

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



**PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA IMPLEMENTAR UN  
SERVICIO INTERMEDIARIO ONLINE ENTRE EMPRESAS DE  
EVENTOS CORPORATIVOS – CULTURALES Y USUARIOS  
FINALES – LAMBAYEQUE**

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

**AUTOR**

**MARIA ALEJANDRA SANCHEZ CELIZ**

**ASESOR**

**MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA**

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

**Chiclayo, 2020**

## **DEDICATORIA**

Le dedico este trabajo a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme brindado las herramientas necesarias para seguir adelante día a día y poder lograr mis objetivos. En segundo lugar, a mis padres por ser ejemplo de perseverancia y constancia en mi vida. Por último y no menos importante, a la profesora Gamarra Uceda, Milagros Carmen por su apoyo y motivación en el desarrollo de este trabajo y por habernos transmitido los conocimientos obtenidos y llevado paso a paso en el aprendizaje.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer a Dios por todas las cosas que existen en nuestro alrededor, a mis padres por brindarme el apoyo incondicional y guiarme por el buen camino. Sobre todo, agradecer a los señores Avalos Bances, Iván y Salazar Vélez, Ricardo por el apoyo en el transcurso de este proyecto con su experiencia.

## **RESUMEN**

El presente proyecto de inversión tiene como propósito la implementación de una plataforma virtual, funcionando como servicio de intermediación online para la ampliación de la cartera de clientes de las MIPYMES del sector de eventos corporativos y culturales en Lambayeque, como ferias, conferencias, reuniones, inauguraciones de centros culturales, muestras de arte, presentación de libros, presentación de obras, exposiciones, congresos, etc.

Dicho servicio estará disponible las 24 horas del día, donde servirá como escaparate para mostrar sus servicios a ofrecer. En cuanto al cliente final, este tendrá el beneficio de encontrar empresas del rubro de eventos en un solo lugar e incluso adecuar según su presupuesto.

Cabe resaltar que se trabajó con un préstamo del 70% de la entidad bancaria Scotiabank equivalente a \$14,873.27 y un 30% de aportes propios equivalente a \$6,374.26, lo que sumo una inversión total de 21,247.53.

Así mismo, se contará con una VANE de \$11,919.27 y una TIRE de 27.75%. Del mismo modo, se contará con una VANF de \$22,139.77 y una TIRF de 54.88%. Esto demuestra que el proyecto es rentable económicamente y financieramente por un periodo de 5 años, siendo conveniente invertir en dicho proyecto, ya que genera rentabilidad por sí mismo.

## **PALABRAS CLAVE**

E- commerce, Eventos, Plataforma virtual.

## **ABSTRACT**

The purpose of this investment project is the implementation of a virtual platform, functioning as an online intermediation service for the expansion of the client portfolio of MIPYMES in the corporate and cultural events sector in Lambayeque, such as fairs, conferences, meetings, inaugurations of cultural center, art exhibitions, book presentations, presentation of works, exhibitions, conferences, etc.

This service will be available 24 hours a day, where it will serve as a showcase to show your services to offer. As for the final customer, this will have the benefit of finding companies from the event category in one place and even adapt according to their budget.

It should be noted that we worked with a loan from 70% of the Scotiabank bank equivalent to \$11,919.27 and 30% of own contributions equivalent to \$6,374.26 which added a total investment of 21,247.53.

Likewise, there will be a VANE of \$24,088.55 and an TIRE of 27.75%. Similarly, there will be a VANF of \$22,139.77 and a TIRF of 54.88%. This shows that the project is economically and financially profitable for a period of 5 years, being convenient to invest in said project, since it generates profitability by itself.

## **KEYWORDS**

E- Commerce, Events, Virtual platform.

## ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN.....	12
1.1.    METODOLOGÍA .....	12
1.1.1.    Tipo de investigación .....	12
1.1.2.    Línea de investigación.....	12
1.1.3.    Situación problemática .....	13
1.1.4.    Formulación del problema.....	13
1.1.5.    Determinación de objetivos .....	13
1.1.6.    Título .....	14
1.1.7.    Operacionalización de variables .....	15
1.2.    ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	17
1.2.1.    Análisis del entorno económico .....	17
1.2.2.    FODA .....	17
1.2.3.    Justificación.....	18
1.2.4.    Marco legal.....	21
1.2.5.    Unidad formuladora y Unidad ejecutora .....	21
1.2.6.    Clasificación productiva sectorial .....	22
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO .....	23
2.1.    CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO.....	23
2.2.    PERFIL DEL CONSUMIDOR .....	24
2.3.    ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO .....	24
2.4.    ANÁLISIS DE LA DEMANDA – PROYECCIÓN.....	24
2.4.1.    Información primaria y secundaria.....	24
2.4.2.    La entrevista .....	24

2.4.3.	Proyección de la demanda .....	33
2.5.	ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN .....	36
2.5.1.	Proyección de la oferta .....	36
2.6.	BALANCE DEMANDA OFERTA.....	36
2.7.	PLAN DE MARKETING.....	36
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO.....		41
3.1.	Tamaño – mercado.....	41
3.2.	Tamaño – tecnología.....	41
3.3.	Tamaño - Disponibilidad de materiales .....	42
3.4.	Tamaño – Financiamiento .....	43
3.5.	Tamaño – Costo unitario.....	43
3.6.	Tamaño – Rentabilidad .....	43
3.7.	Selección del tamaño .....	43
CAPÍTULO IV: LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....		45
4.1.	Factores de localización.....	45
4.2.	Macro localización.....	45
4.3.	Micro localización .....	46
4.4.	Método para decidir la localización.....	47
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO .....		48
5.1.	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS .....	48
5.2.	SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	50
5.2.1.	Diagrama de operación.....	50
5.2.2.	Diagrama de recorrido o flujograma .....	53
5.2.3.	Distribución de la oficina .....	55
5.2.4.	Diseño de la plataforma virtual .....	55
5.2.5.	Diseño del sistema del proyecto: hardware y software .....	61
5.3.	REQUERIMIENTO DEL PROYECTO.....	62

5.3.1.	MAQUINARIA Y EQUIPOS, MUEBLES, ENSERES Y VEHÍCULOS....	62
5.4.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	63
5.5.	PROGRAMA.....	64
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN .....		65
6.1.	ASPECTO LEGAL.....	65
6.1.1.	Tipo de empresa.....	65
6.1.2.	Proceso de constitución de la empresa .....	65
6.2.	ASPECTO ORGANIZACIONAL.....	67
6.2.1.	Minuta de constitución de la empresa .....	67
6.2.2.	Manual de organización y funciones .....	72
6.2.3.	Organigrama .....	75
6.2.4.	Requerimiento del personal.....	76
CAPÍTULO VII: INVERSIÓN .....		76
7.1.	INVERSIÓN.....	76
7.1.1.	Estructura de la inversión .....	76
7.1.2.	Programa de inversiones.....	80
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO.....		81
8.1.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....	81
8.2.	EVALUACIÓN DEL PRÉSTAMO .....	81
CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.....		82
9.1.	PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	82
9.2.	PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	88
9.2.1.	Presupuesto económico .....	89
9.2.2.	Presupuesto financiero.....	91
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS .....		93
10.1.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	93
10.2.	FLUJO DE CAJA.....	95

CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO .....	98
CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	100
12.1. TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	100
12.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	101
12.2.1. Vane .....	101
12.2.2. Tire.....	101
12.2.3. B/C Económico.....	101
12.2.4. Periodo de recupero de capital económico. ....	101
12.2.5. Índice de rentabilidad.....	102
12.3. EVALUACIÓN FINANCIERA .....	102
12.3.1. Vanf .....	102
12.3.2. Tirf .....	102
12.3.3. B/c financiero.....	102
12.3.4. Periodo de recupero de capital financiero.....	102
12.3.5. Índice de rentabilidad financiero .....	102
CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	102
13.1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA .....	102
13.2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA .....	103
CONCLUSIONES.....	104
RECOMENDACIONES .....	106
REFERENCIAS .....	107
ANEXOS .....	110

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variables.....	15
<b>Tabla 2</b> MIPYMES formales según departamento, 2017 (En porcentajes).....	33
<b>Tabla 3</b> Mipyme formales, según sector económico, 2013 y 2017 .....	34
<b>Tabla 4</b> Tasa de Crecimiento en un Periodo de Tiempo.....	35
<b>Tabla 5</b> Proyección de las empresas .....	35
<b>Tabla 6</b> Demanda insatisfecha .....	36
<b>Tabla 7</b> Indicadores económicos de rentabilidad.....	43
<b>Tabla 8</b> Tamaño del proyecto .....	44
<b>Tabla 9</b> Macro Localización .....	45
<b>Tabla 10</b> Micro Localización.....	46
<b>Tabla 11</b> Factores de ponderación .....	47
<b>Tabla 12</b> Sistema de hardware y software .....	61
<b>Tabla 13</b> Inversión fija tangible.....	62
<b>Tabla 14</b> Cronograma de actividades .....	63
<b>Tabla 15</b> Programa de tamaño de proyecto .....	64
<b>Tabla 16</b> Constitución de la empresa.....	65
<b>Tabla 17</b> Requerimiento de personal .....	76
<b>Tabla 18</b> Inversión Total.....	76
<b>Tabla 19</b> Inversión Intangible.....	77
<b>Tabla 20</b> Programa de inversión .....	80
<b>Tabla 21</b> Decisión de financiamiento .....	81
<b>Tabla 22</b> Ingresos por pertenecer a la Página Web.....	82
<b>Tabla 23</b> Ingresos por comisión de ventas.....	83
<b>Tabla 24</b> Ingresos por publicidad .....	86
<b>Tabla 25</b> Ingresos por comisión del Freelance .....	86
<b>Tabla 26</b> Ingresos por membresía.....	86
<b>Tabla 27</b> Consolidado de ingresos en los años proyectados.....	87
<b>Tabla 28</b> Consolidado de gastos generales .....	88
<b>Tabla 29</b> Presupuesto económico .....	89
<b>Tabla 30</b> Presupuesto Financiero.....	91
<b>Tabla 31</b> Estado de pérdidas y ganancias económico.....	93
<b>Tabla 32</b> Estado de pérdidas y ganancias financiero.....	94

<b>Tabla 33</b> Flujo de caja económico .....	95
<b>Tabla 34</b> Flujo de caja financiero .....	96
<b>Tabla 35</b> Punto de equilibrio económico .....	98
<b>Tabla 36</b> Punto de equilibrio financiero .....	99
<b>Tabla 37</b> Tasa de descuento económica.....	100
<b>Tabla 38</b> Tasa de descuento financiera.....	101
<b>Tabla 39</b> Sensibilidad económica .....	103
<b>Tabla 40</b> Sensibilidad financiera .....	103
<b>Tabla 41</b> CANVAS.....	111

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Logo de la empresa .....	23
<b>Figura 2</b> Banner de publicidad .....	38
<b>Figura 3</b> Video banner de publicidad .....	38
<b>Figura 4</b> Pop up de publicidad.....	38
<b>Figura 5</b> Roll Screen del proyecto .....	40
<b>Figura 6</b> Banner publicitario del proyecto.....	40
<b>Figura 7</b> Flujograma de ingreso de usuario final a la página web.....	53
<b>Figura 8</b> Flujograma de ingreso de empresas a la página web .....	54
<b>Figura 9</b> Plano de la oficina.....	55
<b>Figura 10</b> Primera parte del formulario .....	55
<b>Figura 11</b> Segunda parte del formulario .....	56
<b>Figura 12</b> Tercera parte del formulario .....	56
<b>Figura 13</b> Cuarta parte del formulario .....	57
<b>Figura 14</b> Quinta parte del formulario.....	57
<b>Figura 15</b> Sexta parte del formulario.....	58
<b>Figura 16</b> Séptima parte del formulario .....	58
<b>Figura 17</b> Octava parte del formulario .....	59
<b>Figura 18</b> Página Web .....	59
<b>Figura 19</b> Página Web, Empresas.....	60
<b>Figura 20</b> Página Web, Sobre nosotros .....	60
<b>Figura 21</b> Organigrama del proyecto.....	75
<b>Figura 22</b> Árbol de problemas.....	110

## **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 por que 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**

Según PRODUCE- OEGIEEO (2017), existen tantas empresas en el mercado Lambayecano, del cual 20% pertenece al rubro de eventos, de los cuales un 45% se encuentran las empresas de eventos corporativos y culturales. Justamente estas empresas, se ha analizado su situación problemática mediante una entrevista a un empresario de MIPYME de eventos, quien detalla que no cuentan con dinero para crear una página web personal, lo que ocasiona que abarquen un área geográfica reducida, al solo contar con el medio de venta presencial. Por otro lado, mencionó que no cuentan con muchas formas de promocionar sus servicios, ya que sus redes sociales no están bien manejadas. Además, agregó que, con los últimos acontecimientos por el Covid -19, las personas tienen miedo a salir a lugares públicos para buscar a empresas como la suya, ya que generalmente están ubicadas en lugares conglomerados.

### **1.1.4. Formulación del problema**

¿Es viable económica y financieramente la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano?

### **1.1.5. Determinación de objetivos**

#### **Objetivo general**

Evaluar la viabilidad económica y financiera de la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano.

#### **Objetivos específicos**

- Determinar la demanda insatisfecha de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Determinar el tamaño de la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano.

- Determinar la localización de la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Determinar el proceso de servicio adecuado para de la implementación un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Determinar el tipo de sociedad a conformar para la implementación un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Estimar los requerimientos de inversión y financiamiento para de la implementación un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Estimar los indicadores económicos y financieros de la implementación un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Estimar la sensibilidad económica y financiera de la implementación un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano.

#### **1.1.6. Título**

“Proyecto de inversión privada para implementar un servicio intermediario online entre empresas de eventos corporativos – culturales y usuarios finales – Lambayeque”.

### 1.1.7. Operacionalización de variables

**Tabla 1**  
*Operacionalización de variables*

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 de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano		
			Demanda del servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano		
			Oferta del servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano		
					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 la plataforma virtual		
			Participación del mercado		

Cantidad del servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano a cubrir

Tipo de empresa

Instrumentos de organización

---

	VANE
	VANF
	TIRE
	TIRF
	B/CE
	B/CF
	COK
	Tasa de descuento económica
Económica –	Tasa de descuento financiera
Financiera	PRCE
	PRCF
	IRE
	IRF
	Precio del servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano

---

*Nota:* Elaboración propia.

## 1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 1.2.1. Análisis del entorno económico

El presente proyecto de inversión contiene variables tanto macro económicas, como micro económicas.

**Macro económicas:** El presente proyecto presenta un incremento de empleo los trabajadores y emprendedores de las MIPYMES, tanto para los colaboradores directos como indirectos, ya que aquí se incluyen también los proveedores y terceros de las empresas que participan dentro de la plataforma.

**Micro económicas:** Aquí se pueden ver incluidos la situación de las empresas del servicio de Lambayeque y el costo. Así mismo, para este análisis se hizo uso de las entrevistas realizadas a los expertos, donde ellos afirman que el 20% del sector de comercio y servicios les pertenece a las empresas que realizan eventos, agregando que, de este porcentaje, un 57% pertenecen a empresas que atienden específicamente eventos corporativos y culturales. En cuanto al costo de estos eventos, los entrevistados, recomiendan que, si bien los precios son variables, estos en promedio pueden llegar a costar 9,300 soles.

### 1.2.2. FODA

El presente proyecto de inversión presenta:

- **Fortalezas:**
  - Utilización de software de seguridad de última generación.
  - Las transacciones se hacen de manera virtual por lo que no se tiene que cargar dinero ni tarjetas.
  - Amplia cartera de empresas participantes.
  - Consejos para el diseño de acuerdo al tipo de evento que se quiere realizar
  - Ofrecemos productos de calidad, para generar confianza en el consumidor brindando un buen servicio con respecto a la competencia.
- **Oportunidades:**
  - Rubro de gran extensión en el departamento de Lambayeque.
  - Aplicación única en el mercado peruano que abarca distintas empresas de distinta razón social.
  - Aumento de compras online.

- La mayoría de las empresas del rubro no tienen página web para ventas (costoso).
- Deseo de expansión de las empresas del rubro (entrevista).
- **Debilidades:**
  - Conocimiento escaso en creación y mantenimiento de páginas web.
  - Nuevos en el rubro.
  - No contar con experiencia.
- **Amenazas:**
  - Sensación de inseguridad al uso del móvil para transacciones.
  - Posibilidad que diversas empresas del rubro captado, se reúnan y creen una página web.
  - Las personas pueden no realizar ningún festejo por miedo al COVID -19.

