

Nota: Elaboración propia

4.3 MICRO LOCALIZACIÓN

Luego de seleccionar el distrito de Chiclayo como mejor opción en la macro localización, se procedió a seleccionar el mejor lugar dentro de este, para la ubicación de nuestra oficina, tomando como opciones el centro de Chiclayo y Santa Victoria. De esta manera, siguiendo el mismo criterio y forma de selección del punto anterior,

se eligió como mejor alternativa la Urbanización Santa Victoria, ya que obtuvo una puntuación mayor de 410.

Tabla 11
Micro localización

Factores de localización	Ponderación	Centro de Chiclayo	Santa Victoria
Proximidad con los Proveedores	5	75	50
Proximidad con los clientes	5	50	100
Costo de alquiler	4	40	40
Infraestructura	3	45	60
Seguridad de la zona	4	40	80
Acceso a servicios públicos	4	80	80
Total		330	410

Nota: Elaboración propia

4.4 MÉTODOS PARA DECIDIR LA LOCALIZACIÓN

El método que se ha utilizado en este proyecto es el método de multicriterio donde se ha analizado factores cualitativos y cuantitativos, siendo los cualitativos los de mayor ponderación, los cuales determinaron que nuestro proyecto estará ubicado en la Urbanización Santa Victoria.

CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO

Este proyecto de inversión está técnicamente orientado al servicio de venta delivery de útiles y artículos de oficina. En donde las personas por medio de nuestra página web podrán observar los precios, seleccionar de una lista con imágenes los kits que necesiten y realizar la compra a través de este medio, mediante tarjeta o efectivo, para la posterior entrega al lugar solicitado. Entre los productos ofrecidos en los diferentes kits tenemos.

- **Kit Pre escolar**

- 1 folder plástico con gusanillo A4.
- 2 cajas de Crayolas.
- 1 cajas de plastilina.
- 1 caja de colores Faber Castell.
- 8 plumones gruesos.
- 1 paquete de 12 plumones delgados
- 1 formica blanca para trabajar con plastilina
- 1 tijera.
- 1 silicona líquida grande.
- 1 caja de temperas.
- 3 pinceles.
- 18 barras de silicona.
- 5 cintas gruesas.
- 1 paquete de hojas A4.
- 25 hojas bond A3
- 100 hojas Papel bond de colores
- 15 papelotes.
- 1 mandil.
- 6 cartulinas blancas.
- 6 cartulinas de colores
- 2 Sketch book blanco A4.
- 3 cartón duplex
- 2 tajadores con depósito.
- 6 lápices.

- 6 borradores.
- 3 paquetes de palitos de chupete
- **Kit Escolar**
 - 6 cuadernos cuadriculados A4.
 - 6 cuadernos rayados A4.
 - 1 cartuchera
 - 6 lápices.
 - 9 lapiceros (3 azul, 3 rojo y 3 negros)
 - 6 borradores.
 - 2 tajadores con depósito.
 - 1 paquete de escuadras.
 - 1 caja de colores Faber Castell.
 - 1 pote de goma 250 GR.
 - 2 resaltadores
 - 1 folder plástico con gusanillo A4.
 - 2 plumones negro indeleble.
 - 1 sketch book blanco A4.
 - 2 blocks de cartulina de colores
 - 4 blocks A4 (2 rayado y 2 cuadriculado)
 - 1 paquete de hojas A4.
 - 4 plumones de pizarra
 - 1 silicona líquida grande.
 - 6 barras de silicona delgada
 - 4 cintas anchas
 - 2m fómix.
 - 1 limpiatipo
- **Kit universitario**
 - 1 cuaderno anillado.
 - 5 resaltadores.
 - 9 lapiceros (3 rojo, 3 azul, 3 negro).
 - 2 corrector.
 - 1 engrapador.
 - 2 paquete de grapas.
 - 2 borrador.

- 1 portaminas.
- 1 paquete de reglas.
- Agenda.
- 5 paquetes pequeños de postit.
- **Kit Artículos de oficina**
 - 1 paquete de hojas A4.
 - 2 carpeta A4.
 - 2 corrector.
 - Perforador.
 - Engrapador.
 - 2 paquetes de grapas.
 - 2 paquete de clips.
 - 1 calculadora científica.
 - 1 paquete de postit color x 375 hojas.
 - 9 lapiceros (3 rojo, 3 azul, 3 negro).
 - 6 lápices.
 - 6 borradores.
 - 5 folder archivador.
 - 25 folders manila.
 - 2 paquetes de reglas.
 - 5 cintas.
 - 3 agendas.

5.2 SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

5.2.1 Diagrama de Operación

El proceso operativo de esta empresa inicia desde que el cliente realiza la compra a través de la página web. Del mismo modo, la empresa recepciona el pedido y organiza el pedido para el envío. Asimismo, se entrega el producto al conductor y estos se encargan de la entrega al consumidor final.

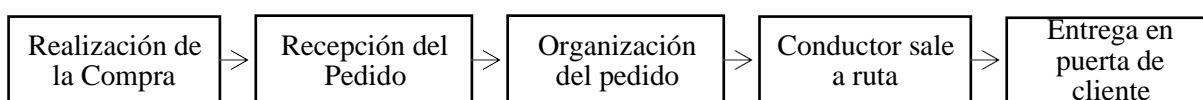


Figura 1 Diagrama de operación

Nota: Elaboración propia

5.2.2 Diagrama de Recorrido o Flujograma

En la siguiente figurase puede observar el proceso del servicio brindado, desde el ingreso a la página web, hasta la clasificación de la calidad del servicio.

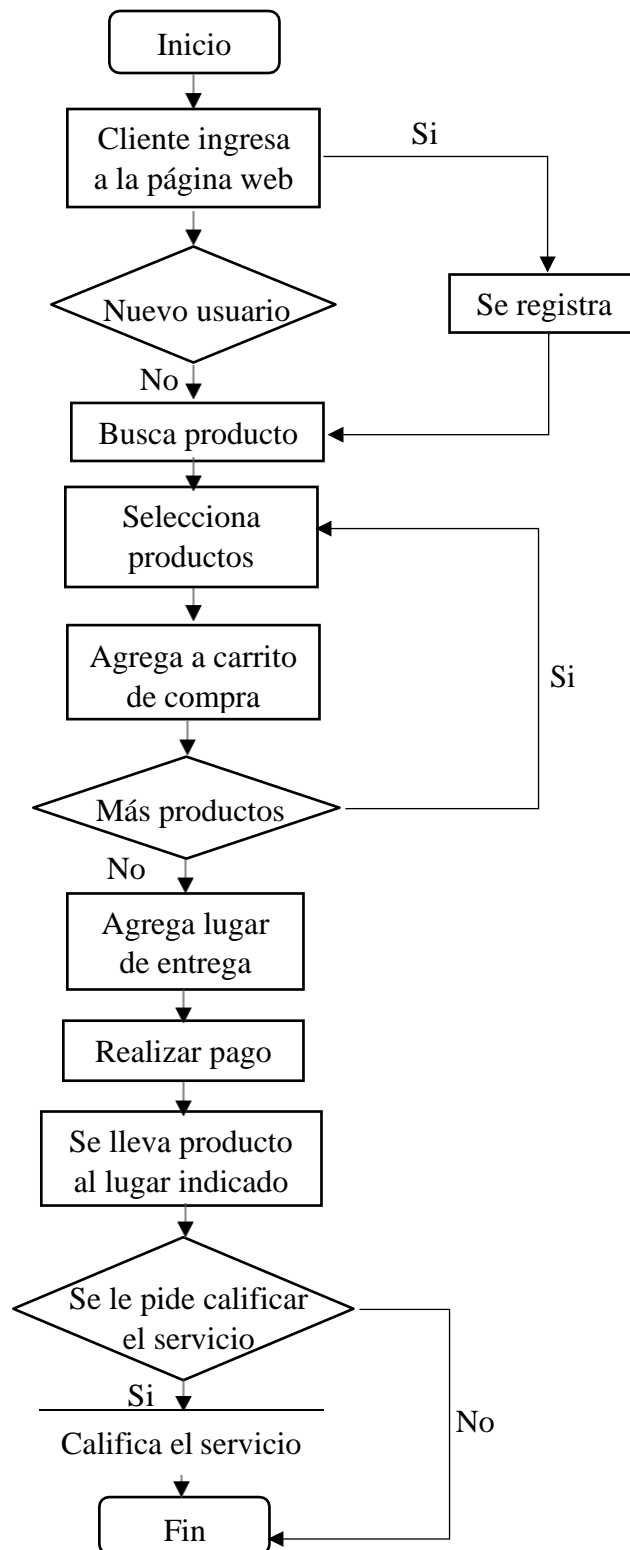


Figura 2 Flujograma de servicio

5.2.3 Distribución de la Planta

Al ser principalmente una página web en donde se realizan los pedidos y demás operaciones de manera automatizada, no contamos con planta, sin embargo, tenemos una oficina en donde se desarrollará la página web, se harán reuniones, brindaremos ideas y se almacenarán las canastas. La cual estará distribuida de la siguiente manera.