### 1.2.3. Justificación

En los últimos años las compras por internet se han incrementado, esto se puede ver reflejado en un estudio de GFK, donde afirman que las ventas por internet han incrementado 44% en el 2018 y en el 2019 el 23% de los peruanos que tenía acceso a internet, compraban de manera online, gastando más de S/1,000 soles en una sola compra, siendo la generación milenial los que lideran las compras online (PQS, 2020). Además, el aumento de dichas ventas se ve reflejado en el crecimiento de empresas que venden por internet, ya que según PQS (2020), en el año 2018, el 40% de las empresas peruanas cuentan con un canal de venta online como redes sociales y páginas web. De hecho, según un informe elaborado por Américas Market Intelligence citado por Agencia peruana de noticias Andina (2019), el 56% de las PYME, utiliza las redes sociales para promocionar su negocio y comunicarse con sus clientes. Si bien estas redes sociales sirven para promocionar, se debe recordar que en Facebook existe la opción de Market Place, aunque esta puede ser poco segura debido a que no se encuentra verificada y la seguridad corre por parte de quien contrata el servicio o compra el bien.

Además, según Lara Galicia (2019) el costo de crear una página web para una empresa puede variar. El nombre del dominio, el web hosting, el certificado de seguridad, diseño web, sistema de gestión de contenido, entre otros, puede llegar a costar entre S/.76 una web básica y sin medidas de protección adecuadas y S/.20.000 una mucho más avanzada, completa y segura; recalando que

algunos de los pagos pueden llegar a ser mensuales. Estos costos pueden resultar elevados para una sola empresa, por lo que una empresa que comparta los gastos de apertura y mantenimiento con otras más podría ser la solución.

En cuanto al crecimiento o declive de las empresas pertenecientes al rubro evento, rubro abarcado por el presente proyecto, las empresas de catering, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2019) en enero y febrero tuvieron una disminución en las ventas del 14.73% y en marzo en 11.36%, esto debido al menor requerimiento de dichos servicios. Tales disminuciones pueden deberse a muchos factores como un menor alcance de clientes potenciales, la pertenencia de un solo tipo de canal de ventas, etc. A pesar de esto, se puede ver que cada año estas empresas van creciendo.

Existen algunas empresas del rubro eventos, que, al ser pequeñas empresas, abarcan un espacio geográfico pequeño, debido muchas veces a que cuentan solo con el canal de ventas presencial. Para sustentar esto, se realizó una entrevista a un empresario MIPYME dedicada a la decoración y al catering. Dicha entrevista permitió notar la gran necesidad de contar con un canal de ventas online a pedido de sus propios clientes, además de la necesidad de llegar a un mercado más joven y abarcar así más áreas geográficas.

Ante este panorama en donde las empresas de catering han disminuido sus ventas, el aumento de la percepción de inseguridad al hacer compras por internet, la necesidad un nuevo canal de ventas, así como la amplitud de la cartera de clientes, hace suponer una gran ventaja para la implementación de una página web que reúna a varias empresas (para disminuir costos) y que a su vez les genere la oportunidad de ampliar su mercado y generar confianza a los clientes. Es por eso la creación de una página web que brinde la oportunidad de ser parte de una plataforma de ventas que incluya todos los productos que un festejo para eventos corporativos y culturales requiere, además que brinde distintos beneficios y que ayude a llegar a más clientes.

El presente trabajo se ha enfocado en el sector de eventos corporativos y culturales debido a que, en el departamento suelen realizarse diversos eventos de estos tipos de sector. En cuanto al sector corporativo, Diario GESTIÓN (2016), asegura que el 30% de eventos que se realizan en el Perú corresponden a eventos corporativos organizados por empresas, los cuales se realizan de acuerdo a la realidad económica del país, para los cuales se

necesita de empresas del rubro de eventos para que puedan organizar el tema de catering, bufete, anfitriónaje, decoración y toldado, etc.

La plataforma además de enfocará en eventos culturales, debido a que existen diversas manifestaciones culturales en el país. Esto puede verse reflejado en que Expotextil (2019), al realizar el balance del 2018, la presidenta de AFEP sostuvo que en total se realizaron 197 días efectivos de ferias, siendo setiembre el mes que alcanzó la mayor cantidad de ferias organizadas. Asimismo, participaron como exhibidoras 7,701 empresas, de las cuales 6,134 fueron nacionales y 1,567 extranjeras.

El caso de Lambayeque, no es indiferente, ya que Andina (2017) señala que más de 70,000 visitantes nacionales y extranjeros asistieron a la tradicional Feria de Exposiciones Típicas Culturales de Monsefú (Fexticum) en las fechas del 15 al 30 de Julio de todos los años. Además, alcalde distrital de Monsefú, Manuel Pisfil Miñope, destacó el desarrollo del concurso nacional de marinera norteña; además de la exhibición y exposición de mantos y reliquias, además de desarrollar otras actividades culturales como son presentación de tejidos en el parque principal, presentaciones gastronómicas con platos tradicionales, entre otros. Así como esta feria, en el departamento hay muchas otras más, ya que Lambayeque siempre ha sido reconocido por su gran gusto por la cultura en sus eventos culturales ; y para realizar este tipo de eventos, se necesita de diversas empresas prestadoras de servicios que les brinden servicios de toldeado, animación, sonido, entre otros.

Muchas empresas han incursionado en el mundo virtual utilizando una página web ya que esta transmite credibilidad, genera confianza y una imagen profesional, además de conectar o “atraer” a tu público objetivo. Así mismo permite generar visibilidad ya que los contenidos son fácilmente compartibles, informa claramente a los usuarios sobre la actividad de tu negocio; esto permite ganar visibilidad y clientes potenciales.

#### **1.2.4. Marco legal**

El presente proyecto de inversión se tendrá que regir por las siguientes leyes:

- Ley 27291, en su artículo 1374° Conocimiento y contratación entre ausentes menciona que si se hace una contratación por medios electrónicos la empresa deberá enviar al consumidor un correo de confirmación del contrato, es decir, que le haya llegado la transición de dinero (Congreso de la República de Perú 2000).
- Ley 28493 que regula el envío del correo electrónico comercial no solicitado (SPAM), los artículos que contempla esta ley permitirá a la empresa a hacer un buen uso del envío de los correos electrónicos comerciales para así no caer en el incumplimiento (Congreso de la República de Perú 2005).
- Decreto Legislativo N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, el cual ayudará a la empresa a que siga los lineamientos correspondientes al momento de colocar publicidad en la plataforma virtual y las redes sociales que se maneje (Instagram, Facebook) (Congreso de la República de Perú 2008).
- Decreto Legislativo 822 - Ley sobre el Derecho de Autor. La empresa tendrá que atenerse a los artículos 3°, 4° y 5° del título “del objeto del derecho de autor”; puesto que estos artículos defienden la autoría de las personas que han compuesto la canción que se vaya a tocar o reproducir en los eventos corporativos y culturales por lo que las empresas que estén dentro de la plataforma tendrán que pagar por utilizarla (Congreso de la República de Perú 2003).

#### **1.2.5. Unidad formuladora y Unidad ejecutora**

La unidad formuladora del presente proyecto se encuentra compuesta por:

- Sánchez Celiz, María Alejandra

La unidad ejecutora según el registro de escrituras públicas de constitución de sociedad anónima cerrada (S.A.C) será denominada: Events S.A.C.

### **1.2.6. Clasificación productiva sectorial**

Según el IPE, en la economía existen distintos sectores productivos que conforman las divisiones de la actividad económica. Estas divisiones están relacionadas con el tipo de proceso de producción que desarrollan. La empresa Events S.A.C. se encuentra en el sector terciario donde se dedica a ofrecer servicios a la sociedad y a las empresas. Dentro de este grupo se puede identificar desde el comercio más pequeño hasta las altas finanzas. En tal sentido, su labor consiste en proporcionar a la población de todos los bienes y productos generados (Instituto Peruano de Economía, s.f.).

Según Dirección Nacional de Cuentas Nacionales (2010) el Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU) la clasificación del proyecto sería:

- Clase: G – Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
- División: 47 – Venta al por menor
- Grupo: 479 – Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados
- Clase: 4791 – Venta al por menor por correo y por Internet

## CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO

La página web estará dedicada al rubro de eventos corporativos y culturales como por ejemplo cocteles, capacitaciones, aniversarios de empresas, presentaciones culturales, ferias, entre otros, en donde se brindará información detallada de los productos de cada empresa las 24 horas del día, además de la opción de pertenecer a paquetes para distintos eventos dentro del rubro. La plataforma brindara la base de datos de sus clientes a cada empresa, ya que se realizarán encuestas de satisfacción para poder ver la calidad del servicio ofrecido y se les brindará una retroalimentación de acuerdo a ello, así mismo obtendrán publicidad de acuerdo al volumen de venta. Las empresas podrán realizar un pago único por ingreso a la plataforma, tendrán la opción de pertenecer a paquetes pagados la cual incluye distintos beneficios como publicidad, aparecer primeros en la lista de acuerdo al servicio, etc.

Se reunirán a todas las empresas que se requieran para poder realizar un evento corporativo y cultural como lo es las empresas de catering, sonido, entoldado, local, decoración, entre otros, para brindarle la facilidad al cliente final de encontrar todo lo que necesita en un solo lugar, con el mejor servicio y a precio accesible. Se promocionará a través de redes sociales como Instagram y Facebook, así mismo se les brindará a las empresas un número telefónico y un correo empresarial para que ante cualquier duda puedan comunicarse con nosotros y poder solucionarla. Además, se contará con un software para un mejor desempeño y manejo de la plataforma web, también contaremos con distintas plataformas de pago (visa, MasterCard, etc.) para una mayor facilidad al momento de cancelar el producto.



*Figura 1* Logo de la empresa

*Nota:* Elaboración propia.

## **2.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR**

- El perfil del consumidor de la página web de eventos corporativos y culturales posee las siguientes características:
- Ser MIPYME de eventos para capacitaciones, aniversario de empresas, entre otros.
- Realizar sus operaciones en el departamento de Lambayeque.
- Realizar en promedio 8 eventos mensuales.
- Estar dispuestos a pertenecer a una página web de conglomerados y pagar un porcentaje por pertenecer a ella.
- Ser comprometidos con ofrecer un servicio de calidad, cumpliendo con las expectativas de los clientes.
- Estar acorde a las últimas tendencias del mercado.
- Contar con transparencia en el desempeño de sus actividades.
- Contar con un buen prestigio.
- Dispuestos a incorporar distintas formas de pagos: transferencias virtuales, giros, depósitos, etc.

## **2.3. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO**

El mercado está distribuido a todo el departamento de Lambayeque, este incluye las provincias de Ferreñafe, Lambayeque y Chiclayo.

## **2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA – PROYECCIÓN**

### **2.4.1. Información primaria y secundaria**

Para obtener la información de la demanda se usó tanto fuentes primarias como secundarias. Las fuentes primarias utilizadas fueron dos entrevistas dirigidas a dos expertos del rubro de eventos, quienes proporcionaron información relevante para el desarrollo del proyecto.

Las fuentes secundarias fueron las plataformas digitales del ministerio de la producción y otros portales web de prensa.

### **2.4.2. La entrevista**

Se han realizado dos entrevistas a expertos. La primera entrevista fue al Sr. Iván Avalos Bances, quien es organizador de eventos en la empresa “El Líbano S.A.C.” el día lunes 22 de junio del presente año por medios electrónicos (WhatsApp). La segunda entrevista fue realizada al Sr. Ricardo Salazar, dueño

de “Ricardo Vélez Salazar Eventos Y Producciones” el día miércoles 24 de junio del presente año a través de la plataforma Zoom. La entrevista fue semiestructurada constando de dieciséis preguntas abiertas con una duración de aproximadamente de una hora, con la finalidad de obtener datos relevantes y exactos para el desarrollo del proyecto, para luego ser escritas y analizadas en un documento de Word.

#### **2.4.2.1. Resultados de la entrevista**

##### ENTREVISTA PARA IMPLEMENTAR UN SERVICIO INTERMEDIARIO ONLINE ENTRE EMPRESAS DE EVENTOS CORPORATIVOS – CULTURALES Y USUARIOS FINALES – LAMBAYEQUE

- Empresa: Líbano S.A.C
- Nombre del entrevistado: Iván Avalos Bances
- Puesto que ocupa: Organizador de Eventos

#### Introducción

Mi nombre es María Alejandra Sánchez Celiz, estudiante de la carrera de Administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. La siguiente entrevista servirá para analizar la situación en la que se encuentran las empresas del rubro de eventos corporativos y culturales, para servir de guía para la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano, resaltando que la información brindada será utilizada netamente para fines académicos. Usted puede detener este proceso de entrevista en cualquier momento si lo desea.

#### **1. ¿A qué tipo de eventos usted se especializa?**

Religiosos, fiestas de cumpleaños, despedidas, eventos corporativos, culturales, institucionales, etc.

#### **2. ¿Qué tipos de servicio se necesitan para eventos corporativos y culturales?**

En el caso de eventos corporativos y culturales me refiero a exhibiciones culturales, muestras gastronómicas, ferias, capacitaciones, cocteles corporativos, y otros que realicen estas entidades. En cuanto a corporativos, como es evento de más elegancia y más personalizado (diferente tipo de toldado), aquí se ve la limpieza, para el entoldado es con telas distintas a los de eventos culturales o educativos, bocaditos, bufete, mozos, se ven campos abiertos como sitios rústicos o turísticos, locales con mejor presencia y

capacidad, anfitriones, movilidad, mesas y sillas. En cuanto a cultural es entoldado con colores de acuerdo a región o platillos o bailes, sillas, sonido, DJ, presentador...

**3. De los servicios que acaba de mencionar ¿Cuál o cuáles considera indispensables para la organización de un evento corporativo y cultural?**

Prácticamente el servicio es lo mismo, todos requieren entoldado, decoración, sillas mesas, bocaditos, etc., lo que más cambia es el tipo de decoración.

**4. ¿Cuántos eventos corporativos y culturales atienden por mes?**

En mi empresa atendemos un promedio de eventos culturales y corporativos de 8 por mes.

**5. Según los servicios mencionados en la pregunta dos. ¿Qué cantidad de servicios se realiza al mes por evento y cuál es su precio promedio?**

Servicios	Número de eventos por mes	Precio
Catering	4	S/1,000.00
Sonido	4	S/100.00 por hora
DJ	4	S/120.00 por hora
Presentador	4	S/150.00 por hora
Buffet	5	S/1,600.00
Entoldado	8	S/500.00
Decoración	8	S/400.00
Local	6	S/2,000.00
Orquestas	1	S/750.00 por hora
Fotografía y video	6	S/250.00
Floristería	4	S/250.00
Animación	2	S/500.00
Transporte	4	S/400.00
Bar tender	3	S/250.00
Piñatería	4	S/150.00
Pastelería	3	S/500.00
Invitaciones y recuerdos	5	S/300.00

**6. ¿En qué época del año tiene más demanda los eventos corporativos y culturales?**

Considero que en todas las épocas del año se realizan eventos, por lo que es imposible mencionar en que época hay más eventos.

**7. ¿Cuáles son los aspectos que sus clientes buscan al adquirir su servicio?**

Puntualidad, buen servicio y cumplir con todo lo que has ofrecido

**8. ¿Podría mencionar los servicios con las que trabaja?**

Bufete, Catering, Pastelerías, Entoldado y decoración, Mozos y anfitriones, Empresas que alquilen sillas y mesas, Uso de otros locales campestres o turísticos.

**9. ¿Qué aspectos considera usted que podrían reforzar para mejorar la calidad del servicio?**

Más que todo puntualidad y limpieza, ya que eso es lo que más buscan los clientes, además que lo que se ofrece siempre se dé, para que el cliente este contento.

**10. ¿Cuánto es el precio promedio que pagan por eventos corporativos y culturales?**

Aproximadamente las corporativas invierten 8,000 soles en sus eventos. En cuanto a culturales puede llegar a ser hasta 7,000soles.

**11. ¿De qué manera prefieren pagar sus clientes? (al contado/deposito)**

De ambas maneras.

**12. ¿Qué estrategias publicitarias utilizan más las empresas que trabajan con usted?**

Sus páginas de Facebook, tarjetas personales y marketing boca a boca.

**13. ¿Por qué medio se comunican los clientes finales con las empresas de eventos?**

Mayormente por su página de Facebook o llamada.

**14. ¿Usted considera que el departamento de Lambayeque está preparado para adquirir servicios de eventos corporativos y culturales a través de una plataforma virtual?**

Sí, porque sería una manera más fácil y accesible para ellos, para encontrar nuestros servicios.

**15. ¿Qué opina de la idea de la creación de una plataforma virtual para adquirir servicios de eventos corporativos y culturales?**

Me parece una excelente idea, ayudaría tanto a nosotros como empresas, como a los clientes finales para adquirir de manera fácil nuestros servicios o productos.

**16. ¿Qué porcentaje de empresas del rubro de eventos considera que pertenecen al sector de comercialización y servicios en el departamento de Lambayeque?**

Considero que un 18% y 23% pertenecen al sector de comercialización y servicios.

**17. Del porcentaje mencionado, ¿Cuáles considera que son para eventos corporativos y culturales?**

Si no me equivoco, en eventos corporativos y culturales seria entre un 55% y 60%.