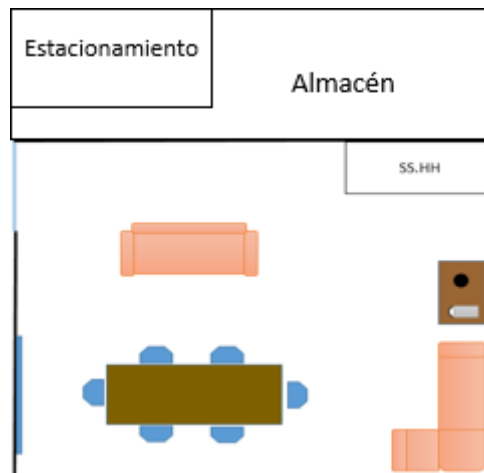


Figura 3 Lay out de oficina

5.2.4 Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software

Los requisitos funcionales con los que debe contar el software de nuestra página web, serán mencionados a continuación. Cabe mencionar que para diseñar el sistema de este proyecto, nos basamos en la investigación de Saavedra (2016).

Tabla 12
Descripción de software

Datos Generales	
Descripción	ArtMarket cuenta con una página web mediante la cual se puede realizar compras de útiles escolares y productos de oficina, el cual requiere de un registro del usuario para poder seleccionar y añadir productos al carrito de compra, para su posterior pago y solicitud de envío por delivery.
Nombre	Descripción
Búsqueda de productos	La plataforma web va permitir que los usuarios puedan mediante un ordenador ubicar el o los productos que deseen comprar, así mismo, para adquirir algún producto deberá poner los siguientes datos: Nombre y precio del producto.
Gestión de carrito de compras	La plataforma web va permitir la gestión adecuada del carrito de compras. Se podrá agregar, eliminar o cancelar los productos solicitados. Así mismo, se deberá especificar la cantidad de productos que se desea adquirir.
Registro de clientes	La página web registrara a las personas que deseen solicitar el servicio por delivery de útiles escolares y artículos de oficina, para ello deben de completar los siguientes datos: Nombre y apellidos, DNI, Dirección, teléfonos, correo electrónico, fecha de nacimiento.
Compra de productos	Al momento de comprar algún producto, la plataforma web permitirá agregar al carrito de compras todo lo que el usuario está solicitando. Además, es importante que los usuarios seleccionen la fecha, hora y el tipo de pago que realizará al momento de la entrega.
Pago de productos	Para la realización del pago por los productos solicitados, se aceptarán tarjetas de débito o crédito.

Comprobante de pago	<p>Después que los usuarios realicen los pagos respectivos por los productos solicitados, podrán verificar en la plataforma el respectivo comprobante de pago. De esta manera, podrán visualizar la fecha y hora del pago, el número de compra, el tipo de pago, el nombre del cliente, los productos solicitados, así como también, la cantidad y precio de los productos.</p>
Gestión de productos	<p>En el proceso de selección, la plataforma web brindará la opción de eliminar o modificar ciertos productos. En consecuencia, se podrá modificar los siguientes datos: Promociones de los productos, cantidad de los productos, precios, etc.</p>
Historial de compras	<p>Los usuarios, así como también la empresa, podrá visualizar a través de la plataforma virtual el historial de compras que tiene cada cliente. De esta manera, se podrá conocer la fecha, el número de pedidos y los productos que han solicitado anteriormente.</p>
Gestión de usuarios	<p>Los usuarios que se han registrado en la plataforma web, tendrán la opción de modificar sus datos o también eliminarlos después de haber terminado el proceso de compra y entrega de los productos.</p>
Gestión de delivery	<p>La plataforma web brindará la opción de realizar algunas modificaciones o borrarlo totalmente los datos para el proceso del servicio delivery.</p>
Reporte de ventas	<p>La empresa podrá visualizar el reporte de ventas de manera ordenada según las fechas de los productos solicitados, es así, que tendrán los siguientes datos: nombre del cliente, cantidad del producto, nombre del producto, código del producto y precio unitario.</p>
Reporte de entrega	<p>La empresa podrá visualizar el reporte de venta listo para la distribución a través de la plataforma web, es así, que podrán identificar los siguientes datos: nombre del cliente, DNI, número telefónico cantidad de productos, fecha de entrega y número del producto.</p>

Impresión de boleta / factura	La plataforma web dará acceso para imprimir las facturas o boletas físicas según los datos que se han procesado al momento de solicitar la compra.
Impresión de guías de remisión	La plataforma web dará acceso para imprimir las guías de remisión físicas según los datos que se han procesado al momento de solicitar la compra.
Funcionabilidad	La plataforma web podrá visualizarse y tener un funcionamiento adecuado en los navegadores de internet que soporten HTML5 y JavaScript.
Nivel de seguridad	Los usuarios que desean registrarse en la plataforma web deberán escribir su correo electrónico y posteriormente crear una contraseña.
Modificar información personal	La plataforma web brindara la opción de modificar algún dato personal que los usuarios quieran reemplazar. Pudiendo cambiar la contraseña, número telefónico, dirección y correo electrónico.
Copia de seguridad	Semanalmente se realizará una copia de seguridad automática.
Normativa Vigente de la SUNAT	La página web tomará como referencia las normativas vigentes de la SUNAT, a fin de cumplir adecuadamente con los datos necesarios al momento de imprimir las boletas, facturas y guías de remisión.

Nota: Recuperado de “Análisis y diseño de un sistema e-commerce para la gestión de ventas: caso empresa world of cakes” por Saavedra, 2016.

5.3 REQUERIMIENTO DEL PROYECTO

5.3.1 Terrenos y edificaciones

El centro de operaciones y almacén de ArtMarket estará ubicado en Av. La Liberta #130 Urb. Santa Victoria.

5.3.2 Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y Vehículos

Para el proceso productivo de ArtMarket se consideró siguientes activos.

Tabla 13
Maquinaria, equipos, muebles, enseres y vehículos

Equipos	Unidad
Laptops	2
Celulares	2
Servidores	1
Impresora	1
POS	1
Muebles y Enseres	
Mesa para reuniones	1
Escritorios	1
Sillas de madera	5
Sillas giratorias	1
Extintor	1
Tacho para desperdicios	2
Archivador de madera	1
Vehículos	
Moto carga	1

Nota: Elaboración propia

5.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En cuanto al cronograma de actividades que se realizarán para la ejecución del proyecto se presentará a continuación mediante un diagrama de Gant.

Tabla 14

Cronogramas de actividades

Diagrama de Gant	
2020	
Tiempo	A S O N D E F M A M
Actividades	
Estudios, negociación y tramitación	
Nace la idea	X
Estudio de mercado	X
Estudio económico financiero	X
Revisión del proyecto	X
Negociación y tramitación	
Trámites de funcionamiento de la empresa	X
Adquirir local para alquiler	X
Adquisición de equipos	X
Ejecución	
Habilitación del local	X
Montaje de los equipos	X
Capacitación del personal	X
Suministro de sistemas	X
Publicidad	X
Operación	
Iniciación de la empresa	X
Prueba de equipo y software	X
Prueba de sistemas	X
Mantenimiento de equipos y software	X
Ajustes del proyecto	X

Nota: Elaboración propia

5.5 PROGRAMA

Para el presente proyecto, la comercialización estimada para ArtMarket para los años 2021 al 2025, considerando una participación del mercado de 0.5% será mostrada en la siguiente tabla.

Tabla 15
Programa

Año	Servicios Solicitador	Participación del mercado	Tamaño del mercado
2021	1278109	0.5%	6391
2022	1285158	0.5%	6426
2023	1292246	0.5%	6461
2024	1299373	0.5%	6497
2025	1306539	0.5%	6533

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN

6.1 ASPECTO LEGAL

6.1.1 Tipo de Empresa

Para el presente proyecto se ha considerado constituir una empresa bajo el tipo de sociedad “Empresa Individual de Responsabilidad Limitada”, nominada ArtMarket.