**18. ¿Qué porcentaje de empresas del rubro mencionado considera que podría querer pertenecer a la plataforma?**

Creo que la mitad de las empresas, ya que en Chiclayo sería algo nuevo y quizá por ser novedoso, los empresarios tengan un poco de miedo de pertenecer a una plataforma virtual.

**19. ¿Qué situación cree usted que colocaría en vulnerabilidad a una plataforma como la que estamos ofreciendo, la cual congrega a diferentes empresas de servicios para eventos corporativos y culturales?**

Que las empresas no quieran participar porque quizás su mercado objetivo no se encuentra de manera online.

**20. ¿Qué porcentaje de sus ventas cree usted que las empresas estarían dispuestas a pagar al pertenecer a la plataforma?**

Por las ganancias que obtenemos en evento, yo creo que podrían invertir un 5% a 7% de las ganancias. Considero que sería una buena inversión, ya que nos ahorraría otro tipo de servicios que posiblemente nos salgan más caros.

**21. Después de haberle mencionado los beneficios de la plataforma virtual, se le realiza la siguiente pregunta ¿Cuánto cree que estarían dispuestos a pagar por pertenecer a la plataforma virtual?**

Considero que aproximadamente pueden pagar entre 120 a 200 soles de manera anual, debido a que los ingresos son muy flexibles, y pagarlo de manera mensual puede ser imposible para algunas empresas.

**22. ¿Estaría dispuesto a pagar por publicidad online dentro de nuestra plataforma virtual o redes sociales?**

Sí, porque sería una nueva forma de publicitar.

ENTREVISTA PARA IMPLEMENTAR UN SERVICIO INTERMEDIARIO ONLINE  
ENTRE EMPRESAS DE EVENTOS CORPORATIVOS – CULTURALES Y  
USUARIOS FINALES – LAMBAYEQUE

- Empresa: Ricardo Vélez Eventos & Producciones
- Nombre del entrevistado: Ricardo Vélez Salazar
- Puesto que ocupa: Gerente General

#### Introducción

Mi nombre es María Alejandra Sánchez Celiz, estudiante de la carrera de Administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. La siguiente entrevista servirá para analizar la situación en la que se encuentran las empresas del rubro de eventos corporativos y culturales, para servir de guía para la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales en el departamento lambayecano, resaltando que la información brindada será utilizada netamente para fines académicos. Usted puede detener este proceso de entrevista en cualquier momento si lo desea.

**1. ¿A qué tipo de eventos usted se especializa?**

Me especializo en todo tipo de eventos.

**2. ¿Qué tipos de servicio se necesitan para eventos corporativos y culturales?**

Como los eventos corporativos y culturales abarcan exhibiciones culturales, muestras gastronómicas, ferias, capacitaciones, cocteles corporativos, y otros que realicen estas entidades, es necesario entoldado, bocaditos, bufete, mozos, locales que pueden ser o muy elegantes o lugares campestres con una buena capacidad, movilidad, sillas, sonido, DJ y presentador si es necesario.

**3. De los servicios que acaba de mencionar ¿Cuál o cuáles considera indispensables para la organización de un evento corporativo y cultural?**

Todo es indispensable, no puede faltar nada, porque cada cosa se complementa y hace que se vea mejor.

**4. ¿Cuántos eventos corporativos y culturales atienden por mes?**

Un aproximado de 6 eventos corporativos y culturales mensuales.

5. **Según los servicios mencionados en la pregunta dos. ¿Qué cantidad de servicios se realiza al mes por evento y cuál es su precio promedio?**

Servicios	Número de eventos por mes	Precio
Catering	5	S/1,200.00
Sonido	5	S/120.00 la hora
DJ	3	S/100.00 la hora
Presentador	3	S/150.00 la hora
Buffet	4	S/2,000.00
Entoldado	6	S/600.00
Decoración	6	S/450.00
Local	4	S/1,800.00
Orquestas	2	S/600.00 la hora
Fotografía y video	4	S/300.00
Floristería	3	S/400.00
Animación	1	S/350.00
Transporte	2	S/450.00
Bar tender	4	S/300.00
Piñatería	3	S/200.00
Pastelería	4	S/450.00
Invitaciones y recuerdos	4	S/450.00

6. **¿En qué época del año tiene más demanda los eventos corporativos y culturales?**  
No podría ser exacto con fechas ya que todo varía. Este año la demanda había crecido mucho por que la actitud de los clientes ha cambiado, sin embargo, debido a la coyuntura todo decayó.
7. **¿Cuáles son los aspectos que sus clientes buscan al adquirir su servicio?**  
Personalización del evento, se convierte en amigo de sus clientes, se involucra mucho para que los clientes sientan esa confianza, él siempre es parte de. Busca transmitirles tranquilidad, ante algún problema poner paños fríos y poder brindarles el mejor servicio.
8. **¿Podría mencionar los servicios con las que trabaja?**  
Sonido, DJ, presentadores, bufete, catering, entoldado, decoración, local, orquestas, fotografía y video, floristería, animaciones, transporte, bar tender, piñatería, pastelería, invitaciones y recuerdos.

**9. ¿Qué aspectos considera usted que podrían reforzar para mejorar la calidad del servicio?**

Variedad de productos, ya que muchas veces el mismo ha tenido que ir a Lima en un avión a conseguir las telas personalmente para las decoraciones.

**10. ¿Cuánto es el precio promedio que pagan por eventos?**

El promedio de pago de eventos corporativos y culturales es de 10,300 soles. Sin embargo, el evento corporativo más grande que realicé, fue la fiesta del éxito de una entidad bancaria, no puedo dar detalles y nombre de la entidad por temas legales de confidencialidad.

**11. ¿De qué manera prefieren pagar sus clientes? (al contado/deposito)**

Deposito. Del 100% el 80% para por deposito, por un tema de seguridad.

**12. ¿Qué estrategias publicitarias utilizan más las empresas que trabajan con usted?**

Facebook, no se da mucho a conocer por redes porque conoce muchos casos en donde hacen que paguen cupos para poder trabajar.

**13. ¿Por qué medio se comunican los clientes finales con las empresas de eventos?**

Por WhatsApp o llamadas.

**14. ¿Usted considera que el departamento de Lambayeque está preparado para adquirir servicios de eventos a través de una plataforma virtual?**

Si porque sería más practico ya que todo ahora se está digitalizando y se utiliza mayormente el internet para cualquier actividad.

**15. ¿Qué opina de la idea de la creación de una plataforma virtual para adquirir servicios de eventos?**

Es una excelente idea ya que nos ayudaría como empresa a ser más reconocidos, y a poder adquirir nuevos clientes fácilmente.

**16. ¿Qué porcentaje de empresas del rubro de eventos considera que pertenecen al sector de comercialización y servicios en el departamento de Lambayeque?**

Considero que un 20% pertenecen al sector de comercialización y servicios.

**17. Del porcentaje mencionado, ¿Cuáles considera que son para eventos corporativos y culturales?**

Un 57% pertenecería a eventos corporativos y culturales.

**18. ¿Qué porcentaje de empresas del rubro mencionado considera que podría querer pertenecer a la plataforma?**

Considero que un 50% ya que sería muy rentable pertenecer a una plataforma virtual.

**19. ¿Qué situación cree usted que colocaría en vulnerabilidad a una plataforma como la que estamos ofreciendo, la cual congrega a diferentes empresas?**

Que las empresas no deseen participar en la plataforma, o que se retiren de la plataforma, debido a que se juntan y pueden conformar una nueva plataforma.

**20. ¿Qué porcentaje de sus ventas cree usted que las empresas estarían dispuestas a pagar al pertenecer a la plataforma?**

Bueno, de las empresas que yo conozco y por las cantidades de ganancias que solemos obtener por los diversos eventos, creo que los porcentajes oscilarían entre un 4% y 6%, ya que una parte sustancial de lo que ganamos se dirige a la compra de materiales que utilizamos para poder realizar nuestro trabajo, es por ello que, si cobran un porcentaje más alto, no estarían dispuestos a pertenecer a la página.

**21. Después de haberle mencionado los beneficios de la plataforma virtual, se le realizó la siguiente pregunta ¿Cuánto cree que estarían dispuestos a pagar por pertenecer a la plataforma virtual?**

Después de haber escuchado los beneficios que ha mencionado, yo creo que las empresas que conozco estarían dispuestas a pagar un aproximado de 200 soles, pero este no podría ser mensual, debido a que todas las empresas de los rubros que te mencione ganamos lo mismo todos los meses, podría ser anual, pero sería mucho mejor si fuera un único pago.

**22. ¿Estaría dispuesto a pagar por publicidad online dentro de nuestra plataforma virtual o redes sociales?**

Las empresas que conozco utilizamos muy poco la publicidad por internet porque no sabemos que tanto podría llegar a nuestros clientes, sin embargo, creo que estaría dispuesto a probar alguno que otro tipo de publicidad que ustedes me pueda ofrecer, pero dependería mucho del precio que me costaría y cuánto tiempo estaría esta publicidad ahí.

### 2.4.3. Proyección de la demanda

Para poder proyectar la demanda en el proyecto el cual es un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios finales, se utilizó la data proporcionada por el Ministerio de la Producción en su reporte sobre la situación de las MIPYMES en hasta el 2017 realizado por PRODUCE- OEGIEEO (2017) :

**Tabla 2**

*MIPYMES formales según departamento, 2017 (En porcentajes)*

Departamento	Nº Mipyme	Part. %
Lima	869537	45.78%
Arequipa	106234	5.59%
La Libertad	100589	5.30%
Piura	84675	4.46%
Cusco	74056	3.90%
Junín	70943	3.73%
Lambayeque	69060	3.64%
Callao	64481	3.39%
Ancash	55252	2.91%
Ica	48169	2.54%
Cajamarca	42060	2.21%
Puno	41471	2.18%
San Martín	38141	2.01%
Loreto	33265	1.75%
Tacna	30505	1.61%
Huánuco	28143	1.48%
Ucayali	28030	1.48%
Ayacucho	25187	1.33%
Apurímac	17031	0.90%
Tumbes	15822	0.83%
Madre de Dios	14040	0.74%
Moquegua	11830	0.62%
Amazonas	11298	0.59%
Pasco	11215	0.59%
Huancavelica	8550	0.45%
<b>Total</b>	<b>1899584</b>	<b>100</b>

*Nota:* El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056

*Fuente:* Sunat, Registro Único del Contribuyente 2013 y 2017

**Tabla 3***Mipyme formales, según sector económico, 2013 y 2017*

Sector económico	Mipyme 2013		Mipyme 2017		VAP <sup>1</sup> 2013-2017
	Nº	%	Nº	%	
Comercio	694358	45.89%	878285	46.24%	6.05%
Servicios	589357	38.95%	784859	41.32%	7.42%
Manufactura	144506	9.55%	158233	8.33%	2.29%
Construcción	47378	3.13%	41916	2.21%	-3.02%
Agropecuario	24131	1.59%	24004	1.26%	-0.13%
Minería	9620	0.64%	9349	0.49%	-0.71%
Pesca	3656	0.24%	2938	0.15%	-5.32%
Total	1513006	100%	1899584	100%	5.85%

1/ Variación Anual Promedio

*Nota:* El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056*Fuente:* Sunat, Registro Único del Contribuyente 2013 y 2017*Elaboración:* PRODUCE -OEE

A raíz de esta data proporcionada por el Ministerio de la Producción y elaborada por Produce-OEE, se deduce que el número de empresas nacionales resultó de la suma del número total de empresas dedicada al sector de comercio y servicios es 1899584 empresas a nivel nacional, y a nivel Lambayecano es 69,060 empresas, de las cuales 60,464 son dedicadas a comercio y servicios, multiplicando la suma total de los porcentajes del número de empresas dedicadas a los sectores mencionados a nivel nacional presentada en la tabla 2 por el número total de empresas ubicadas en Lambayeque.

Del número resultado anteriormente se ha restado el 20% debido a que este porcentaje, según las respuestas dadas por los expertos en las entrevistas realizadas, es la cantidad de empresas que se dedican solo a eventos en el año 2017, resultando 12093 empresas.

Obteniendo estos datos, se procedió a utilizar el método de extrapolación exponencial para hallar la demanda.

**Tabla 4**  
*Tasa de Crecimiento en un Periodo de Tiempo*

Año	Empresas	Tasa de Crecimiento Promedio	
2017	12093		
2018	12927	0.069	
2019	13819	0.069	
2020	14772	0.069	
Resultados		7%	6.90%

*Nota:* Elaboración propia

En primer lugar, se calculó la tasa de crecimiento resultando 6.90%. Luego se proyectó la población de empresas dedicadas a eventos en Lambayeque utilizando la siguiente fórmula:  $Población\ t = Población\ v * ((1 + tc)^{(t - v)})$  donde t es la población en el periodo actual, v es la población en el periodo pasado y tc es la tasa de crecimiento, la cual es 6.90%

Finalmente se proyectó la demanda, utilizando los datos brindados por las entrevistas realizadas que fueron que el segmento de empresas dedicadas a ofrecer productos y servicios de eventos es 57%, el grado de aceptación de las personas por pertenecer a la página web es 50% y el número de opciones a participar en la página web es 1%.

**Tabla 5**  
*Proyección de las empresas*

Año	Cp	Empresas proyectadas	Segmento empresas	Grado de aceptación	Demanda Proyectada
2021	1	15791	9001	4501	4501
2022	1	16881	9622	4811	4811
2023	1	18046	10286	5143	5143
2024	1	19290	10996	5498	5498
2025	1	20621	11754	5877	5877

*Nota:* Elaboración propia

Para hallar el número de empresas proyectadas se utilizó los datos de la 4, la cantidad de segmento de empresas fue hallado multiplicando el número de empresas proyectadas por el porcentaje de empresas dedicadas a ofrecer productos y servicios de eventos corporativos y culturales en el departamento de Lambayeque; el grado de aceptación se detectó al multiplicar el segmento de empresas por el grado de aceptación por pertenecer a la página web y por último la demanda proyectada se halló al

multiplicar el Cp (factor de consumo) por el grado de aceptación, dando finalmente la demanda proyectada de los siguientes años. Cabe resaltar que los porcentajes de empresas dedicadas a eventos corporativos y culturales, así como el grado de aceptación fueron proporcionados por el experto entrevistado.

## 2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN

### 2.5.1. Proyección de la oferta

El presente trabajo no se tiene oferta debido a que la plataforma virtual es un servicio innovador, inexistente en el mercado actual.

## 2.6. BALANCE DEMANDA OFERTA

Para hallar la demanda insatisfecha se restó la demanda proyectada con la oferta proyecta, que al ser cero, es decir que no existe, la demanda insatisfecha es la misma que la demanda proyectada.

**Tabla 6**  
*Demanda insatisfecha*

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (empresas de eventos)
2021	4501	0	4501
2022	4811	0	4811
2023	5143	0	5143
2024	5498	0	5498
2025	5877	0	5877

*Nota:* Elaboración propia

## 2.7. PLAN DE MARKETING

### A. PRODUCTO

- Entrevistas para analizar el mercado
  - La entrevista fue realizada por las autoras, lo que no supuso costos.
- La página web no debe ser pesada para que así cargue rápidamente en los dispositivos.
- Afiliación de diversas empresas del rubro de eventos que para promocionar sus productos en la página web.
- Accesibilidad a realizar publicidad dentro de la página web.
- Uso de medios de comunicación con el usuario: Correo y teléfono.

- El sitio web será creado, por el momento con WIX, la cual es una plataforma web gratuita. Su manejo será por el Community manager por un año: \$4,388.57.
- El uso de comentarios en páginas web como redes sociales son de uso gratuito.
- La creación de la Red social Facebook e Instagram será gratuita pero el community manager, quien manejará las redes sociales será contratado por un año: \$4,388.57.
- Encuestas cada mes para saber la satisfacción del cliente con la plataforma web.

## **B. PRECIO**

- Las empresas pagaran por el ingreso a la plataforma.
- Las ganancias serán por las comisiones de cada venta que las empresas que estén en la plataforma realicen y por las sesiones de fotos que haga el freelance.
- Las empresas que estén en la plataforma pagarán por el servicio de publicidad dentro de la página web y las redes sociales.
- Las empresas podrán adquirir una membresía mensual la cual tendrá lo siguientes servicios:
  - Realización de dos publicidades dentro de la página web al mes
  - Al correo se le enviará una data con las fechas estratégicas donde los clientes consumen más eventos y los productos que suelen adquirir.

## **C. PLAZA**

- La empresa cuenta con un local para la realización de sus actividades, la cual se encuentra ubicada en Calle Diego Ferré #416 urb. El porvenir
- La plataforma virtual ha sido creada por el programa WIX
- Los colores de la página web deben ser agradables, letra legible y entendible.