6.1.2 Proceso de Constitución de la Empresa

Para el proyecto del servicio ArtMarket, nuestro país se basa a la constitución de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), esta entidad presenta los siguientes procesos:

Paso 1: Reunión del titular y los interesados

1. Discutir y presentar los aspectos generales y ventajas sobre la decisión de constituir una E.I.R.L.

Paso 2: Identificación de la razón social

1. Seleccionar el nombre
2. Identificar el nombre propuesto
 - 2.1. Tramitar identificación de razón social en la oficina de los Registros Públicos, previo pago.
 - 2.2. Recibir constancia de búsqueda (CERTIFICADO DE BÚSQUEDA MERCANTIL), que señala si hay o no otra empresa con ese nombre.
 - 2.3. Resultado
Negativo: Nombre procede
Positivo: Escoger otro nombre y reiniciar el trámite.

Paso 3: Elaboración de la minuta

1. Datos personales del titular, domicilio legal de la empresa, aportes del capital social.
2. Discutir el contenido del estatuto, para esto contar con asesoría legal.
3. Un abogado redacta la minuta con el fin de entender cada uno de los términos del compromiso.
4. Aprobar la minuta.
5. Suscribir la minuta, con la firma del abogado.

Paso 4: Escritura pública

1. Realizar un depósito bancario en cuenta corriente a nombre de la empresa por el 25% del capital declarado en la minuta.
2. Pagar al fondo mutual del abogado el 1/1000 del capital social suscrito. Este pago se deposita en la cuenta del Colegio de Abogados.
3. Llevar a la notaria la minuta, los comprobantes de los pagos anteriores para que el notario elabore el testimonio de constitución.
4. El titular irá a la notaria para firmar y poner su huella digital.

Paso 5: Inscripción SUNAT (RUC)

1. Presentar documento de identidad del titular o representante legal.
2. Reunir documentos con respecto a la sociedad:
 - Recibo de agua, luz, teléfono, televisión por cable o declaración jurada de predios.
 - Contrato de alquiler o cesión de uso de predio con firmas legalizadas notarialmente.
 - Acta probatoria levantada por el fedatario fiscalizador de la SUNAT donde se señale el domicilio.
 - Testimonio de constitución de la empresa, donde conste la inscripción ante la Sunarp.
 - Constancia de numeración emitida por la municipalidad.

Paso 6: Autorización de impresión de comprobantes de pago Formulario**806**

1. Régimen Especial
2. Régimen General del Impuesto a la Renta.

Paso 7: Licencia de funcionamiento municipal

1. Formato de solicitud
2. Registro Único del Contribuyente (RUC)
3. Certificado de compatibilidad de uso.
4. Copia certificada notarial o legalizada por el fedatario de la Municipalidad del Testimonio de Constitución de la empresa.
5. Declaración Jurada de ser microempresa o pequeña empresa.
6. Recibo de pago por los derechos correspondientes.

Paso 8: Autorización del libro de planillas ante el MTPS

1. Solicitud según formato debidamente llenada.
2. Comprar el libro de planillas.
3. El mismo libro u hojas sueltas.
4. Copia del RUC
5. Pago del derecho del trámite

Paso 9: Legalización de libros contables ante notario

1. Solicitud requiriendo la legalización respectiva.
2. Copia del RUC.
3. Copia del DNI del representante legal de la empresa.
4. Pago por el derecho de trámite.

6.2 ASPECTO ORGANIZACIONAL**6.2.1 Acta de Constitución de la Empresa****ACTA CONSTITUTIVA DE ARTMARKET**



En la localidad de Chiclayo a los 25 días del mes de Julio de 2020 siendo las 4pm horas, se resumen las personas cuyos nombres, domicilios y números de documentos figuran en la planilla adjunta, a fin de constituir una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada con fines de lucro, así como para aprobar el Estatuto social que regirá a la entidad y designar sus autoridades, resolviendo:

1º) Designar Presidente y Apoderado de la empresa a las siguientes personas: Diego Manuel Céspedes Ojeda y al apoderado: Jazmín Laleshka Céspedes Cárdenas, para suscribir la presente ACTA:

2º) Las personas reunidas dejan constituida la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada denominada ARTMARKET EIRL con sede en la ciudad de Chiclayo en la avenida La Liberta #130 Urb. Santa Victoria., provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

3º) Se adopta en todo lo fundamental el ESTATUTO modelo de la Dirección Provincial de Personas Jurídicas adoptado por Disposición 29/95.

4º) Acto seguido se procede a elegir a los miembros de la Comisión Directiva y Revisora de Cuentas, que regirán la entidad en el próximo período previsto en los Estatutos aprobados, designándose a las siguientes personas para los cargos citados:

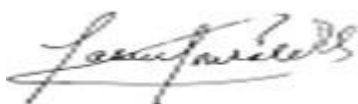
CARGO	APELLIDO Y NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE	DIEGO MANUEL CÉSPEDES OJEDA	
APODERADO	JAZMIN LALESHKA CÉSPEDES CÁRDENAS	

Los designados aceptan el desempeño de los cargos que respectivamente les han sido conferidos:

5°) Se fija la cuota social para el socio activo en la suma de \$ 11 637.5 y se autoriza a la Comisión Directiva, durante su mandato a elevarla, si fuera necesario, en hasta un 50%.

6°) Se autoriza al presidente y apoderado de la Comisión Directiva electa a realizar las tramitaciones correspondientes para la obtención de Personería Jurídica y para aceptar las observaciones al Estatuto que pudieran efectuarse por la Dirección Provincial de Personas Jurídicas. Las decisiones precedentes han sido tomadas por unanimidad. No siendo para más, previa lectura y ratificación se firma la presente en el lugar y fecha indicados arriba.

PRESIDENTE



SECRETARIO



6.2.2 Minuta de Constitución

Señor Notario

Sírvase usted extender en su registro de escrituras públicas una de constitución de empresa individual de responsabilidad limitada, que otorga: DIEGO MANUEL CÉSPEDES OJEDA, de nacionalidad peruana, con documento de identidad número 71563441, ocupación: estudiante, estado civil: soltero, señalando domicilio para efectos de este instrumento en CHICLAYO, en los términos siguientes:

Primera. - Por el presente, DIEGO MANUEL CÉSPEDES OJEDA: constituye una empresa individual de responsabilidad limitada bajo la denominación de: “ARTMARKET E.I.R.L.”, con domicilio en CHICLAYO, provincia de CHICLAYO, departamento de LAMBAYEQUE, que inicia sus operaciones a partir de su inscripción en el registro mercantil con una duración indeterminada, pudiendo establecer sucursales en todo el territorio nacional.

Segunda. - El objeto de la empresa es: BRINDAR EL SERVICIO DE DELIVERY DE ÚTILES ESCOLARES Y ARTÍCULOS DE OFICINA, se entienden incluidos en el objeto, los actos relacionados con el mismo, que coadyuven a la realización de sus fines empresariales. Para cumplir dicho objeto, podrá realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

Tercera. - El capital de la empresa es de \$ 23 275 veintitrés mil doscientos setenta y cinco 00/100 nuevos soles, constituido por el aporte en efectivo del titular.

Cuarta. - Son órganos de la empresa, el titular y la gerencia. El régimen que le corresponda está señalado en el decreto ley N 21621, artículos 39 y 50 respectivamente y demás normas modificatorias y complementarias.

Quinta. - La gerencia es el órgano que tiene a su cargo la administración y representación de la empresa. Será desempeñada por una o más personas naturales. El cargo de gerente es indelegable. En caso de que el cargo de gerente recaiga en el titular, éste se denominará titular gerente.

Sexta. - La designación del gerente será efectuada por el titular, la duración del cargo es indefinida, aunque puede ser revocado en cualquier momento.

Séptima. - Corresponde al gerente:

1. Organizar el régimen interno de la empresa.
2. Celebrar contratos inherentes al objeto de la empresa, fijando sus condiciones; supervisar y fiscalizar el desarrollo de las actividades de la empresa.
3. Representar a la empresa ante toda clase de autoridades. En lo judicial gozará de las facultades generales y especiales, señaladas en los artículos 74°, 75°, 77° y 436° del código procesal civil. En lo administrativo gozará de la facultad de representación prevista en el artículo 115° de la ley N° 27444 y demás normas conexas y complementarias. Teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución. Además, podrá constituir personas jurídicas en nombre de la empresa y representar a la empresa ante las personas jurídicas que crea conveniente y demás normas complementarias. Además, podrá someter las controversias a arbitraje, conciliaciones extrajudiciales y demás medios adecuados de solución de conflicto, pudiendo suscribir los documentos que sean pertinentes
4. Cuidar los activos de la empresa.
5. Abrir y cerrar cuentas corrientes, bancarias, mercantiles y girar contra las mismas, cobrar y endosar cheques de la empresa, así como endosar y descontar documentos de crédito. Solicitar sobregiros, préstamos, créditos o financiaciones para desarrollar el objeto de la empresa celebrando los contratos respectivos.
6. Solicitar toda clase de préstamos con garantías hipotecaria, prendaria y, de cualquier forma, además conocimiento de embarque, carta de poder, carta fianza, póliza, letras de cambio, pagares, facturas conformadas y cualquier otro título valor.
7. Suscribir contratos de arrendamiento y subarrendamiento.
8. Comprar y vender los bienes sean muebles o inmuebles de la empresa, suscribiendo los respectivos contratos.
9. Celebrar, suscribir contratos de leasing o arrendamiento financiero, consorcio, asociación en participación y cualquier otro contrato de colaboración empresarial, vinculados al objeto de la empresa.
10. Autorizar a sola firma, la adquisición de bienes, contratación de obras y prestación de servicios personales.
11. Nombrar, promover, suspender y despedir a los empleados y servidores de la empresa.

12. Conceder licencia al personal de la empresa.

13. Cuidar de la contabilidad y formular el estado de pérdidas y ganancias, el balance general de la empresa y los demás estados y análisis contables que solicite el titular.

14. Solicitar, adquirir, transferir registros de patentes, marcas, nombres comerciales conforme a ley, suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados, que conlleve a la realización del objeto de la empresa.

15. Participar en licitaciones, concursos públicos y/o adjudicaciones, suscribiendo los respectivos documentos, que conlleve a la realización del objeto de la empresa.

Octava. - para todo lo no previsto rigen las disposiciones contenidas en el D.L. N.º 21621 y aquellas que las modifiquen o complementen.

Disposición transitoria. – DIEGO MANUEL CÉSPEDES OJEDA, identificado con DNI N° 71563441, ejercerá el cargo de titular gerente de la empresa, peruano, con domicilio señalado en la introducción de la presente.

Así mismo, se nombra como apoderado a JAZMIN LALESHKA CÉSPEDES CÁRDENAS, identificado con documento de identidad número: 72470908, quien tendrá las mismas facultades que el gerente.

Chiclayo, veinticinco de julio del dos mil veinte.

6.2.3 Manual de Organización y Funciones

A. Gerente General

Objetivo del Puesto

- Planificar el crecimiento y rentabilidad de la empresa.
- Desarrollar la estrategia y liderar la realización de los objetivos organizacionales

Funciones

- Generar oportunidades de negocio e incrementar los ingresos.
- Participar de comités comerciales.
- Revisar y analizar los reportes de los resultados de la empresa.
- Garantizar la rentabilidad de la empresa.
- Monitorear el buen desempeño de las diferentes gerencias.

B. Gerente de marketing y ventas**Objetivo del Puesto**

Encargado de las estrategias de marketing y ventas.

Funciones

- Diseñar y poner en marcha la estrategia de marketing.
- Detectar nuevas oportunidades de mercado (zonas y clientes).
- Administración de redes sociales.
- Elaborar el plan de marketing.
- Monitorear el seguimiento y cumplimiento de las ventas.
- Establecer estrategias para incentivar las ventas.

C. Gerente de Operaciones y Logística**Objetivo del Puesto**

Encargado del funcionamiento correcto de los procesos operativos y logísticos.

Funciones

- Elaboración de contratos con proveedores.
- Brindar soporte a motorizados de los pedidos.
- Generación de reportes diarios y mensuales de la cantidad de servicios.
- Elaboración de plan de contingencia.
- Garantizar el cumplimiento de los procesos operativos de los pedidos.
- Elaborar procedimientos en caso de contingencia.
- Participación de reuniones mensuales con los principales proveedores.

D. Técnico de la información**Objetivo del Puesto**

Encargado de toda el área de tecnología, mantenimiento de la plataforma virtual y atención al cliente.

Funciones

- Elaboración de reportes de órdenes de servicio.
- Coordinación constante con los proveedores para que las órdenes de servicio lleguen a su destino en el tiempo correcto.
- Elaboración de data de órdenes de servicio.
- Atender consultas de clientes.

E. Agente de servicio

Objetivo del Puesto

Encargado de la coordinación y distribución de las órdenes de pedido entre los usuarios y nuestros proveedores.

Funciones

- Elaboración de reportes de órdenes de servicio.
- Coordinación constante con los proveedores para que las órdenes de servicio lleguen a su destino en el tiempo correcto.
- Elaboración de data de órdenes de servicio.

F. Motorizados

Objetivo del Puesto: Encargado de hacer llegar el pedido al cliente

Funciones

- Reparto a domicilio de los productos generados por las órdenes de clientes para lo cual debe tener como requisito obligatorio una moto.
- Coordinación permanente con los agentes de servicio.

6.2.4 Organigrama

El organigrama de esta empresa es según su contenido un organigrama integral, pues se señalan todas las áreas implicadas de la empresa. De igual manera es un organigrama vertical, debido a que su estructura jerárquica es de arriba hacia abajo (Thompson, 2017).

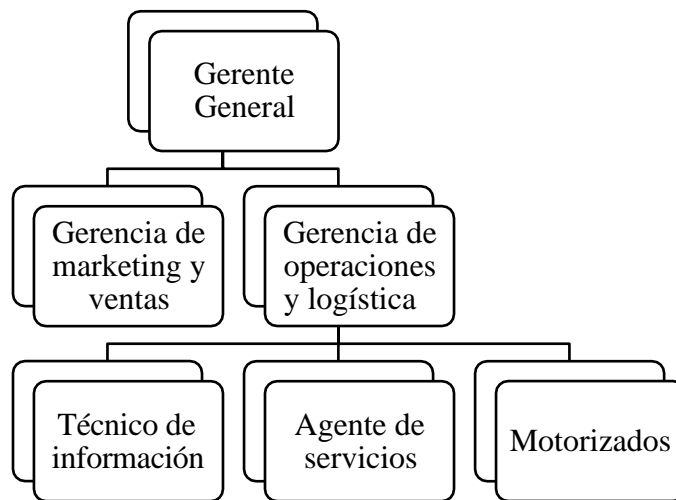


Figura 4 Organigrama

6.2.5 Requerimiento del Personal

En las siguientes tablas se mostrarán los requerimientos solicitados para cada puesto del organigrama.

Tabla 16

Requerimientos del gerente general

Gerente General	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente General
Reporta a	Apoderado
Objetivo	Planificar el crecimiento y rentabilidad de la empresa, desarrollar la estrategia y liderar la realización de los objetivos organizacionales
Competencias	
Educación	Egresado de Administración. Maestría de preferencia. Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.
Experiencia	Mínimo 5 años
Habilidades	Liderazgo Orientación a resultados. Pensamiento estratégico. Liderazgo. Gestión y manejo de conflictos. Dirección de equipos de trabajo. Orientación hacia el cliente. Positivismo. Sentido de efectividad. Trabajo en equipo Visión estratégica
Condiciones de puesto	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	\$ 428.57
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 17*Requerimientos del gerente de marketing y ventas*

Gerencia de marketing y ventas	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente de marketing y ventas
Reporta a	Apoderado
Objetivo del Puesto	Encargado de las estrategias de marketing y ventas.
Competencias	
Educación	Egresado de Administración, Marketing. Maestría de preferencia.
Experiencia	Dominio de Microsoft Office nivel intermedio. 5 años desempeñando puestos similares.
Habilidades	Orientación al cliente. Pensamiento analítico. Capacidad de negociación. Comunicación efectiva. Liderazgo. Desarrollo de equipo. Presentación de soluciones comerciales. Empowerment. Relaciones públicas.
Condiciones de puesto	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	\$371.43
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 18
Requerimientos del gerente de operaciones y logística