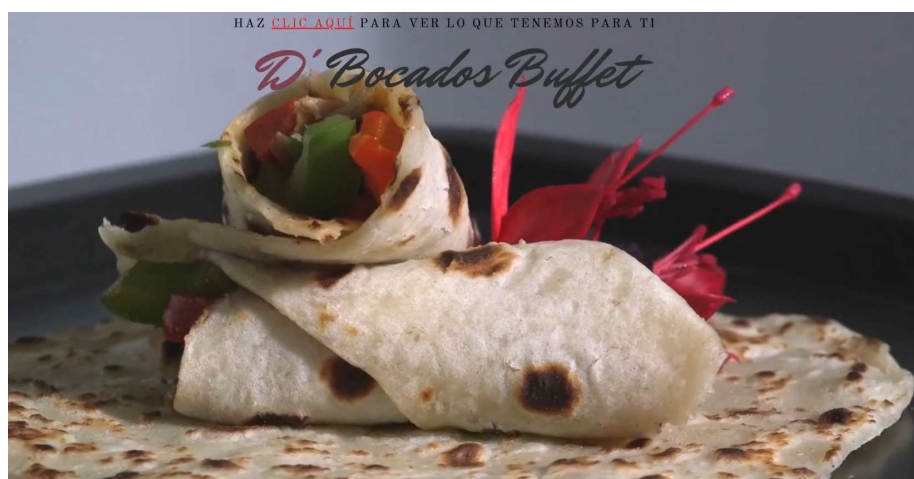
## **D. PROMOCIÓN**

- Implementar publicidad no intrusiva en la plataforma web para beneficio de las empresas de eventos, como se puede ver a continuación.



**Figura 2** Banner de publicidad

*Nota.* Elaboración propia.



**Figura 3** Video banner de publicidad

*Nota.* Elaboración propia



**Figura 4** Pop up de publicidad

*Nota:* Elaboración propia.

- Realizar campañas de promoción online (red de búsqueda). Optimización de búsqueda SEO – Google y Optimización de búsqueda SEM – Google.
  - Optimización de búsqueda SEM – Google: El concepto de SEM (Search Engine Marketing) se refiere a la promoción de un sitio web en los buscadores mediante el uso de anuncios de pago a través de plataformas como Google Ads o Bing Ads. Idento (2019) Costo: \$171.43.
  - Optimización de búsqueda SEO – Google: Se refiere al trabajo de optimización y de aumento de la popularidad de un sitio web, con el objetivo de que dicho sitio sea rastreable por los motores de búsqueda, indexado correctamente y suficientemente relevante para que algunas o muchas de las páginas sean mostradas en las primeras posiciones de los buscadores para determinadas consultas Idento (2019) Costo: \$85.71.
- Se realizará una campaña para la ganancia de beneficios, la cual consta en que el consumidor final llene una pequeña encuesta de satisfacción del producto y a fin de mes se elegirá a la empresa que tenga mayor grado de satisfacción, obteniendo así reconocimiento mediante la colocación de su logo e información referente a la empresa y sus productos al inicio de la página web.
- Publicidad en del departamento de Lambayeque, mediante el uso de Roll Screen y banner:
  - Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (UNPRG) (Lambayeque)
  - Universidad Católica Sto. Toribio de Mogrovejo (USAT) (Chiclayo)
  - Entrada a la provincia de Ferreñafe (Lambayeque)
  - Entrada a la provincia de Chiclayo (Lambayeque)
  - Entrada a la provincia de Lambayeque (Lambayeque)
  - Centro comercial Real Plaza (Chiclayo)

Costo Roll Screen 2×1 + Banner 12 Onzas: \$371.43. (Graficolor: Corporación gráfica, 2019)



**Figura 5** Roll Screen del proyecto

*Nota.* Elaboración propia



**Figura 6** Banner publicitario del proyecto

*Nota.* Elaboración propia

## **CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO**

### **3.1. Tamaño – mercado**

El presente proyecto que se enfoca en el servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y los usuarios finales, se optó por trabajar con 137 empresas las cuales pertenecen al 3.04% de la demanda insatisfecha. La demanda insatisfecha total es de 4501 empresas de eventos para el año 2021, pero se consideró el porcentaje ya mencionado para evitar la saturación al momento de que el cliente final ingrese a la página para adquirir uno de nuestros servicios.

Para el año 2021 la página web contará con 137 empresas divididas entre los distintos rubros como catering, fotografía, anfitriónaje, decoración, entoldado, movilidad, sonido, Dj, Orquestas, Shows, etc. Para el año 2022 se espera tener un tamaño de 146 empresas, en el año 2023 se contarán con 157 empresas, en el año 2024, 167 empresas y por último en el año 2025, 179 empresas, teniendo un incremento constante de cada año del 3.04% de empresas respectivamente.

### **3.2. Tamaño – tecnología**

La página web estará dedicada al rubro de eventos corporativos y culturales como eventos tales como aniversarios de empresa, cocteles, conferencias, reuniones, actividades de confraternidad, ferias, yunzas, etc. en donde se brindará información detallada de los productos de cada empresa las 24 horas del día, además de la opción de pertenecer a paquetes para distintos eventos dentro del rubro. La plataforma brindará la base de datos de sus clientes a cada empresa, ya que se realizarán encuestas de satisfacción para poder ver la calidad del servicio ofrecido y se les brindará una retroalimentación de acuerdo a ello, así mismo obtendrán publicidad de acuerdo al volumen de venta. Las empresas podrán realizar un pago único por ingreso a la plataforma, tendrán la opción de pertenecer a paquetes pagados la cual incluye distintos beneficios como publicidad, aparecer primeros en la lista de acuerdo al servicio, etc.

Se reunirán a todas las empresas que se requieran para poder realizar un evento corporativo o cultural como lo es las empresas de catering, sonido, entre otros, para brindarle la facilidad al cliente final de encontrar todo lo que necesita en un solo lugar, con el mejor servicio y a precios muy accesibles. Se promocionará a través de redes sociales como Instagram y Facebook, así mismo se les brindará a las empresas

un número telefónico y un correo empresarial para que ante cualquier duda puedan comunicarse con nosotros y poder solucionarla.

Se contará con un software para un mejor desempeño y manejo de la plataforma web, también contaremos con distintas plataformas de pago (visa, MasterCard y PayPal) para una mayor facilidad al momento de cancelar el producto.

El perfil del consumidor de la página web de eventos corporativos y culturales posee las siguientes características: Ser MIPYME de eventos para capacitaciones, aniversario de empresas, entre otros, realizar sus operaciones en el departamento de Lambayeque, además de realizar en promedio 8 eventos mensuales, estar dispuestos a pertenecer a una página web de conglomerados y pagar un porcentaje por pertenecer a ella, ser comprometidos con ofrecer un servicio de calidad, cumpliendo con las expectativas de los clientes, estar acorde a las últimas tendencias del mercado, contar con transparencia en el desempeño de sus actividades, además de contar con un buen prestigio y por último estar dispuestos a incorporar distintas formas de pagos: transferencias virtuales, giros, depósitos, etc.

### **3.3. Tamaño - Disponibilidad de materiales**

La página web cuenta con un equipo de profesionales del medio que tiene experiencia para el buen desempeño de la misma.

La empresa cuenta con un gerente general, un jefe de marketing y ventas, un community manager, un puesto de atención al cliente, un jefe de tecnología e innovación y por último un analista de tecnología de la información, el cual se detallarán las funciones en los capítulos posteriores.

Así mismo, contará con un software y dos pluggins externos los cuales son Safety Pay, el cual proporciona seguridad al cliente sobre su información bancaria; y Verified by Visa, este proporciona la seguridad al cliente sobre la información bancaria al momento de realizar los pagos a través de nuestra web, esto servirá para el buen funcionamiento de la página, con un servidor Java y un servidor web Apache.

Por último, las oficinas físicas contarán con un espacio de 80 m<sup>2</sup> en donde podremos reunirnos con cada uno de los gerentes de las empresas que se van a contratar, para vender así nuestra idea de negocio y a su vez utilizarla como un ambiente de creatividad, poseerá una pizarra electrónica para poder explicar y vender nuestra idea

de negocios, también un escritorio de reuniones y sillas aptas para la comodidad y el movimiento de cada uno de nuestros clientes, con dos tabletas para una mejor interacción y un televisor para la proyección de dispositivos u otros documentos para un mejor entendimiento.

### 3.4. Tamaño – Financiamiento

El proyecto consta de un financiamiento tanto por terceros como propios; en el caso de terceros se refiere al financiamiento con el banco Scotiabank, debido a que presenta una tasa efectiva anual (TEA) del 2.99% la cual es la más baja del mercado y favorece en términos económicos a la empresa, abarcando un 70% del total del financiamiento a requerir; en el caso del financiamiento propio se abarcó un 30% del total del financiamiento necesario.

### 3.5. Tamaño – Costo unitario

El proyecto de inversión presenta gastos fijos, es decir que, los gastos ya están determinados independientemente del número de empresas que pertenezcan a la plataforma.

### 3.6. Tamaño – Rentabilidad

De acuerdo a la programación de servicio de intermediación online se tiene una rentabilidad financiera con una TIRE del 27.75% y un VANE de \$24,088.55. Lo que se puede demostrar que el servicio de intermediación online es rentable.

**Tabla 7**

*Indicadores económicos de rentabilidad*

Valor actual neto económico	
VANE	\$11,919.27
Tasa interna de retorno económico	
TIRE	27.75%

*Nota:* Elaboración propia

### 3.7. Selección del tamaño

De acuerdo al análisis del mercado, la tecnología, la disponibilidad de recursos económicos, el análisis de financiamiento, la rentabilidad del proyecto, se ha determinado el siguiente tamaño de servicios de intermediación online para el proyecto.

**Tabla 8**  
*Tamaño del proyecto*

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (empresas de eventos)	3.04%
				Corporativos y culturales
2021	4501	0	4501	137
2022	4811	0	4811	146
2023	5143	0	5143	157
2024	5498	0	5498	167
2025	5877	0	5877	179

*Nota:* Elaboración propia

El tamaño del proyecto registró un 3.04% empezando con 137 empresas para el año 2021 siendo esta cantidad elegida a conveniencia, ya que el servicio de intermediación online (página web) no cuenta con una cantidad límite de empresas a registrar, sin embargo, se consideró dicha cantidad de tal forma en que no se sature la vista del consumidor.

## CAPÍTULO IV: LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### 4.1. Factores de localización

Para el presente proyecto se ha considerado los siguientes factores para su análisis:

- **Factores cualitativos:** Frecuencia de eventos realizados, frecuencia de empresas del sector de rubro de eventos corporativos y culturales, disponibilidad de personal capacitado y disponibilidad de internet y teléfono.
- **Factores cuantitativos:** Costo de infraestructura, servicios básicos (luz, agua, desagüe, etc.), costo de internet y teléfono, costos de transporte y costo de promoción.

### 4.2. Macro localización

Para determinar la macro localización se utiliza el método de multicriterio que consta de factores cualitativos y cuantitativos, teniendo como punto de localizaciones a las provincias de Chiclayo, Lambayeque y Ferreñafe debido a que la empresa brindará servicios a todo el departamento de Lambayeque.

**Tabla 9**

*Macro Localización*

Factores de localización	Ponderación	Chiclayo	Lambayeque	Ferreñafe
<b>Factores cualitativos</b>				
Frecuencia de empresas laborando del sector de eventos corporativos y culturales	5	100	75	50
Frecuencia de eventos corporativos y culturales realizados	5	100	75	75
Disponibilidad de personal capacitado	5	100	75	50
Disponibilidad de internet y teléfono	5	75	75	50
<b>Factores cuantitativos</b>				
Costo de infraestructura	3	30	30	45
Servicios básicos (luz, agua, desagüe, etc)	4	40	40	40
Costos internet y teléfono	5	50	50	50
Costo de transporte	3	30	30	15
Costo de promoción	4	80	60	40
<b>Total</b>		<b>605</b>	<b>510</b>	<b>415</b>

*Nota. Elaboración propia*

De acuerdo a los resultados, los factores cualitativos son los que tienen mayor ponderación que los factores cuantitativos. Esta ponderación del 1 al 5 se ha multiplicado con la escala del 0 al 20 para hallar puntajes que ayuden a decidir la provincia de mayor conveniencia para el proyecto y fueron estos factores lo que determinaron la ubicación más conveniente, obteniéndose como resultado la provincia de Chiclayo con un puntaje de 605 frente a la provincia de Lambayeque que obtuvo 510 puntos y Ferreñafe que obtuvo 415 puntos.

### 4.3. Micro localización

De acuerdo al análisis en la macro localización se consideró a la provincia de Chiclayo como la más apta para ubicar el local. Así mismo, dentro de la provincia mencionada se han considerado los distritos de Chiclayo, Pimentel, La Victoria y José Leonardo Ortiz, debido a que poseen la mayor cantidad de beneficios para la localización.

**Tabla 10**  
*Micro Localización*

Factores de localización	Ponderación	Chiclayo	Pimentel	La Victoria	José Leonardo Ortiz
<b>Factores cualitativos</b>					
Frecuencia de empresas laborando del sector de eventos corporativos y culturales	5	100	75	50	50
Frecuencia de eventos corporativos y culturales realizados	5	100	50	75	75
Disponibilidad de personal capacitado	5	100	75	50	50
Disponibilidad de internet y teléfono	5	75	75	75	75
<b>Factores cuantitativos</b>					
Costo de infraestructura	3	30	30	45	45
Servicios básicos (luz, agua, desagüe, etc.)	4	40	40	40	40
Costos internet y teléfono	5	50	50	50	50
Costo de transporte	3	30	30	30	30
Costo de promoción	4	40	40	60	60
<b>Total</b>		<b>565</b>	<b>465</b>	<b>475</b>	<b>475</b>

*Nota:* Elaboración propia

Se consideró como localización el distrito de Chiclayo ubicando el centro de operaciones en la calle Diego Ferré #416 urb. El porvenir, ya que es el lugar con mejor puntuación con respecto a las especificaciones que requiere el proyecto.

#### 4.4. Método para decidir la localización

Para decidir la localización se ha trabajado con el método de multicriterio en la cual se utilizó una ponderación del 1 al 5 con una escala del 0 al 20.

**Tabla 11**

*Factores de ponderación*

Estado	Escala
Pésimo	0
Mediocre	5
Regular	10
Bueno	15
Muy Bueno	20
Factor de Ponderación	1 al 5

*Nota:* Elaboración propia

## CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 5.1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

#### A. USER INTERFACE

- Tipografía: Se empleó una tipografía de fácil lectura en pantalla para optimizar las visualizaciones de la interfaz (helvética light, regular, bold).
- Color: Se adoptó una paleta de color flat design, mostrando un diseño amigable, limpio y claro para el usuario.
- Botones de navegación e iconografía: El uso de íconos en la interfaz apoya los diferentes conceptos en los botones de navegación.
- Contenido: La jerarquía en los contenidos juega un papel importante en la organización de las secciones, permitiéndole al usuario distinguir de forma clara los productos en la interfaz.

#### B. REQUISITOS FUNCIONALES

- **Inicio de sesión:**
  - **Descripción:** La página web permitirá autenticar al usuario mediante el envío de las credenciales de este al servidor, el cual se encargará de la autenticación y responderá a la página web afirmativamente si las credenciales son correctas o negativamente si no lo son.
    - **Precondiciones:** La página web será capaz de diferenciar entre los dos casos: Que el usuario tenga credenciales (correo del usuario y contraseña) para iniciar sesión y del no esté autenticado.
- **Envío de la transacción:**
  - **Descripción:** La página web enviará a los servidores el aviso de que la transacción ha sido realizada.
  - **Precondiciones:** La página web ha de ser capaz de diferenciar las distintas transacciones que se realicen.
- **Publicación de publicidad:**
  - **Descripción:** La página web ha de ser capaz de colocar la publicidad en distintas partes de la plataforma.
  - **Precondiciones:** La plataforma será capaz de diferenciar entre una publicidad y otra para que estas no se superpongan.

- **Carrito de compra:**
  - **Descripción:** La página web coloca los productos que el usuario ha seleccionado en el carrito de compras, para que así el usuario antes de terminar la compra pueda verificar la lista de productos que está adquiriendo, el cual tiene en cuenta: el nombre del producto, la cantidad del producto, el precio unitario y el total.
  - **Precondiciones:** La página web ha de ser capaz distinguir entre un producto y otro, para que así no se dupliquen los productos que el usuario quiere adquirir.
- **Colocación de los productos:**
  - **Descripción:** La página web ha de ser capaz de colocar imágenes de los productos que las empresas ponen, al igual que sus descripciones de cada una de ellas y sus precios correspondientes.
  - **Precondiciones:** La plataforma ha de ser capaz de diferenciar los productos que cada usuario coloca.