Gerente de operaciones y logística	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente Operaciones y logística
Reporta a	Apoderado
Objetivo	Encargado del funcionamiento correcto de los procesos operativos y logísticos.
Competencias	
Educación	Egresado de Administración, Ingeniería Industrial y carreras afines.
Experiencia	<p>Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.</p> <p>Mínimo 5 años</p> <p>Orientación a resultados.</p> <p>Pensamiento estratégico.</p> <p>Liderazgo.</p>
Habilidades	<p>Gestión y manejo de conflictos.</p> <p>Dirección de equipos de trabajo.</p> <p>Orientación hacia el cliente.</p> <p>Sentido de efectividad.</p>
Condiciones de puesto	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	\$ 371.43
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 19*Requerimientos del técnico de información*

Técnico de información	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Técnico de información
Reporta a	Apoderado
Objetivo del Puesto	Encargado de toda el área de tecnología, mantenimiento de la plataforma virtual y atención al cliente.
Competencias	
Educación	Egresado de las carreras de Ingeniería de Redes, Ingeniera de Sistemas e Informática.
Experiencia	Dominio de Microsoft Office nivel avanzado. 5 años desempeñando puestos similares.
Habilidades	Orientar y desarrollar a otras personas. Orientación al servicio. Pensamiento analítico. Planificación y control. Tolerancia al estrés. Conocimiento organizacional. Orientación al cliente.
Condiciones de puesto	
Tipo de contrato	Contrato indeterminado
Remuneración	\$ 300
Ubicación Fijación	Oficina
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 20:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 20
Requerimientos del agente de servicios

Agente de servicio	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Agente de servicio
Reporta a	Apoderado
Objetivo del Puesto	Encargado de la coordinación y distribución de las órdenes de pedido entre los usuarios y nuestros proveedores
Competencias	
Educación	Estudiantes de los últimos ciclos de las carreras de Administración, Ingeniería Industrial y carreras afines. Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.
Experiencia	1 año desempeñando puestos similares.
Habilidades	Capacidad de negociación. Capacidad de negociación. Comunicación efectiva. Orientación al cliente. Alta adaptabilidad. Identificación con la compañía. Aprendizaje continuo.
Condiciones de puesto	
Tipo de contrato	Contrato determinado
Remuneración	\$ 300
Ubicación Fijación	Oficina
Beneficios sociales	Si
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 20:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

Tabla 21
Requerimiento de motorizados

Motorizados	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Motorizados
Reporta a	Apoderado
Objetivo del Puesto	Encargado de hacer llegar el pedido al cliente
Competencias	
Educación	Estudios técnicos y superiores de preferencia.
Experiencia	1 año desempeñando puestos similares.
Habilidades	Trato amable. Proactividad. Comunicación. Colaboración. Trabajo en equipo. Orientación de servicio.
Condiciones de puesto	
Tipo de contrato	Contrato determinado
Remuneración	\$ 531
Ubicación Fijación	Campo
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 20:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO VII: INVERSIÓN

7.1 INVERSIÓN.

7.1.1 Estructura de la Inversión

La inversión total del proyecto a ejecutar tiene un monto de \$ 58 187.83, compuesta por el activo fijo tangible de \$5 050.98, el activo intangible de \$ 516.86, y finalmente, el capital de trabajo posee un monto de \$ 52 619.99.

Tabla 22

Estructura de inversión

	Total
Inversión tangible	\$ 5 050.98
Inversión intangible	\$ 516.86
Capital de trabajo	\$ 52 619.99
Total	\$ 58 187.83

Nota: Elaboración propia

7.1.2 Programa de Inversiones

En el presente proyecto, se ha realizado el siguiente programa de inversión que se desarrollara en el año 2020 a partir del mes de octubre, hasta diciembre. En donde los dos primeros meses se invertirá en mayor medida en el activo intangible y para el tercer mes se invertirá en el activo tangible, el activo intangible y el capital de trabajo.

Tabla 23

Programa de inversiones

Concepto	Meses			Total	%
	1	2	3		
Inversión tangible			\$ 5 050.98	\$ 5 050.98	8.68%
Inversión intangible	\$ 297.43	\$ 146.86	\$ 72.57	\$ 516.86	0.89%
Capital de trabajo			\$ 52 619.99	\$ 52 619.99	90.43%
Total	\$ 297.43	\$ 146.86	\$ 57 743.54	\$ 58 187.83	100%

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO

8.1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La inversión total del presente proyecto, estará conformado por un 40% en aporte propio, y un 60% que será financiado por el banco Scotiabank.

Tabla 24

Fuentes de financiamiento

	Total	Aporte propio 40%	Préstamo 60%
Inversión tangible	\$ 5 050.98	\$ 2 020.39	\$ 3 030.59
Inversión intangible	\$ 516.86	\$ 206.74	\$ 310.11
Capital de trabajo	\$ 52 619.99	\$ 21 048.00	\$ 31 572.00
Total	\$ 58 187.83	\$ 23 275.13	\$ 34 912.70

Nota: Elaboración propia

8.2 EVALUACIÓN DEL PRÉSTAMO

Para evaluar la mejor opción de financiamiento que favorezca al proyecto de inversión, se consideró los datos que nos muestra la plataforma oficial de la Superintendencia de Banca, Seguro y AFP (SBS), de esta manera, se analizaron las diferentes tasas en moneda extranjera en dólar para medianas empresas con un plazo mayor a 360 días. Finalmente, se optó por elegir la TEA del 2.99% del banco Scotiabank.

Tabla 25

Evaluación financiera

Evaluación financiera	
Tea	2.99%
Préstamo	\$ 34 912.70
Tiempo	5 años
Cuota fija	\$ 7 621.17

Nota: Elaboración propia

Tabla 26
Periodo de saldo financiado

Periodo	Saldo	Interés	Amortización	Renta
0	\$ 34 912.70	0.00	0.00	0.00
1	\$ 34 912.70	\$ 1 043.89	\$ 6 577.28	\$ 7 621.17
2	\$ 28 335.42	\$ 847.23	\$ 6 773.94	\$ 7 621.17
3	\$ 21 561.47	\$ 644.69	\$ 6 976.48	\$ 7 621.17
4	\$ 14 584.99	\$ 436.09	\$ 7 185.08	\$ 7 621.17
5	\$ 7 399.91	\$ 221.26	\$ 7 399.91	\$ 7 621.17

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

9.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

La empresa ArtMarket tendrá un 0.5% de participación en el mercado, y pondrá a su disponibilidad la venta de Kits de pre escolar que representa el 10%, Kits escolares que representa el 35%, kits universitarios que representan el 30% y kits de artículos de oficina que representan el 25% de las ventas estimadas. Así mismo, la comercialización de los Kits de pre escolar tendrán un precio de \$ 71.67, los kits escolares tendrán un precio de \$ 68.31, los kits universitarios tendrán un precio de \$ 27.68 y los kits de artículos de oficina un precio de \$ 72.03.

Tabla 27

Proyección de participación del mercado

Año	Participación del mercado
2021	6 391
2022	6 426
2023	6 461
2024	6 497
2025	6 533

Nota: Elaboración propia

Kit pre escolar: 10%

Tabla 28

Ingresos del Kit pre escolar

	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades	630	634	637	641	644
Precio de venta	\$ 71.67	\$ 71.67	\$ 71.67	\$ 71.67	\$ 71.67
Ingresos	\$ 45 160.72	\$ 45 409.79	\$ 45 660.24	\$ 45 912.06	\$ 46 165.27

Nota: Elaboración propia

Kit escolar: 35%

Tabla 29

Ingresos del kit escolar

	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades	2224	2236	2249	2261	2273
Precio de venta	\$ 68.31	\$ 68.31	\$ 68.31	\$ 68.31	\$ 68.31
Ingresos	\$ 151 924.80	\$ 152 762.69	\$ 153 605.22	\$ 154 452.38	\$ 155 304.18

Nota: Elaboración propia

Kit universitario: 30%

Tabla 30

Ingresos del kit universitario

	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades	1939	1950	1960	1971	1982
Precio de venta	\$ 27.86	\$ 27.86	\$ 27.86	\$ 27.86	\$ 27.86
Ingresos	\$ 54 011.97	\$ 54 309.86	\$ 54 609.39	\$ 54 910.57	\$ 55 213.40

Nota: Elaboración propia

Kit artículos de oficina: 25%

Tabla 31

Ingresos del kit de artículos de oficina

	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades	1598	1606	1615	1624	1633
Precio de venta	\$ 72.03	\$ 72.03	\$ 72.03	\$ 72.03	\$ 72.03
Ingresos	\$ 115 075.46	\$ 115 710.12	\$ 116 348.29	\$ 116 989.98	\$ 117 635.17

Nota: Elaboración propia

Tabla 32

Consolidado de ingresos

	2021	2022	2023	2024	2025
Kit pre escolar	\$ 45 160.72	\$ 45 409.79	\$ 45 660.24	\$ 45 912.06	\$ 46 165.27
Kit escolar	\$ 151 924.80	\$ 152 762.69	\$ 153 605.22	\$ 154 452.38	\$ 155 304.18
Kit universitario	\$ 54 011.97	\$ 54 309.86	\$ 54 609.39	\$ 54 910.57	\$ 55 213.40
Kit artículos de oficina	\$ 115 075.46	\$ 115 710.12	\$ 116 348.29	\$ 116 989.98	\$ 117 635.17
Ingresos totales	\$ 366 172.95	\$ 368 192.46	\$ 370 223.14	\$ 372 265.00	\$ 374 318.03

Nota: Elaboración propia

9.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

9.2.1 Presupuesto económico

En la tabla 33, se puede apreciar el presupuesto económico proyectado de ArtMarket, para los años del 2021 al 2025.

Tabla 33

Presupuesto económico

	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos					
Ventas	\$ 366 172.95	\$ 368 192.46	\$ 370 223.14	\$ 372 265.00	\$ 374 318.03
Egresos					
Mercadería	\$ 259 972.81	\$ 261 406.60	\$ 262 848.33	\$ 264 297.99	\$ 265 755.59
Gastos administrativos	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40
Gastos de venta	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75
Depreciación	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20
Amortización	\$ 103.37	\$ 103.37	\$ 103.37	\$ 103.37	\$ 103.37
Total egresos	\$ 316 833.53	\$ 318 267.33	\$ 319 709.06	\$ 321 158.72	\$ 322 616.31
Saldo	\$ 49 339.42	\$ 49 925.13	\$ 50 514.08	\$ 51 106.28	\$ 51 701.72

Nota: Elaboración propia

9.2.2 Presupuesto financiero

En la tabla 34, se puede apreciar el presupuesto financiero proyectado de ArtMarket, para los años del 2021 al 2025.

Tabla 34

Presupuesto financiero

	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos					
Ventas	\$ 366 172.95	\$ 368 192.46	\$ 370 223.14	\$ 372 265.00	\$ 374 318.03
Egresos					
Mercadería	\$ 259 972.81	\$ 261 406.60	\$ 262 848.33	\$ 264 297.99	\$ 265 755.59
Gastos Administrativos	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40
Gastos De Venta	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75
Amortización Préstamo	\$ 6 577.28	\$ 6 773.94	\$ 6 976.48	\$ 7 185.08	\$ 7 399.91
Intereses	\$ 1 043.89	\$ 847.23	\$ 644.69	\$ 436.09	\$ 221.26
Escudo Fiscal	\$307.95	\$ 249.93	\$ 190.18	\$128.65	\$65.27
Total Egresos	\$ 323 649.08	\$ 325 024.86	\$ 326 406.84	\$ 327 794.97	\$ 329 189.18
Saldo	\$ 43 139.77	\$ 43 667.47	\$ 44 196.67	\$ 44 727.33	\$ 45 259.39

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS

10.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias según la Tabla 35 nos muestra una utilidad neta en el primer año de \$ 34 784.29. Asimismo, para los próximos años las utilidades se mantienen positivas, teniendo para el último año proyectado \$ 37 234.78. Cabe señalar que la tasa de impuesto a la renta utilizada fue del 29.5%.

Tabla 35

Estado de pérdidas y ganancias

	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	\$ 366 172.95	\$ 368 192.46	\$ 370 223.14	\$ 372 265.00	\$ 374 318.03
Costo de mercaderías	\$ 259 972.81	\$ 261 406.60	\$ 262 848.33	\$ 264 297.99	\$ 265 755.59
Margen bruto	\$ 106 200.15	\$ 106 785.86	\$ 107 374.81	\$ 107 967.01	\$ 108 562.44
Gastos operativos					
Gastos administrativos	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40	\$ 31 566.40
Gastos de venta	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75	\$ 24 180.75
Depreciación	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20
Amort. intangible	\$ 103.37	\$ 103.37	\$ 103.37	\$ 103.37	\$ 103.37
Utilidad operativa	\$ 49 339.42	\$ 51 038.70	\$ 51 627.66	\$ 52 219.85	\$ 52 815.29
Impuesto renta	\$ 14 555.13	\$ 15 056.42	\$ 15 230.16	\$ 15 404.86	\$ 15 580.51
Utilidad neta	\$ 34 784.29	\$ 35 982.29	\$ 36 397.50	\$ 36 815.00	\$ 37 234.78

Nota: Elaboración propia

10.2 FLUJO DE CAJA

Para realizar el flujo de caja económico, se consideró los ingresos obtenidos por la venta de los kits de pre escolar, escolar, universitario y de artículos de oficina, también se consideró los costos y el impuesto a la renta que es 29.5%. Así mismo, para determinar el flujo de caja financiero, se tomó en cuenta el flujo de caja económico junto con la estructura de financiación y el escudo financiero.

Por último, el cuadro presentado a continuación mostrará el flujo de caja proyectado a 5 años, pudiéndose observar un flujo positivo y favorable para el proyecto.

Tabla 36*Flujo de caja económico y financiero*

	2021	2022	2023	2024	2025
Utilidad neta	\$ 34 784.29	\$ 35 982.29	\$ 36 397.50	\$ 36 815.00	\$ 37 234.78
Flujo de caja económico					
Crédito fiscal (Igv a pagar)	\$ 10 407.67	\$ 19 221.45	\$ 19 327.47	\$ 19 434.06	\$ 19 541.24
Recupero capital de trabajo					\$ 52 619.99
(+) Depreciación	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20	\$ 1 010.20
(+) Amortización intangibles	\$ 103.37	\$ 103.37	\$ 103.37	\$ 103.37	\$ 103.37
Flujo económico neto	\$ 25 490.19	\$ 17 874.40	\$ 18 183.60	\$ 18 494.50	\$ 18 807.10
Flujo de caja financiero					
Amortización Préstamo	\$ 6 577.28	\$ 6 773.94	\$ 6 976.48	\$ 7 185.08	\$ 7 399.91
Intereses	\$ 1 043.89	\$ 847.23	\$ 644.69	\$ 436.09	\$ 221.26
Escudo fiscal	\$ 307.95	\$ 249.93	\$ 190.18	\$ 128.65	\$ 65.27
Flujo financiero neto	\$ 18 176.97	\$ 10 503.16	\$ 10 752.61	\$ 11 001.98	\$ 11 251.20

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO

Para llegar al punto de equilibrio en unidades físicas para los años proyectados del 2021 al 2025, nos indica que ArtMarket debe cumplir con un mínimo de 4385, 4940, 4947, 4953 y 4959 kits vendidos, respectivamente. Y para cumplir con el punto de equilibrio en unidades monetarias se debe conseguir \$ 251 277.28, \$ 283 081.67, \$ 283 434.28, \$ 283 785.82 y \$ 284 136.28 respectivamente para cada año.

Por otra parte, los porcentajes para el punto de equilibrio de las unidades físicas y monetarias están conformadas por las ventas del 10% de kit pre escolar, el 35% kit escolar, 30% kit universitario y un 25% kit de artículos de oficina.

Tabla 37

Punto de equilibrio por cada Kit

Punto de equilibrio	2021	2022	2023	2024	2025
Kit pre escolar					
En unidades físicas	432	487	488	488	489
En unidades monetarias	\$ 24 775.94	\$ 27 911.85	\$ 27 946.62	\$ 27 981.28	\$ 28 015.84
Kit escolar					
En unidades físicas	1526	1719	1721	1724	1726
En unidades monetarias	\$ 87 444.49	\$ 98 512.42	\$ 98 635.13	\$ 98 757.46	\$ 98 879.43
Kit universitario					
En unidades físicas	1331	1499	1501	1503	1505
En unidades monetarias	\$ 76 237.53	\$ 85 886.98	\$ 85 993.96	\$ 86 100.62	\$ 86 206.95
Kit artículos de oficina					
En unidades físicas	1096	1235	1237	1238	1240
En unidades monetarias	\$ 62 819.32	\$ 70 770.42	\$ 70 858.57	\$ 70 946.45	\$ 71 034.07

Nota: Elaboración propia

Tabla 38

Punto de equilibrio total

Punto de equilibrio total	2021	2022	2023	2024	2025
En unidades físicas	4385	4940	4947	4953	4959
En unidades monetarias	\$ 251 277.28	\$ 283 081.67	\$ 283 434.28	\$ 283 785.82	\$ 284 136.28

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

12.1 TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA

La tasa de descuento (económica y financiera) es utilizada para traer al presente los flujos de caja proyectados. Para el cálculo de esta se tendrá en cuenta la mejor tasa efectiva anual otorgada por la SBS, la tasa con la que trabajaremos es de 2.99% del Banco Scotiabank. Así mismo, se utilizó un Wacc del 7.79% y un Cok del 15%, siendo una tasa conservadora para actualizar los flujos de la inversión de capital propio.