### C. REQUISITOS NO FUNCIONALES

- **Gestión de errores:**
  - **Tipo:** Fiabilidad
  - **Descripción:** La página web ha de poder recuperarse de los errores y evitar el cierre inesperado siempre que sea posible, ofreciendo al usuario mensajes de error e información de lo que ha ocurrido
- **Evitar pérdidas de información:**
  - **Tipo:** Fiabilidad
  - **Descripción:** La página web tendrá que ser capaz de mantener la información introducida por el usuario y poder recuperarse de posibles cambios sin perder esta. Estos posibles cambios incluyen entre otros el cambio de orientación del dispositivo, o llamadas entrantes durante el uso de la aplicación
- **Adaptación a diferentes dispositivos**
  - **Tipo:** Portabilidad
  - **Descripción:** La página web ha de poder funcionar correctamente en diferentes dispositivos móviles, abarcando el máximo número de

versiones del sistema operativo. Las interfaces además han de poder adaptarse a diferentes tamaños de pantalla.

- **Integridad de la información enviada**
  - **Tipo:** Integridad
  - **Descripción:** La información enviada al servidor ha de llegar correctamente al servidor, teniendo especial cuidado en los archivos multimedia, de manera que el servidor sea capaz de procesarlos.

## 5.2. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

### 5.2.1. Diagrama de operación

Las operaciones que realizará la empresa para el funcionamiento y operación de la página web será el siguiente:

- Actividad: Registro del software.
  - Descripción: El software está programado para que envíe un formulario para rellenar y así registrarse. Una vez hecho el registro se verifica la autenticidad de la información. El medio por realizarse será el software y el responsable la empresa EVENTS S.A.C.
- Actividad: Activación de mecanismos de seguridad
  - Descripción: El software activará los mecanismos de seguridad necesarios en caso de que un externo intente hackear la página web y cuando se realicen transacciones. El medio por realizarse será el software y el responsable la empresa EVENTS.A.C.
- Actividad: Colocación de la publicidad
  - Descripción: La persona encargada colocará las publicidades digitales correspondientes a ese día en los diferentes formatos que requiera. El encargado será el jefe de marketing y el responsable será la empresa EVENTS S.A.C.
- Actividad: Ejecución de promoción
  - Descripción: El software envía la información de las empresas que hayan llegado a las diferentes cantidades de contratos que se requieren para obtener el beneficio de la publicidad digital gratis, y de la empresa que ha tenido la mejor calificación de estrellas para obtener el beneficio de la mejor empresa del mes. El medio por

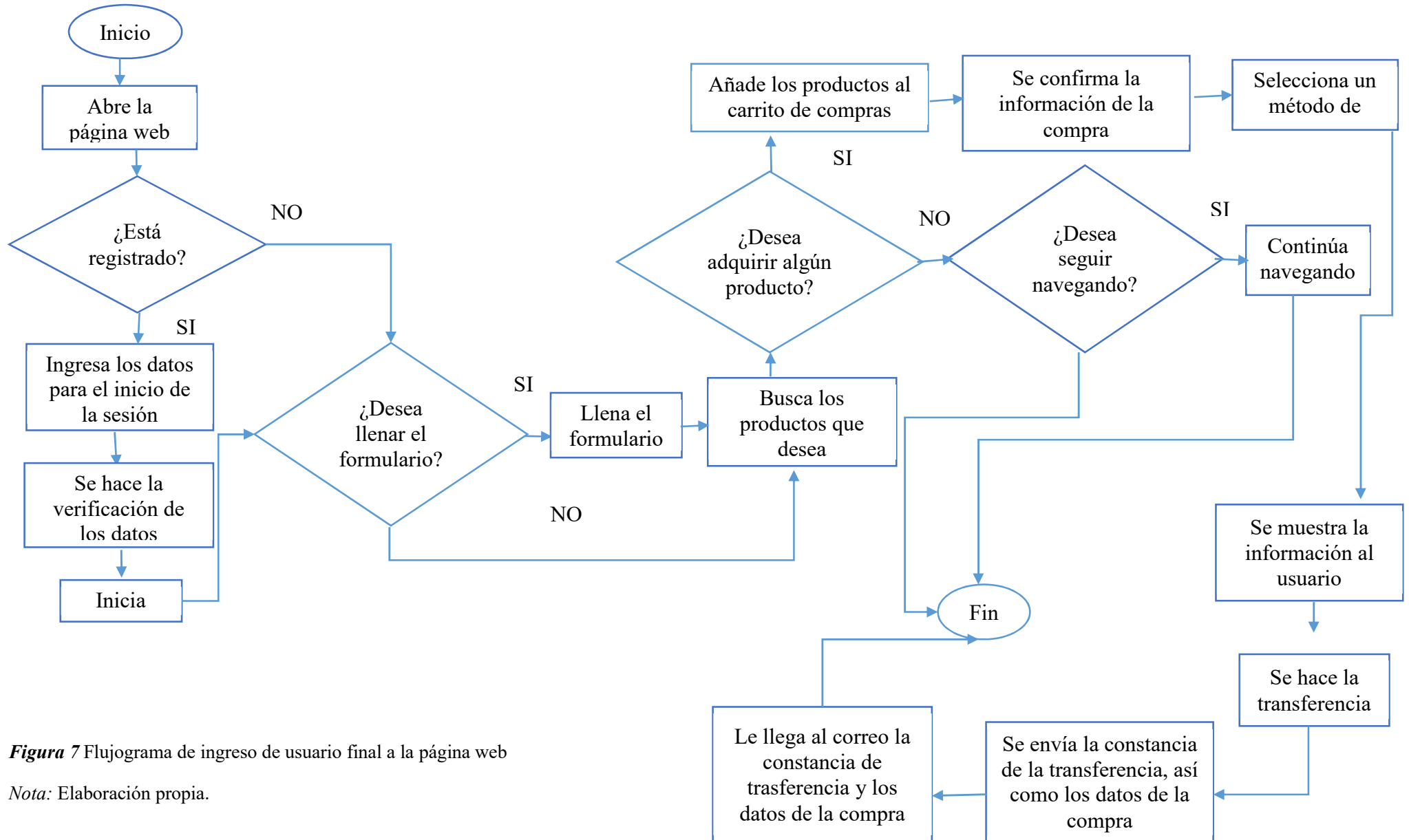
realizarse será el software y el responsable la empresa EVENTS S.A.C.

- Actividad: Enviar transacciones
  - Descripción: El software envía la transacción de una empresa a otra. El medio por realizarse será el software y el responsable la empresa EVENTS S.A.C.
- Actividad: Eliminar datos
  - Descripción: El software elimina los datos del usuario sin dejar rastros de ellos. Esto ocurre cuando la empresa se quiere salir de la página web o cuando el consumidor final quiere borrar su perfil. El medio por realizarse será el software y el responsable la empresa EVENTS S.A.C.
- Actividad: Responder línea telefónica.
  - Descripción: La persona encargada responde el teléfono para las coordinaciones con las empresas. El encargado de realizarlo será el operador de atención al cliente y el responsable la empresa EVENTS S.A.C.
- Actividad: Detección comentarios negativos o reclamos
  - Descripción: El software ha de ser capaz de detectar palabras con connotación negativa para que así la persona encargada pueda verificar el comentario y responder al reclamo o comentario negativo del consumidor final. El medio es el software y el responsable la empresa EVENTS S.A.C.
- Actividad: Responder a los comentarios
  - Descripción: La persona encargada responderá los comentarios que se realicen en la página web o en las redes sociales, ya sean positivos, negativos o reclamos. El encargado de realizarlo será el community manager y el responsable la empresa EVENTS S.A.C.
- Actividad: Envío de encuestas
  - Descripción: La persona encargada enviará las encuestas al correo de las empresas para así poder medir la satisfacción de estas con respecto a la página web. El medio por realizarse será el correo electrónico y el responsable la empresa EVENTS S.A.C.

- Actividad: Envío de data a la empresa
  - Descripción: El software se encarga de enviar la data a las empresas por medio del correo. El medio por realizarse será el correo electrónico y el responsable la empresa EVENTS S.A.C.

### 5.2.2. Diagrama de recorrido o flujograma

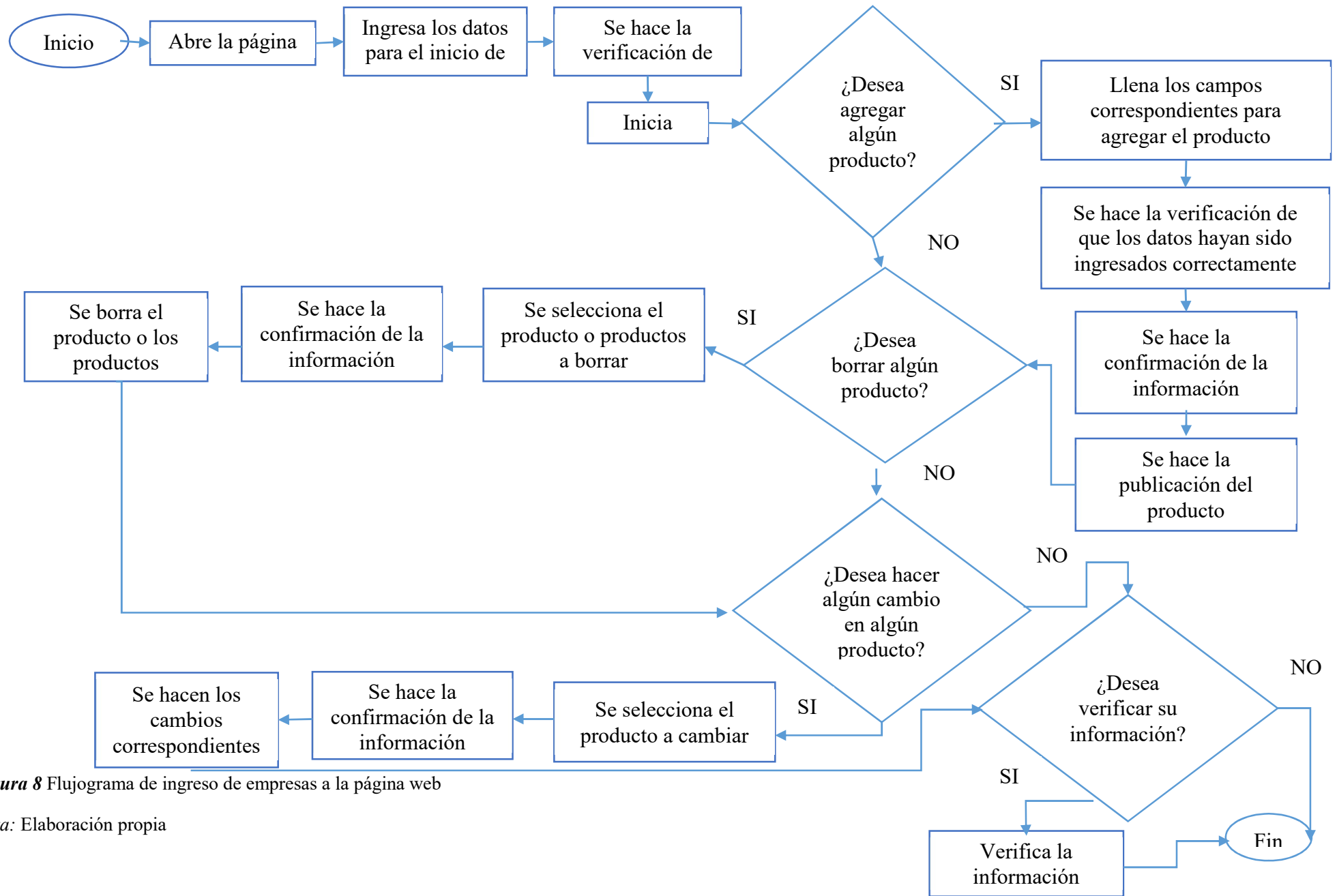
El diagrama flujo mostrado a continuación explica los pasos a realizar por el usuario final al momento de ingresar a la página web.



**Figura 7** Flujograma de ingreso de usuario final a la página web

*Nota:* Elaboración propia.

El diagrama flujo mostrado a continuación explica los pasos a realizar por las empresas al momento de ingresar a la página web.



**Figura 8** Flujograma de ingreso de empresas a la página web

Nota: Elaboración propia

### 5.2.3. Distribución de la oficina

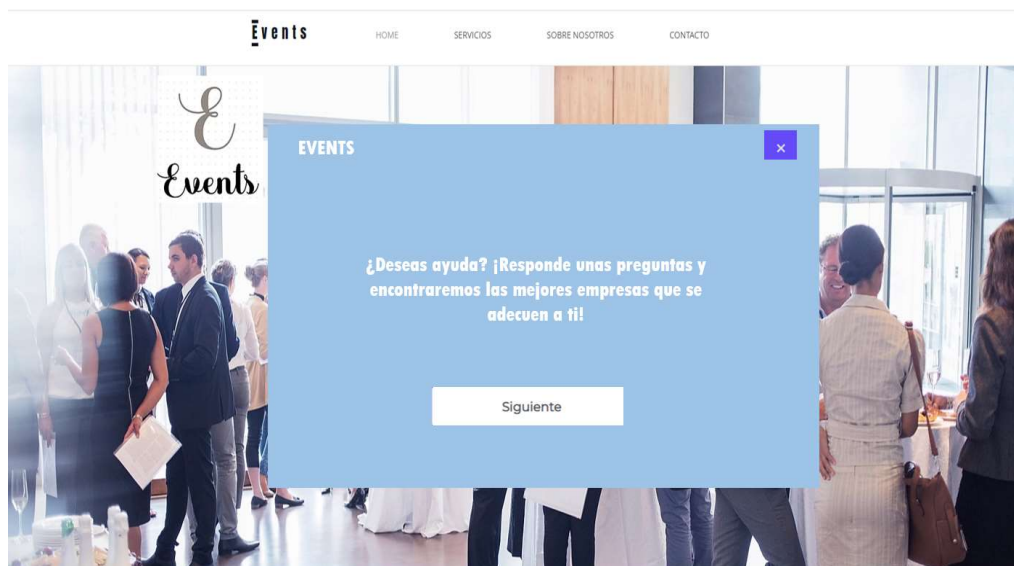
La empresa cuenta con una central de operaciones en la ciudad de Chiclayo en la calle Diego Ferré #416 urb. El porvenir. En este espacio de 80 m<sup>2</sup> se realizarán operaciones básicas de la empresa. Cuenta con cinco escritorios, una sala de reuniones, un baño y un comedor – cocina para uso de los empleados.



**Figura 9** Plano de la oficina

Nota: Elaboración propia

### 5.2.4. Diseño de la plataforma virtual



**Figura 10** Primera parte del formulario

Nota: Elaboración propia

EVENTS

¿Qué necesitas hacer?

- Quinceañeros
- Cumpleaños Infantiles
- Cumpleaños Jóvenes
- Cumpleaños Adultos
- Baby showers
- Fiestas de año nuevo particulares

Siguiente

**Figura 11** Segunda parte del formulario

*Nota:* Elaboración propia.

EVENTS

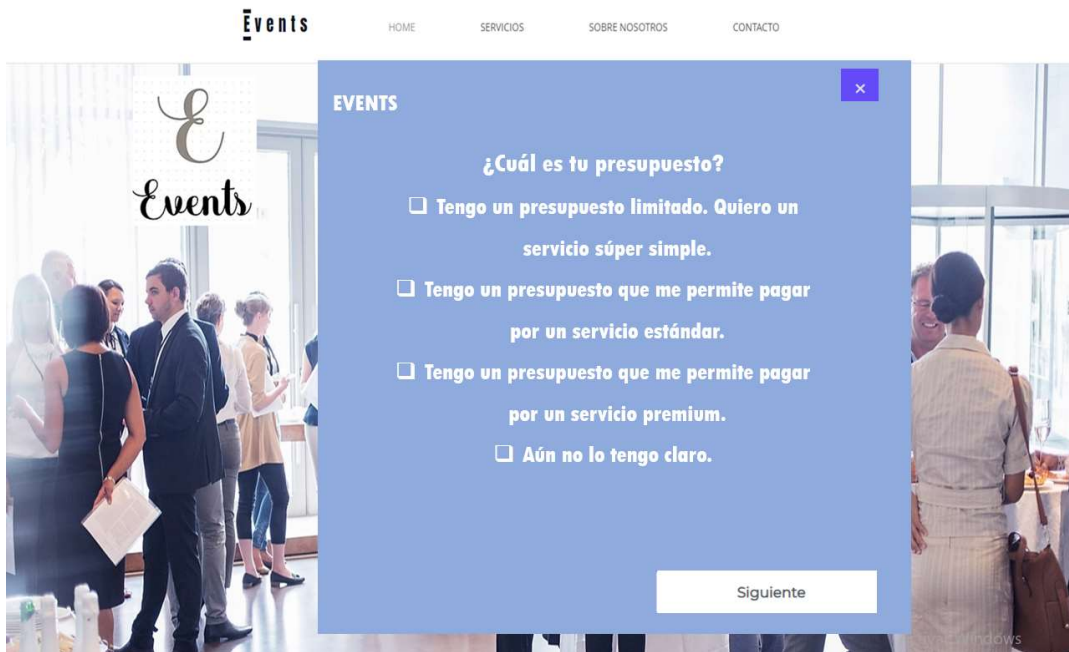
¿Qué tipo de servicio necesita?

- Sonido
- Dj
- Presentador (a)/ anfitrión (a)
- Buffet
- Catering
- Entoldado
- Decoración
- Local
- Orquesta
- Fotografía y video
- Floristería
- Animación
- Transporte
- Bartender
- Piñatería
- Pastelería
- Invitaciones y recuerdos
- Todos

Siguiente

**Figura 12** Tercera parte del formulario

*Nota:* Elaboración propia.



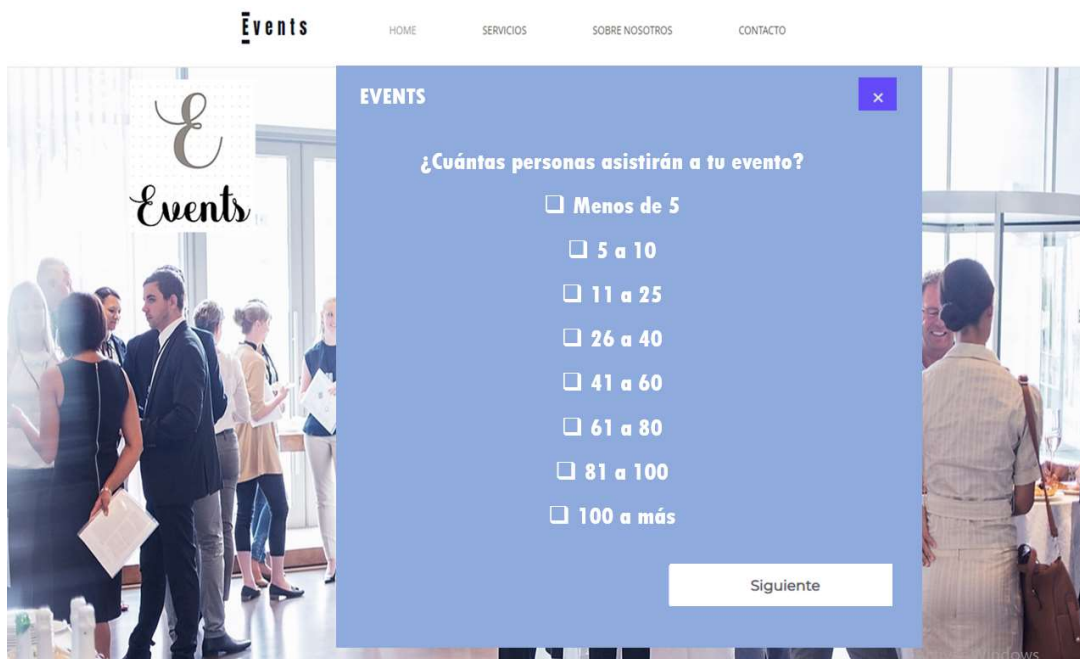
The screenshot shows the 'Events' website with a navigation menu (HOME, SERVICIOS, SOBRE NOSOTROS, CONTACTO) and a blue modal window titled 'EVENTS'. The modal contains the question '¿Cuál es tu presupuesto?' and four radio button options:

- Tengo un presupuesto limitado. Quiero un servicio súper simple.
- Tengo un presupuesto que me permite pagar por un servicio estándar.
- Tengo un presupuesto que me permite pagar por un servicio premium.
- Aún no lo tengo claro.

A 'Siguiete' button is located at the bottom right of the modal.

**Figura 13** Cuarta parte del formulario

*Nota:* Elaboración propia.



The screenshot shows the 'Events' website with a navigation menu (HOME, SERVICIOS, SOBRE NOSOTROS, CONTACTO) and a blue modal window titled 'EVENTS'. The modal contains the question '¿Cuántas personas asistirán a tu evento?' and seven radio button options:

- Menos de 5
- 5 a 10
- 11 a 25
- 26 a 40
- 41 a 60
- 61 a 80
- 81 a 100
- 100 a más

A 'Siguiete' button is located at the bottom right of the modal.

**Figura 14** Quinta parte del formulario

*Nota:* Elaboración propia.

Events HOME SERVICIOS SOBRE NOSOTROS CONTACTO

EVENTS

¿En que fechas requieres a las empresas?

Enero	Febrero	Marzo
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Abril	Mayo	Junio
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
Julio	Agosto	Septiembre
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
Octubre	Noviembre	Diciembre
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Siguiete

**Figura 15** Sexta parte del formulario

*Nota:* Elaboración propia.

Events HOME SERVICIOS SOBRE NOSOTROS CONTACTO

EVENTS

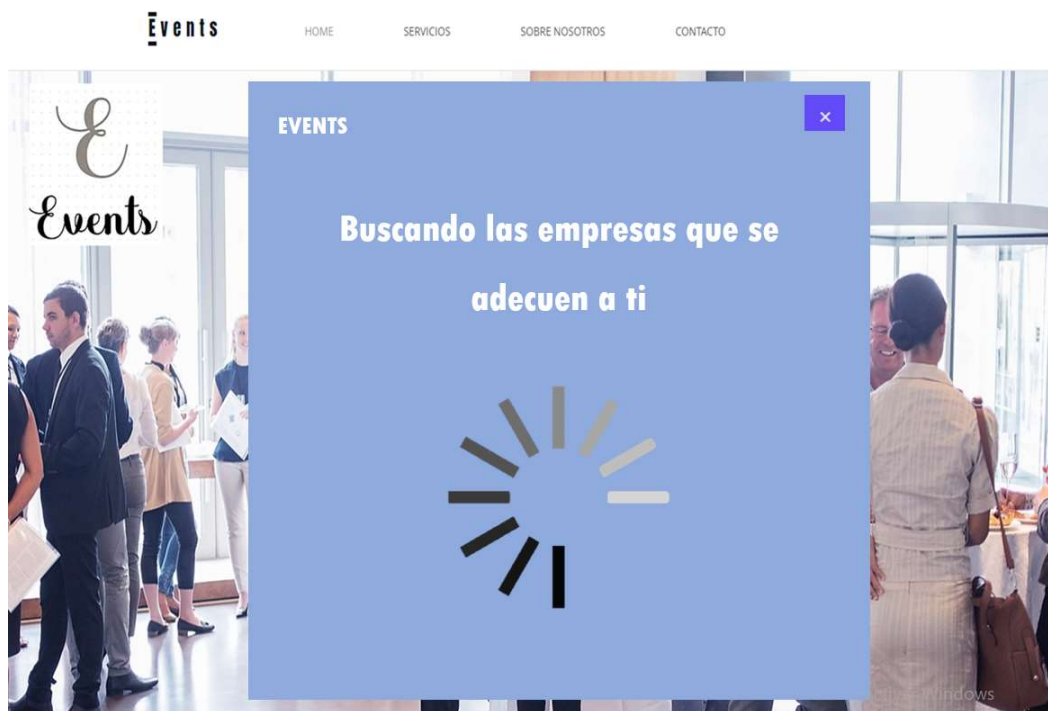
Sería un gusto conocerte ¿Cuál es tu nombre?

---

Siguiete

**Figura 16** Séptima parte del formulario

*Nota:* Elaboración propia.



**Figura 17** Octava parte del formulario

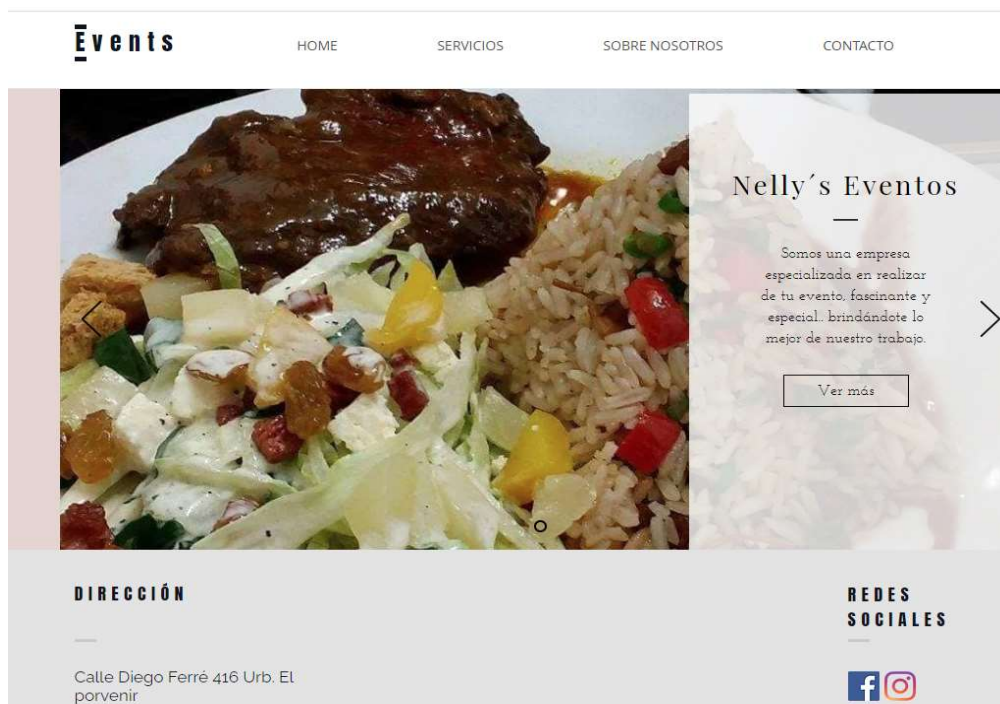
*Nota:* Elaboración propia.



**Figura 18** Página Web

*Nota:* Elaboración propia.

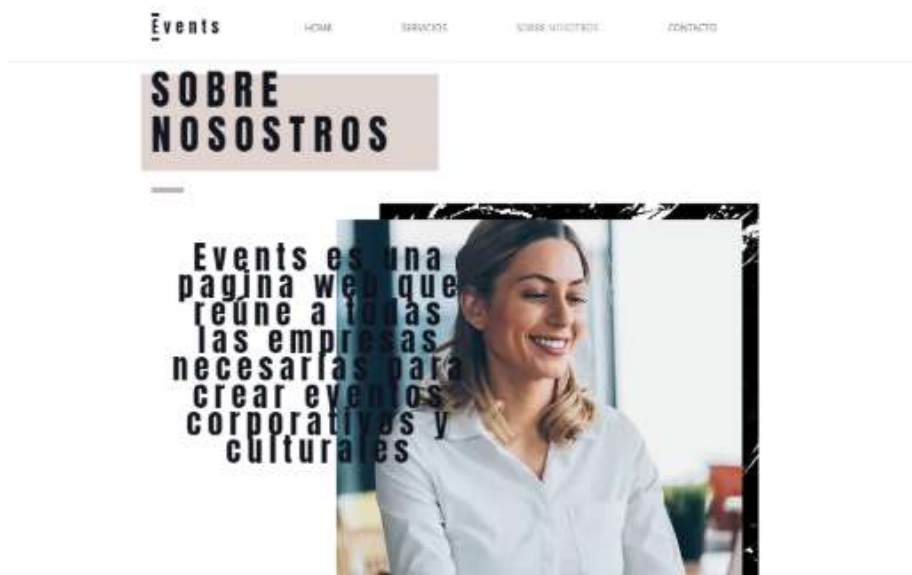
Por otro lado, se encuentra la parte de servicios en donde se puedan apreciar todos los rubros de empresa con las que cuenta la plataforma virtual.



**Figura 19** Página Web, Empresas

*Nota:* Elaboración propia

Asimismo, cuenta con una pestaña “sobre nosotros” donde se encontrará la información más relevante de la empresa como la misión, visión y a que se dedica.



**Figura 20** Página Web, Sobre nosotros

*Nota:* Elaboración propia

### 5.2.5. Diseño del sistema del proyecto: hardware y software

**Tabla 12**

*Sistema de hardware y software*

Datos generales	
Nombre de la Aplicación	Events S.A.C
Descripción	Página web que congrega diferentes empresas dedicadas a la comercialización de servicios y productos para eventos corporativos y culturales en el departamento de Lambayeque.
Servidor	Java
Datos básicos aplicación	
Tipo de puesta	Pruebas
Tipo de aplicación	Híbrida
Servidor Web	Apache
Código ejecutado en el cliente	JAVA
Código ejecutado en el servidor	JAVA
¿Requiere base de datos?	SI Cuál: SQL Server
¿Requiere acceso a BI?	SI Cuál: Analysis Services
¿Utiliza Manejador de Reportes	SI Cuál: Reporting Services
¿Interactúa con otra aplicación?	No
Plugins externos requeridos para el funcionamiento	
Nombre	Descripción del uso
Safety Pay	Proporciona seguridad al cliente sobre su información bancaria
Verified by Visa	Proporcionar seguridad al cliente sobre su información bancaria

*Nota:* Elaboración propia.

### 5.3. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO

#### 5.3.1. MAQUINARIA Y EQUIPOS, MUEBLES, ENSERES Y VEHÍCULOS

**Tabla 13**

*Inversión fija tangible*

Equipos	Unidad	Precio unitario	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Servidor de red	1	\$1,142.86	\$968.52	\$174.33	\$1,142.86
Aire acondicionado	1	\$285.71	\$242.13	\$43.58	\$285.71
Computadoras portátiles	6	\$342.86	\$1,743.34	\$313.80	\$2,057.14
Pizarras interactiva	1	\$1,428.57	\$1,210.65	\$217.92	\$1,428.57
Tablets	2	\$108.57	\$184.02	\$33.12	\$217.14
Impresora	1	\$71.43	\$60.53	\$10.90	\$71.43
<b>Total</b>		<b>\$3,380.00</b>	<b>\$4,409.20</b>	<b>\$793.66</b>	<b>\$5,202.86</b>
Muebles y enseres	Unidad	Precio unitario	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Escritorios	4	\$42.86	\$145.28	\$26.15	\$171.43
Sillón de escritorio	1	\$42.86	\$36.32	\$6.54	\$42.86
Mesa de reunión	1	\$71.43	\$60.53	\$10.90	\$71.43
Sillas	11	\$11.43	\$106.54	\$19.18	\$125.71
Estantes	3	\$11.43	\$29.06	\$5.23	\$34.29
Tachos de basura	6	\$2.29	\$11.62	\$2.09	\$13.71
Armario	1	\$20.00	\$16.95	\$3.05	\$20.00
<b>Total</b>		<b>\$202.29</b>	<b>\$406.30</b>	<b>\$73.13</b>	<b>\$479.43</b>
Acondicionamiento del local	Unidad	Precio unitario	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Focos	4	\$3.43	\$11.62	\$2.09	\$13.71
Reloj de pared	1	\$4.29	\$3.63	\$0.65	\$4.29
<b>Total</b>		<b>\$7.71</b>	<b>\$15.25</b>	<b>\$2.75</b>	<b>\$18.00</b>
Material de seguridad del local	Unidad	Precio unitario	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Botiquín	1	\$7.14	\$6.05	\$1.09	\$7.14
Extintor ABC (4 Kg - PQS)	1	\$11.43	\$9.69	\$1.74	\$11.43
Señalización	5	\$0.57	\$2.42	\$0.44	\$2.86
<b>Total</b>		<b>\$19.14</b>	<b>\$18.16</b>	<b>\$3.27</b>	<b>\$21.43</b>
<b>Total de inversión intangible</b>		<b>\$4,848.91</b>	<b>\$872.80</b>	<b>\$5,721.71</b>	

*Nota:* Elaboración propia

## 5.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Tabla 14**  
*Cronograma de actividades*

Carta de Gantt	2020											
Tiempo/ Actividades	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
<b>Estudios, negociación y tramitación</b>												
Nace la idea	x											
Estudio de mercado		x										
Estudio económico financiero			x									
Revisión del proyecto				x	x							
<b>Negociación y tramitación</b>												
Trámites de funcionamiento de la empresa					x							
Alquilar local					x							
Adquisición de software y licencias					x							
<b>Ejecución</b>												
Habilitación de la oficina						x						
Capacitación del personal						x						
Suministro de materiales de oficina						x						
Publicidad							x					
Acuerdos y contratos							x					
<b>Operación</b>												
Iniciación de la empresa								x				
Prueba de la página web								x				
Mantenimiento del sistema								x	x			
Ajustes del proyecto										x		

*Nota:* Elaboración propia.

## 5.5. PROGRAMA

La plataforma de servicios de intermediación online va a tener una programación de atención la cual se muestra en el siguiente cuadro:

**Tabla 15**

*Programa de tamaño de proyecto*

Año	3.04%
	Corporativos y culturales
2021	137
2022	146
2023	157
2024	167
2025	179

*Nota:* Elaboración propia

Para el año 2021 se contará con 137 empresas que se dedican al rubro de eventos corporativos y culturales, el cual irá aumentando en 3.04% respectivamente. No se cuenta con una capacidad de planta, se han elegido a conveniencia, para no saturar al consumidor final.