Tabla 39

Tasa de descuento económica y financiera

Fuentes	Inversión	% Inversión	Costo	Wacc
Propio	\$ 23 275.13	40%	15.00%	6.00%
Préstamo	\$ 34 912.70	60%	3.0%	1.79%
Total	\$ 58 187.83			7.79%

Nota: Elaboración propia

12.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

12.2.1 Vane

El valor actual neto (VAN) va ayudarnos actualizar los cobros y pagos del proyecto ArtMarket, a fin de conocer si vamos a perder o ganar en esta inversión. Para ello, se tomó la tasa de descuento económica determinado en el punto anterior, teniendo como resultado un proyecto positivo al obtener un VAN de \$ 9 373.9, que representa las ganancias descontadas de los egresos y la inversión total de ingresos. De esta manera, se puede decir que el proyecto se considera económicamente viable.

12.2.2 Tire

La Tasa Interna de Retorno es la encargada de hacer que el VAN sea igual cero, en búsqueda que el TIR resulte ser mayor a la tasa mínima de retorno a fin de confirmar que el proyecto sea factible. En este caso, la TIR es mayor que la tasa de descuento económica, teniendo un 22% y sustentando la viabilidad del proyecto.

12.2.3 B/C Económico

La relación Beneficio/Costo es un indicador de rentabilidad que nos va a permitir conocer cuánto de cada sol invertido se está recuperando, para ello, se calculó mediante el resultado del valor neto actual, restando y posteriormente dividiendo el total de la inversión tangible, intangible y capital de trabajo. La evaluación B/C económica nos da como resultado que por cada dólar invertido se obtiene \$ 1.16 de beneficio.

12.2.4 Periodo de Recupero de Capital Económico

Siendo el dinero de la inversión 40% propia y 60% financiado, se recuperará el capital en 2 años, 9 meses y 23 días.

12.2.5 Índice de Rentabilidad

El índice de rentabilidad, al igual que el B/C devuelve la ganancia obtenida del proyecto, en este caso, la empresa obtiene \$ 1.16 de retorno por cada dólar invertido.

12.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

12.3.1 Vanf

El valor actual neto económico ha sido hallado con la tasa de descuento financiera (Wacc) del 7.79%, la cual da como resultado un VANF de \$ 2 7091.2 lo que significa que como es mayor que cero es conveniente invertir en el proyecto dado que es rentable por sí mismo.

12.3.2 TIRf

La Tasa Interna de Retorno financiera considera que con la estructura de financiamiento actual (60% deuda y 40% aporte propio), el proyecto puede soportar hasta una tasa del 51% para que luego su VANF pueda resultar negativo. El resultado actual favorece a la viabilidad del proyecto.

12.3.3 B/C Financiero

Para la relación beneficios costo económico se tomó en cuenta el valor de los ingresos y egresos, lo cual da como resultado 2.16 y como es mayor a uno, el proyecto es rentable económicamente, significa que por cada dólar que se invierte se gana \$ 2.16.

12.3.4 Periodo de Recupero de Capital Financiero

En comparación al período de recupero del capital con el flujo de caja económico, con la opción de un porcentaje de la inversión financiada con deuda se proyecta recuperar el capital en 1 año, 5 meses y 29 días.

12.3.5 Índice de Rentabilidad Financiero

Para este apartado se tomó en cuenta el flujo de caja actualizado acumulado y la inversión total, lo que dio como resultado un IR de \$ 2.16 y como es mayor a uno significa que por cada dólar invertido se está generando al proyecto una mayor rentabilidad.

CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

13.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

Para desarrollar el análisis de sensibilidad financiera, nos hemos puesto en los diferentes panoramas que el proyecto de inversión puede enfrentar, de esta manera, el proyecto puede llegar a soportar hasta un 6% de las disminuciones de las ventas, conservando aún la rentabilidad. Por otro lado, si llega a reducir las ventas en un 7% a más, el proyecto no sería viable y por ende se debería rechazar.

Tabla 40
Sensibilidad económica

	Sensibilidad económica				
	Porcentaje	Van	Tir	B/C	Ir
Disminución Ventas	-7%	\$ -1 275.71	13.95%	0.98	97.69%
	-5%	\$ 1 767.04	16.41%	1.03	103%
Ventas Planificadas	100%	\$ 9 373.93	22.03%	1.16	116%
Aumento Ventas	+10%	\$ 24 587.70	31.56%	1.39	139.33%

Nota: Elaboración propia

13.2 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

Para desarrollar el análisis de sensibilidad financiera, nos hemos puesto en los diferentes panoramas que el proyecto de inversión puede enfrentar, de esta manera, el proyecto puede llegar a soportar hasta un 13% de las disminuciones de las ventas, conservando aún la rentabilidad. Por otro lado, si llega a reducir las ventas en un 14% a más, el proyecto no sería viable y por ende se debería rechazar.

Tabla 41
Sensibilidad financiera

	Sensibilidad Financiera				
	Porcentaje	Van	Tir	B/C	Ir
Disminución Ventas	-14%	\$ -45.83	7.69%	1	99.78%
	-19%	\$ 9 645.96	26.06%	1.44	144%
Ventas Planificadas	-5%	\$ 17 399.4	38.10%	1.78	178%
	100%	\$ 27 091.19	51.14%	2.16	216%
Aumento Ventas	+10%	\$ 46 474.77	72.89%	2.86	286%

Nota: Elaboración propia

CONCLUSIONES

El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una Tasa Interna de Retorno de 22% por encima del costo de oportunidad del capital y con una Tasa Interna de Retorno Financiera de 51% por encima del costo de oportunidad de capital. Así mismo el Valor Presente Neto en ambos flujos de caja obtuvo como resultados un valor mayor a cero.

La existencia de la demanda insatisfecha genera una brecha del 0.5% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina, dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.

La empresa de servicio delivery con enfoque a los útiles escolares y artículos de oficina, tendrá una capacidad efectiva de 18 servicios delivery diarios.

El proyecto estará ubicado estratégicamente en la Av. La Liberta #130 Urb. Santa Victoria.

El proceso del servicio delivery de los útiles escolares y artículos de oficina se encuentra diseñado con las mejores prácticas para cubrir su programación, optimizando costos y tiempos enfocados a la calidad.

El tipo de sociedad que desarrollara el proyecto será la de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada que garantiza la viabilidad administrativa y organizacional del proyecto cuya estructura funcional y jurídica contara con personal especializado.

El proyecto tiene una inversión total de \$ 5 567.83, siendo su capital de trabajo \$ 52 619.99 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco Scotiabank, por un monto de \$ 34 912.7, representando el 60 %

Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró el COK y el WACC como tasas de actualización de 15% y 7.79% respectivamente resultando un VANE de \$ 9 373.9, VANF de \$ 27 091.2, TIRE de 22% y TIRF de 51%, evidenciando la viabilidad del proyecto.

Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en la demanda del producto, cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad del

proyecto resultando el VANE en \$ -1275.71 aprox. y la TIRe en 13.95% por una disminución de la demanda en un 7%, y el VANF en \$ -45.83 y el TIRF en 7.69% por una disminución de la demanda en un 14%.

RECOMENDACIONES

Ejecutar el presente proyecto en el más breve plazo ya que se evidencia un mercado en crecimiento dándose las condiciones favorables para su implementación creando valor para los clientes, trabajadores e inversionistas; así mismo generando impacto social y económico al país, dentro del cumplimiento del marco legal vigente.

Considerar permanentemente protocolos de seguridad que se activen y enfrente a situaciones de actuales de salubridad.

Evaluar alianzas estratégicas con instituciones privadas y del estado y con empresas de servicios complementarios que generen una mayor participación de mercado

Mantener un enfoque continuo en su plan de marketing a fin de garantizar el cumplimiento de las proyecciones realizadas y considerar permanentemente la documentación de los clientes

Realizar de manera continua capacitaciones y charlas informativas de las nuevas tendencias para potenciar el valor agregado del servicio delivery de los útiles escolares y artículos de oficina.