Los ingresos con los que se contará son:

- **Pago por ingreso a la plataforma:** 137 empresas x \$42.86 = \$5,871.43
- **Pago por ventas:** 137 empresas x 5.10% comisión por ventas = \$131,545.03
- **Pago por publicidad en redes sociales:** 137 empresa por distintos tipos de publicidad contaría con \$1,451.43 de ingresos por publicidad.

A su vez la elección de estas empresas se basa en los siguientes criterios: Ser MIPYME de eventos para capacitaciones, aniversario de empresas, entre otros, realizar sus operaciones en el departamento de Lambayeque, además de realizar en promedio 8 eventos mensuales, estar dispuestos a pertenecer a una página web de conglomerados y pagar un porcentaje por pertenecer a ella, ser comprometidos con ofrecer un servicio de calidad, cumpliendo con las expectativas de los clientes, estar acorde a las últimas tendencias del mercado, contar con transparencia en el desempeño de sus actividades, además de contar con un buen prestigio y por último estar dispuestos a incorporar distintas formas de pagos: transferencias virtuales, giros, depósitos, etc.

## CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN

### 6.1. ASPECTO LEGAL

#### 6.1.1. Tipo de empresa

La empresa de la presente investigación es una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C)

#### 6.1.2. Proceso de constitución de la empresa

La Sociedad Anónima Cerrada, es un régimen especial facultativo que opera en sociedades anónimas. Las características especiales de su régimen son las siguientes: Derecho de Adquisición Preferente (Art- 237 de la NLGS). Se contempla que ante la eventualidad de que un accionista se proponga transferir total o parcialmente sus acciones a cualquier persona (otra accionista o un tercero). Deberá posibilitar el derecho de adquisición preferente a los demás accionistas. Se regula, de esta forma el derecho de preferencia o de tanteo, que beneficia tanto a los socios como a la sociedad que tiene el carácter de inderogable en este tipo de Sociedad Anónima. La S.A.C. se constituye en acto único. Está compuesta por un mínimo, de: dos y un máximo de veinte accionistas. No tiene acciones inscritos en el Registro Público del mercado de valores. Posee:

**Tabla 16**

*Constitución de la empresa*

Órganos	Miembros	Funciones
Junta general de accionistas	Tres (3) miembros	Deciden por la mayoría que establece esta ley los asuntos propios de su competencia.
Gerencia	Dos (1) miembros	Sumen el manejo «diario» de la sociedad, convirtiéndose en ejecutores de las decisiones adoptadas por la junta general de accionistas y el directorio.

*Nota:* Elaboración propia

A continuación, según Quispe (2019) se explica los pasos que debes seguir para constituir una empresa o sociedad:

**1. Búsqueda y reserva de nombre.** La reserva de nombre es el paso previo a la constitución de una empresa o sociedad. No es un trámite obligatorio, pero sí recomendable para facilitar la inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el registrador público tiene que verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social de una empresa o sociedad preexistente o que esté gozando de la preferencia registral.

**2. Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad.** A través de este documento el titular de la empresa o los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la persona jurídica. El acto constitutivo consta del pacto social y los estatutos. Asimismo, se nombra a los primeros administradores, de acuerdo a las características de la persona jurídica.

**3. Aporte de capital.** Podrá aportarse dinero, el cual se acreditará con el documento expedido por una entidad del sistema financiero nacional; o bienes (inmuebles o muebles, en estos últimos se entienden los derechos de crédito) los que se acreditarán con la inscripción de la transferencia a favor de la empresa o sociedad, con la indicación de la transferencia en la escritura pública o con el informe de valorización detallado y el criterio empleado para su valuación, según sea el caso.

**4. Elaboración de Escritura Pública ante el notario.** Una vez redactado el acto constitutivo, es necesario llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y lo eleve a Escritura Pública. De esta manera se generará la Escritura Pública de constitución. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y tener la firma del titular o los socios, incluidos los cónyuges de ser el caso. El costo y el tiempo del trámite dependerán de la notaría que elijas.

**5. Inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp.** Ya sea en el Registro de Sociedades, para las sociedades anónimas cerradas, abiertas, sociedad comercial de

responsabilidad limitada; o en el Registro de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. En la Sunarp obtendrá un asiento registral de inscripción de la empresa o sociedad como persona jurídica. Este procedimiento normalmente es realizado por el notario. El plazo de calificación es de 24 horas desde la presentación del título. Recuerda que la Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

**6. Inscripción al RUC para Persona Jurídica.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica como contribuyente a una Persona Jurídica o Persona Natural. El RUC contiene los datos de identificación de las actividades económicas y es emitido por la Sunat.

## **6.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL**

### **6.2.1. Minuta de constitución de la empresa**

Se tomó el modelo de Minuta de constitución de SUNARP

## **MINUTA DE CONSTITUCIÓN PARA UNA EMPRESA S.A.C. CON APORTES DE BIENES DINERARIOS**

### **SEÑOR NOTARIO**

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, QUE OTORGAN:

- A. ORÉ HASHIMOTO, MIDORI MARGARITA, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ADMINISTRADORA, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 76782358, ESTADO CIVIL: SOLTERA.
- B. SÁNCHEZ CABRERA, STHEFANY, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ADMINISTRADORA, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 756985208, ESTADO CIVIL: SOLTERA.
- C. BELTRÁN CABRERA, ROSA ALBANIA, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ADMINISTRADORA, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 16702529, ESTADO CIVIL: SOLTERA.

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN CALLE DIEGO FERRÉ #416. EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.** - POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE EVENTS S.A.C.

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE EVENTS S.A.C;

LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.** - EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 6,308.43 (SEIS MIL TRESCIENTOS OCHO Y 43/100 NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN 3 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. 2,102.81 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. ORÉ HASHIMOTO, MIDORI MARGARITA, SUSCRIBE 1 ACCION NOMINATIVAS Y PAGA S/. 2,102.81 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. SÁNCHEZ CABRERA, STHEFANY, SUSCRIBE 1 ACCION NOMINATIVAS Y PAGA S/. 2,102.81 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
3. BELTRÁN CABRERA, ROSA ALBANIA, USCRIBE 1 ACCION NOMINATIVAS Y PAGA S/. 2,102.81 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

**TERCERO.** - LA SOCIEDAD SE REGIRÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES - LEY 26887 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARÁ LA "LEY"

### **ESTATUTO**

**ARTÍCULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: "EVENTS SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA".

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE EVENTS S.A.C;

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES EN CALLE DIEGO FERRÉ #416 PROVINCIA DE CHICLAYO Y DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

**ARTÍCULO 2º. - OBJETO SOCIAL.** - LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A VENTA AL POR MENOR EN PORTALES WEB, SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

**ARTÍCULO 3º.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 6,308.43 (SEIS MIL TRESCIENTOS OCHO Y 43/100 NUEVOS SOLES), REPRESENTADO POR 3 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. 2,102.81

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

**ARTÍCULO 4º.-TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES:** LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ÚLTIMO PÁRRAFO DEL ARTÍCULO 237º DE LA "LEY".

**ARTÍCULO 5º.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD:** LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

- A) LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y
- B) LA GERENCIA.

LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO

**ARTÍCULO 6º.-JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA.

TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245º DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRÁ HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CÓNYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

**ARTÍCULO 7º.-JUNTAS NO PRESENCIALES:** LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 246º DE LA "LEY".

**ARTÍCULO 8º.-LA GERENCIA:** NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 185º AL 197º DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTÍCULO 115º 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 SOCIEDAD Y REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES.
- C) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, PÓLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.
- D) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E

INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL, OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

**ARTÍCULO 9°.-MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL:** LA MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, SE RIGE POR LOS ARTÍCULOS 198° Y 199° DE LA "LEY", ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 201° AL 206° Y 215° AL 220°, RESPECTIVAMENTE, DE LA "LEY".

**ARTÍCULO 10°.-ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES:** SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40°, 221° AL 233° DE LA "LEY".

**ARTÍCULO 11°.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN:** EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407°, 409°, 410°, 412°, 413° A 422° DE LA "LEY".

**CUARTO. - QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL:** SÁNCHEZ CELIZ, MARÍA ALEJANDRA, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD 72115896, CON DOMICILIO EN: CALLE LEONCIO PRADO #456, DISTRITO DE CHICLAYO PROVINCIA DE CHICLAYO DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE.

ASI MISMO, SE DESIGNA COMO SUB GERENTE DE LA SOCIEDAD A SÁNCHEZ CABRERA, STHEFANY IDENTIFICADO CON DNI: 756985208, QUIEN TENDRÁ LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA.
- INTERVENIR EN FORMA CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS C, D, E Y F DEL ARTÍCULO 8° DEL ESTATUTO.

CHICLAYO, DIECISÉIS DE JUNIO DEL DOS MIL VEINTE.

### 6.2.2. Manual de organización y funciones

- **Gerente General:**

Es la persona que aporta capital para la creación de la página web y será la fundadora de la empresa, realizará trabajos de gestión y dirección de la empresa. Será quien apruebe los presupuestos teniendo una visión general de los diferentes procesos a través del resto de directores.

Funciones:

- Determinar los objetivos de la organización, así como la visión y misión de la organización.
- Direccionar el negocio hacia la eficiencia, siendo parte de decisiones tomadas en la organización. Esta eficiencia es desde la parte financiera, recursos humanos, entre otros.
- Asegurar una correcta auditoría dentro de la organización.

- **Jefe de marketing y ventas**

Realizará funciones relacionadas a las acciones de marketing y comunicación con el mercado objetivo y potencial de la página web.

Funciones:

- Idear y llegar a cabo el plan de marketing de la empresa.
- Idear y realizar campañas de promoción, utilizando diferentes herramientas del marketing.
- Dirigir y supervisar los estudios sobre coberturas, cuotas y distribución.

Requisitos:

- Titular en Administración de empresas, marketing o afines.
- Estudios de especialización en Marketing/Venta.
- Orientación al cliente interno y externo.
- Capacidad de análisis y creatividad.
- Visión estratégica.

- **Community manager**

Persona encargada de atender las solicitudes y reclamos concernientes a la página web brindados mediante los correos electrónicos y redes sociales. Debe tener conocimientos generales del uso de la página web y conocimientos básicos de

informática para poder brindar soluciones que se puedan producir en la aplicación, ayudado siempre del departamento de sistemas y su equipo.

Funciones:

- Ejecutar y administrar la comunicación en las diferentes plataformas digitales (correos electrónicos y redes sociales).
- Monitorear constantemente las menciones de la marca.

Requisitos:

- Titulación universitaria preferentemente Administración de Empresas o informática.
- Estudios de especialización en Marketing.
- Habilidad persuasora y de negociación.
- Orientación al cliente externo
- Facilidad para la obtención y análisis de información

• **Representante de atención al cliente**

Persona encargada de atender las solicitudes y reclamos de las empresas prestadoras de servicios a través de llamadas telefónicas.

Funciones:

- Atender reclamos, quejas y sugerencias.
- Realizar las llamadas pertinentes que sean necesarias.

Requisitos:

- Análisis de información.
- Facilidad de palabra.
- Pensamiento creativo.
- Asertividad.
- Tolerancia a la presión.

• **Jefe de tecnología de la información**

El foco de esta área es dar respuesta sobre el trabajo de programación y diseño de la página web. La función principal de esta área es garantizar la fluidez de uso, la seguridad y las actualizaciones constantes.

Funciones:

- Modificar el sistema y la arquitectura de la página web según convenga.

Requisitos:

- Profesional en el área de Informática, Sistemas, Computación, afines.
- Capacidad para el manejo y actualización de software.

- **Analista de Tecnología de la información**

Se centrará en la creación de algoritmos para la página web, así como otras funciones requeridas para el puesto.

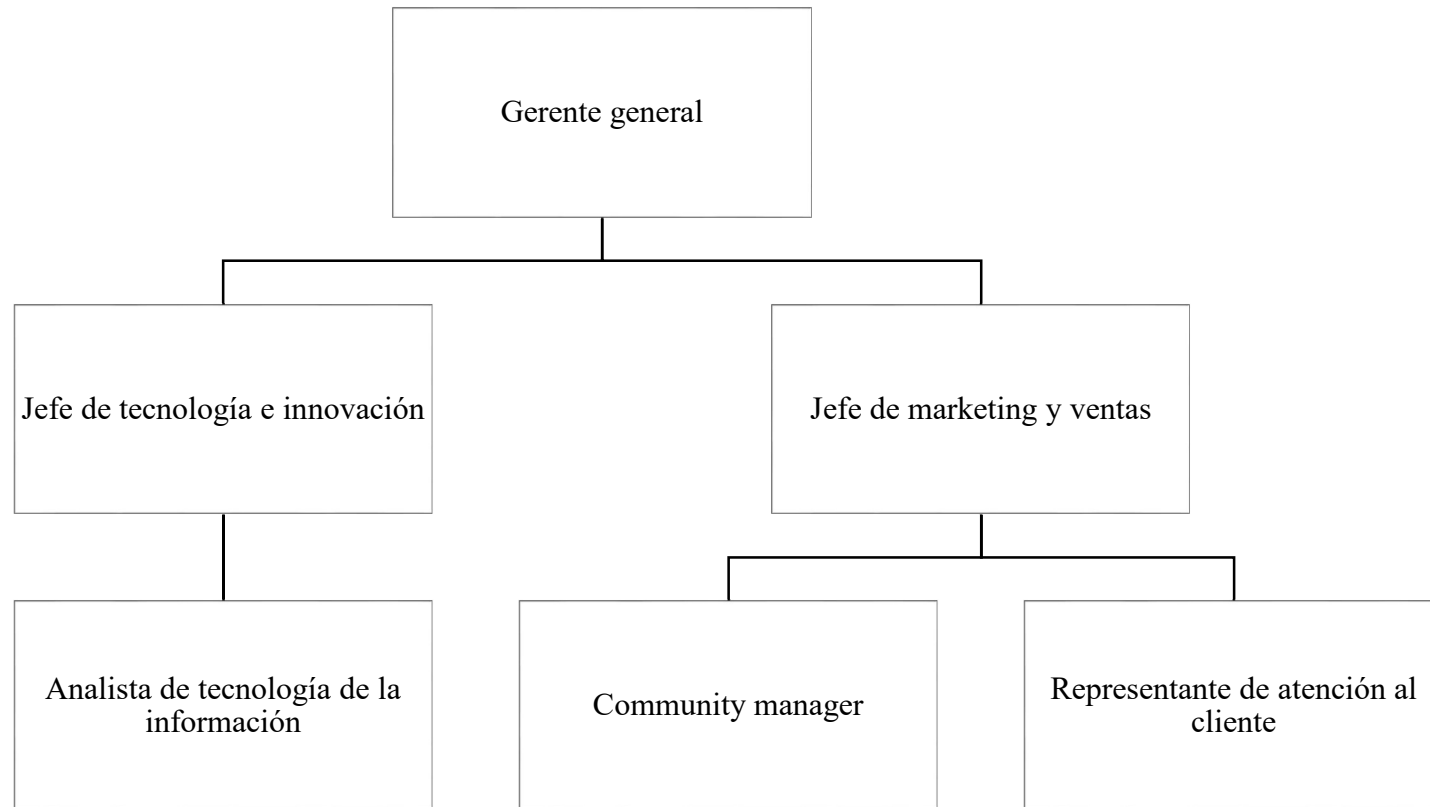
Funciones:

- Actualización de la página web según convenga.
- Diseño y administración de medidas de seguridad, planes de backups y plan de contingencia.

Requisitos:

- Ingeniero informático y matemático.

### 6.2.3. Organigrama



**Figura 21** Organigrama del proyecto

*Nota:* Elaboración propia

### 6.2.4. Requerimiento del personal

El presente proyecto de inversión

**Tabla 17**  
*Requerimiento de personal*

Puesto	N° de personal
Gerente General	1
Jefe de tecnología e innovación	1
Analista de tecnología de la información	1
Jefe de marketing y ventas	1
Community manager	1
Representante de atención al cliente	1
<b>Total</b>	<b>7</b>

*Nota:* Elaboración propia.

## CAPÍTULO VII: INVERSIÓN

### 7.1. INVERSIÓN

Para el presente proyecto es necesario una inversión de \$21,247.53 al tipo de cambio de 3.5, el cual abarcaría un monto de S/. 74,366.355. Siendo la inversión intangible la más relevante, ya que sin esta inversión no podría llevarse a cabo el proyecto.

#### 7.1.1. Estructura de la inversión

La inversión total del proyecto presenta la siguiente estructura:

**Tabla 18**  
*Inversión Total*

	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Tangible	\$4,848.91	\$872.80	\$5,721.71
Intangible	\$4,131.10	\$743.60	\$4,874.70
Total de Inversión Fija	\$8,980.01	\$1,616.40	\$10,596.41
Capital de Trabajo	\$10,097.47	\$553.64	\$10,651.11
<b>Total</b>	<b>\$19,077.49</b>	<b>\$2,170.04</b>	<b>\$21,247.53</b>

*Nota:* Elaboración propia

Para entender mejor el cuadro presentado, se procede a detallar las inversiones intangibles del proyecto.