BIBLIOGRAFÍA

- Barranzuela, I. (2019). *Limeños invierten hasta 75 soles en compras por delivery*. Retrieved from <https://www.mercadonegro.pe/marketing/limenos-invierten-hasta-75-soles-en-compras-por-delivery/>
- Chicoma Lúcar, D. (2020). Retail y comercio en el Perú: ¿cómo ha impactado la COVID-19? Retrieved from <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2020/05/22/retail-y-comercio-en-el-peru-como-ha-impactado-la-covid-19/>
- García, N., Fernández, R., Lizana, L., Lanatta, N., & Galiano, V. (2019). *Implementación de Utilibro*.
- Gestión. (2020, April 14). *FMI estima que economía peruana caería 4.5% en 2020 pero rebotaría a crecer 5.2% en 2021*. Retrieved from <https://gestion.pe/economia/latinfocus-economia-peruana-caera-24-en-el-2020-noticia/?ref=gesr>
- INEI. (2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme. *Dirección Nacional de Cuentas Nacionales*, 259. Retrieved from https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
- INEI. (2017). Características del Hogar. *Perú: Perfil Sociodemográfico, 2017*, 353–392. Retrieved from https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap06.pdf
- INEI. (2020). Estadística Poblacional. Retrieved from https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion_estimada.asp
- Inga, Cl. (2020). *Coronavirus: Aumenta demanda de pedidos por 'apps' de delivery y toman medidas sanitarias para las entregas*. Retrieved from <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/coronavirus-coronavirus-aumenta-demanda-de-pedidos-por-apps-de-delivery-y-toman-medidas-sanitarias-para-las-entregas-delivery-aplicativos-de-delivery-glovo-rappi-noticia/?ref=ecr>
- Lucero Ramírez, I. K., Piscocoya Hernández, C. A., Reinoso Chávez, G. G., & Rivera

- Tunque, A. S. (2018). Proyecto Empresarial Top Delivery. In *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10757/624118>
- Peruano. (2020, April 28). *Apuntalando a las mypes*. Retrieved from <https://elperuano.pe/noticia-apuntalando-a-mypes-95072.aspx?fbclid=IwAR2JO6ER6eMZtpNP5zpmPkSQCv7CHVSZwgx4yWBzPmN24yLpzR-mE49PUEE>
- Quintana, M. (2017). *Marco legal del sector digital en Perú*. Retrieved from <http://quintanacastro.com/marco-legal-del-sector-digital-en-peru/>
- Saavedra Gonzales, A. (2016). *Php Y Mysql*. 233.
- Salud, M. de. (2020). *Población Perú 2020 Dpto Prov Dist Final INEI-actuaizado*.
- Tecnológica, A. (2018). *5 RAZONES PARA USAR UNA APP DE DELIVERY*. Retrieved from <http://agendatecnologicaweb.com/5-razones-para-usar-una-app-de-delivery/>
- Thompson, I. (2017). *Tipos de Organigramas*. Retrieved from <https://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

ANEXOS

Anexo 1

Árbol de problema

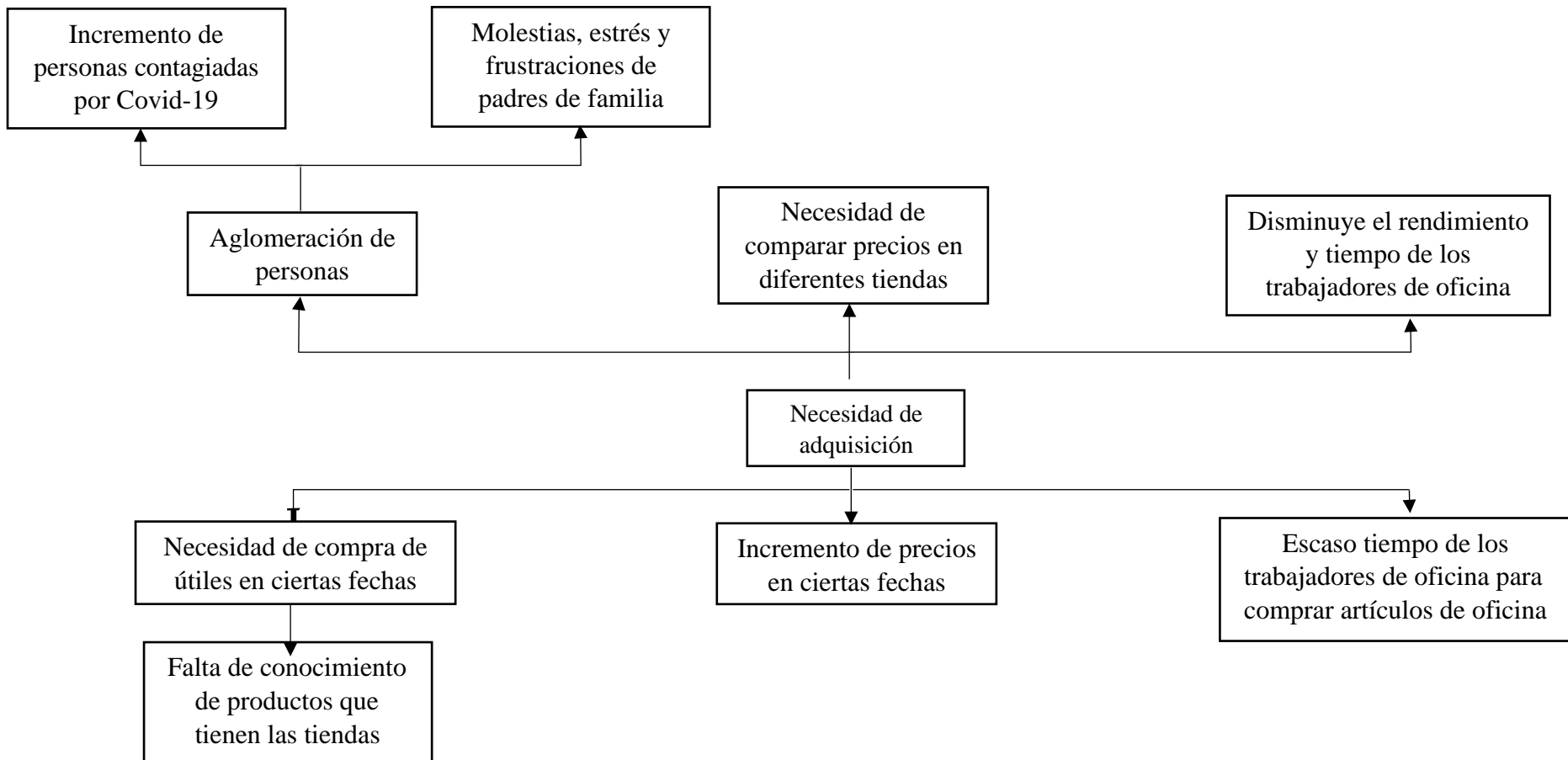


Figura 5 Árbol de problemas

Anexo 2

Inversión detallada

Tabla 42

Inversión tangible

Inversión tangible	
Laptops	\$ 857.14
Celulares	\$ 170.57
Servidores	\$ 1 142.86
Impresora	\$ 142.86
Mesa para reuniones	\$ 83.74
Escritorios	\$ 19.70
Sillas de madera	\$ 88.67
Sillas giratorias	\$ 24.63
Extintidor	\$ 33.50
Tacho para desperdicios	\$ 5.71
Archivador de madera	\$ 27.59
POS	\$ 82.57
Motocarga	\$ 2 371.43
Total	\$ 5 050.98

Nota: Elaboración propia

Tabla 43

Inversión intangible

Inversión intangible	
Elaboración de la minuta	\$70.57
Escritura pública	\$88.29
Inscripción en registros públicos	\$21.71
Compra de libros contables	\$31.71
Legalización de libros contables	\$52.29
impresión de facturas	\$41.14
Búsqueda y reserva de nombre (SUNARP)	\$5.43
Registro de marca (INDECOPI)	\$133.14
Certificado de defensa civil	\$36.29
Licencia municipal definitiva	\$36.29
Total	\$516.86

Nota: Elaboración propia

Tabla 44
Capital de trabajo

Mercadería	\$43,328.80
Gastos Administrativos	\$5,261.07
Gastos de Venta	\$4,030.13
Total	\$52,619.99

Nota: Elaboración propia