**Tabla 19**  
*Inversión Intangible*

Gastos de organización y constitución de la empresa	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Búsqueda Comercial (SUNARP)	\$0.97	\$0.17	\$1.14
Estatutos	\$48.43	\$8.72	\$57.14
ROF	\$48.43	\$8.72	\$57.14
MOF	\$48.43	\$8.72	\$57.14
Minuta y Acta de Constitución (MINTRA)	\$33.90	\$6.10	\$40.00
Escritura Pública	\$43.58	\$7.85	\$51.43
Inscripción en la SUNARP	\$102.66	\$18.48	\$121.14
Legalizar Libro Mayor	\$3.63	\$0.65	\$4.29
Legalizar Libro Caja	\$3.63	\$0.65	\$4.29
Trámites en Defensa Civil, ESSalud, Sunat	\$54.00	\$9.72	\$63.71
Gastos de inscripción en el Ministerio de trabajo	\$24.70	\$4.45	\$29.14
<b>Total</b>	<b>\$412.35</b>	<b>\$74.22</b>	<b>\$486.57</b>
Licencias y patentes	Precio Sin IGV	IGV	Precio Con IGV
Licencia Municipal de Funcionamiento	\$193.70	\$34.87	\$228.57
Registro de marca en Indecopi	\$200.00	\$36.00	\$236.00
Tasa de solicitud de patente	\$174.33	\$31.38	\$205.71
Patente de invención	\$133.17	\$23.97	\$157.14
Licencia de Software Office 365	\$16.95	\$3.05	\$20.00
Publicación de la patente en Diario El Peruano	\$33.90	\$6.10	\$40.00

Declaración Jurada de Actividad Comercial	\$12.11	\$2.18	\$14.29
<b>Total</b>	<b>\$764.16</b>	<b>\$137.55</b>	<b>\$901.71</b>
<b>Gastos de instalación y puesta en marcha</b>	<b>Precio sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Precio con IGV</b>
Instalación de servicios telefónicos - Claro Total	\$9.69	\$1.74	\$11.43
Gastos de Inauguración	\$48.43	\$8.72	\$57.14
<b>Total</b>	<b>\$58.11</b>	<b>\$10.46</b>	<b>\$68.57</b>
<b>Otros gastos</b>	<b>Precio sin IGV</b>	<b>IGV</b>	<b>Precio con IGV</b>
Capacitación del Personal	\$581.11	\$104.60	\$685.71
Diseño y desarrollo de web	\$1,937.05	\$348.67	\$2,285.71
Exámenes médicos	\$145.28	\$26.15	\$171.43
Limpieza y Desinfección del Local	\$36.32	\$6.54	\$42.86
<b>Total</b>	<b>\$2,699.76</b>	<b>\$485.96</b>	<b>\$3,185.71</b>
<b>Sub total de ingestión intangible</b>	<b>\$3,934.38</b>	<b>\$708.19</b>	<b>\$4,642.57</b>
Otras inversiones intangibles (5%)	\$196.72	\$35.41	\$232.13
<b>Total de inversión intangible</b>	<b>\$4,131.10</b>	<b>\$743.60</b>	<b>\$4,874.70</b>

*Nota:* Elaboración propia

Como se puede ver, el presente proyecto tiene una inversión intangible de \$4,874.70, siendo el rubro más importante debido a que se ven aquí los implementos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

El proyecto tiene una inversión de capital de trabajo para dos meses, debido a que después de tal tiempo la empresa puede generar sus propios ingresos.

**Tabla 19**  
*Capital de trabajo*

Descripción	Precio Sin IGV	IGV	Total con IGV
Sueldos administrativos	\$4,827.43	\$0.00	\$4,827.43
Sueldos de marketing	\$2,194.29	\$0.00	\$2,194.29
Mantenimiento de oficina	\$2,354.05	\$423.73	\$2,777.78
Luz	\$72.64	\$13.08	\$85.71
Agua	\$24.21	\$4.36	\$28.57
Útiles de oficina	\$40.19	\$7.23	\$47.43
Útiles de aseo y limpieza	\$38.26	\$6.89	\$45.14
Material de sanidad del personal	\$58.11	\$10.46	\$68.57
Publicidad	\$488.30	\$87.89	\$576.19
<b>Total</b>	<b>\$10,097.47</b>	<b>\$553.64</b>	<b>\$10,651.11</b>

*Nota:* Elaboración propia

### 7.1.2. Programa de inversiones

El presente proyecto cuenta con el siguiente cuadro de programa de inversión:

**Tabla 20**

*Programa de inversión*

Inversión total	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total	Porcentaje
Inversión fija						\$10,596.41	49.87%
Inversión fija tangibles						\$5,721.71	
Equipos	\$2,601.43	\$2,601.43				\$5,202.86	
Muebles y enseres			\$479.43			\$479.43	
Acondicionamiento del local			\$18.00			\$18.00	
Material de seguridad del local			\$21.43			\$21.43	
Inversión fija intangible	\$1,624.90	\$1,624.90	\$1,624.90			\$4,874.70	
Capital de trabajo				\$5,325.56	\$5,325.56	\$10,651.11	50.13%
<b>Total</b>	<b>\$4,226.33</b>	<b>\$4,226.33</b>	<b>\$2,143.76</b>	<b>\$5,325.56</b>	<b>\$5,352.56</b>	<b>\$21,247.53</b>	<b>100.00%</b>

*Nota:* Elaboración propia

## CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO

Son cuadros que están en el campus

### 8.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El proyecto cuenta con una inversión de \$21,247.53, el cual se ha evaluado que tendrá un financiamiento por la entidad bancaria de un 70% que equivale a \$14,873.27 del total de la inversión con una tasa de interés de 2.99%, en 5 cuotas de \$3,246.72.

### 8.2. EVALUACIÓN DEL PRÉSTAMO

Para el presente proyecto se evaluó los intereses, tasa efectiva anual y otros factores que influyeron en la decisión de entidad financiera para el préstamo que se requirió para el proyecto. Se optó por el banco Scotiabank, debido a que presenta una tasa efectiva anual (TEA) del 2.99% la cual es la más baja del mercado y favorece en términos económicos a la empresa, abarcando un 70% del total del financiamiento a requerir; en el caso del financiamiento propio se abarcó un 30% del total del financiamiento necesario.

**Tabla 21**

*Decisión de financiamiento*

TEA	2.99%
n	5
Préstamo	\$14,873.27
Cuota	\$3,246.72

Periodo	Saldo Inicial	Abono capital	Interés	Cuota	Saldo Final
0					\$14,873.27
1	\$14,873.27	\$2,802.01	\$444.71	\$3,246.72	\$12,071.26
2	\$12,071.26	\$2,885.79	\$360.93	\$3,246.72	\$9,185.47
3	\$9,185.47	\$2,972.07	\$274.65	\$3,246.72	\$6,213.40
4	\$6,213.40	\$3,060.94	\$185.78	\$3,246.72	\$3,152.46
5	\$3,152.46	\$3,152.46	\$94.26	\$3,246.72	\$0.00
	\$45,495.86	\$14,873.27	\$1,360.33	\$16,233.59	\$30,622.59

*Nota:* Elaboración propia

## CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

### 9.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El proyecto tiene cinco tipos de ingresos, los cuales son por pertenecer a la página web, por comisión de venta, por publicidad, por comisión del Freelance y por membresías.

Para el ingreso por pertenecer a la página web se tomará en cuenta un pago único de 42.86 dólares, con el tipo de cambio de dólar de 3.5, lo que significaría un pago de 150 soles. Esto se ve reflejado en la siguiente tabla.

**Tabla 22**  
*Ingresos por pertenecer a la Página Web*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de empresas	137	136	157	167	179
Costo de ingresar	\$42.86	\$42.86	\$42.86	\$42.86	\$42.86
<b>Total</b>	<b>\$5,871.43</b>	<b>\$5,828.57</b>	<b>\$6,709.51</b>	<b>\$7,172.40</b>	<b>\$7,667.23</b>

*Nota:* Elaboración propia

En cuanto al ingreso por comisión de venta, se tomará en cuenta una comisión de 5.10% de cada venta realizada por la página web. Esto se puede ver en la siguiente tabla.

**Tabla 23**  
*Ingresos por comisión de ventas*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de empresa (Catering)	16	16	17	18	18
Ventas promedio por empresa	\$13,714.29	\$14,131.76	\$14,561.94	\$15,005.21	\$15,461.98
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$11,190.86	\$11,882.54	\$12,616.97	\$13,396.80	\$14,224.83
Número de empresa (Sonido)	9	9	10	10	10
Ventas promedio por empresa	\$6,857.14	\$7,065.88	\$7,280.97	\$7,502.61	\$7,730.99
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$3,147.43	\$3,341.96	\$3,548.52	\$3,767.85	\$4,000.73
Número de empresa (DJ)	11	11	12	12	12
Ventas promedio por empresa	\$8,228.57	\$8,479.05	\$8,737.16	\$9,003.13	\$9,277.19
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$4,616.23	\$4,901.55	\$5,204.50	\$5,526.18	\$5,867.74
Número de empresa (Presentador/Anfitri ones)	6	6	6	7	7
Ventas promedio por empresa	\$6,171.43	\$6,359.29	\$6,552.87	\$6,752.34	\$6,957.89
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$1,888.46	\$2,005.18	\$2,129.11	\$2,260.71	\$2,400.44
Número de empresa (Buffet)	14	14	15	15	16
Ventas promedio por empresa	\$27,428.57	\$28,263.51	\$29,123.87	\$30,010.42	\$30,923.96
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$19,584.00	\$20,794.44	\$22,079.70	\$23,444.40	\$24,893.45
Número de empresa (Entoldado)	12	12	13	13	14
Ventas promedio por empresa	\$13,714.29	\$14,131.76	\$14,561.94	\$15,005.21	\$15,461.98
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$8,393.14	\$8,911.90	\$9,462.73	\$10,047.60	\$10,668.62
Número de empresa (Decoración)	19	20	20	21	21

Ventas promedio por empresa	\$10,971.43	\$11,305.41	\$11,649.55	\$12,004.17	\$12,369.58
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$10,631.31	\$11,288.41	\$11,986.13	\$12,726.96	\$13,513.59
Número de empresa (Local)	27	28	29	30	30
Ventas promedio por empresa	\$41,142.86	\$42,395.27	\$43,685.81	\$45,015.63	\$46,385.93
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$56,653.71	\$60,155.36	\$63,873.43	\$67,821.31	\$72,013.20
Número de empresa (Orquestas)	7	7	7	8	8
Ventas promedio por empresa	\$5,142.86	\$5,299.41	\$5,460.73	\$5,626.95	\$5,798.24
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$1,836.00	\$1,949.48	\$2,069.97	\$2,197.91	\$2,333.76
Número de empresa (Fotografía y video)	11	11	12	12	12
Ventas promedio por empresa	\$5,142.86	\$5,299.41	\$5,460.73	\$5,626.95	\$5,798.24
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$2,885.14	\$3,063.47	\$3,252.81	\$3,453.86	\$3,667.34
Número de empresa (Floristería)	7	7	7	8	8
Ventas promedio por empresa	\$5,142.86	\$5,299.41	\$5,460.73	\$5,626.95	\$5,798.24
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$1,836.00	\$1,949.48	\$2,069.97	\$2,197.91	\$2,333.76
Número de empresa (Animación)	9	9	10	10	10
Ventas promedio por empresa	\$3,428.57	\$3,532.94	\$3,640.48	\$3,751.30	\$3,865.49
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$1,573.71	\$1,670.98	\$1,774.26	\$1,883.93	\$2,000.37
Número de empresa (Transporte)	4	4	4	4	5
Ventas promedio por empresa	\$5,485.71	\$5,652.70	\$5,824.77	\$6,002.08	\$6,184.79
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$1,119.09	\$1,188.25	\$1,261.70	\$1,339.68	\$1,422.48
Número de empresa (Bar tender)	2	2	2	2	2

Ventas promedio por empresa	\$2,571.43	\$2,649.70	\$2,730.36	\$2,813.48	\$2,899.12
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$262.29	\$278.50	\$295.71	\$313.99	\$333.39
Número de empresa (Piñatería)	4	4	4	4	5
Ventas promedio por empresa	\$2,057.14	\$2,119.76	\$2,184.29	\$2,250.78	\$2,319.30
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$419.66	\$445.60	\$473.14	\$502.38	\$533.43
Número de empresa (Pastelería)	19	20	20	21	21
Ventas promedio por empresa	\$5,142.86	\$5,299.41	\$5,460.73	\$5,626.95	\$5,798.24
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$4,983.43	\$5,291.44	\$5,618.50	\$5,965.76	\$6,334.49
Número de empresa (Invitaciones y recuerdos)	2	2	2	2	2
Ventas promedio por empresa	\$5,142.86	\$5,299.41	\$5,460.73	\$5,626.95	\$5,798.24
Comisión	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%	5.10%
Sub total	\$524.57	\$556.99	\$591.42	\$627.98	\$666.79
TOTAL	\$131,545.03	\$139,675.54	\$148,308.58	\$157,475.22	\$167,208.42

*Nota:* Elaboración propia

Por otro lado, está el ingreso por publicidad, donde se puede ver reflejado en el siguiente cuadro que se tendrá distintas cantidades de ingresos por cada tipo de publicidad que quieran realizar dentro de la página.

**Tabla 24**  
*Ingresos por publicidad*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Skyscraper (megabanners)	\$8.57	\$8.57	\$8.57	\$8.57	\$8.57
Número de venta	14	14	15	15	16
Video banner	\$11.43	\$11.43	\$11.43	\$11.43	\$11.43
Número de venta	11	11	12	12	12
<u>Banner skin</u>	<u>\$10.00</u>	<u>\$10.00</u>	<u>\$10.00</u>	<u>\$10.00</u>	<u>\$10.00</u>
<u>Número de venta</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Banner de botón	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71
Número de venta	19	20	20	21	21
Por correo electrónico	\$7.43	\$7.43	\$7.43	\$7.43	\$7.43
Número de venta	86	89	91	94	97
Publicación en Facebook	\$9.71	\$9.71	\$9.71	\$9.71	\$9.71
Número de venta	14	14	15	15	16
Publicación en Instagram	\$10.86	\$10.86	\$10.86	\$10.86	\$10.86
Número de venta	26	27	28	28	29
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,451.43</b>	<b>\$1,495.61</b>	<b>\$1,541.14</b>	<b>\$1,588.05</b>	<b>\$1,636.39</b>

*Nota:* Elaboración propia

Además, habrá ingresos por comisión del Freelance, realizando sesiones de fotos a los productos o servicios que ofrezcan, pagando una comisión de 3% por cada sesión.

**Tabla 25**  
*Ingresos por comisión del Freelance*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de sesiones de fotos	17	18	18	19	19
Precio por sesión de foto	\$71.43	\$71.43	\$71.43	\$71.43	\$71.43
Comisión	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
<b>Total</b>	<b>S/36.43</b>	<b>S/37.54</b>	<b>S/38.68</b>	<b>S/39.86</b>	<b>S/41.07</b>

*Nota:* Elaboración propia

Por otro lado, se cuenta con ingresos por membresías, el cual tendrá un costo de 22.86 dólares, que en tipo de cambio de 3.5 vendría a ser 80 soles.

**Tabla 26**  
*Ingresos por membresía*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de membresía	14	14	15	15	16
Costo de la membresía	\$22.86	\$22.86	\$22.86	\$22.86	\$22.86
<b>Total</b>	<b>\$320.00</b>	<b>\$329.74</b>	<b>\$339.78</b>	<b>\$350.12</b>	<b>\$360.78</b>

*Nota:* Elaboración propia

De los cuadros mencionados, se puede determinar un consolidado de ingresos, el cual se presenta a continuación.

**Tabla 27**  
*Consolidado de ingresos en los años proyectados*

Ingresos totales del año 1			
	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Ingreso por pertenecer a la página web	\$4,975.79	\$895.64	\$5,871.43
Ingreso por comisión de venta	\$111,478.84	\$20,066.19	\$131,545.03
Ingreso por publicidad	\$1,230.02	\$221.40	\$1,451.43
Ingreso por comisión del freelance	\$30.87	\$5.56	\$36.43
Ingreso por membresía	\$271.19	\$48.81	\$320.00
<b>Total</b>	<b>\$117,986.71</b>	<b>\$21,237.61</b>	<b>\$139,224.31</b>
Ingresos totales del año 2			
	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Ingreso por pertenecer a la página web	\$4,939.47	\$889.10	\$5,828.57
Ingreso por comisión de venta	\$118,369.10	\$21,306.44	\$139,675.54
Ingreso por publicidad	\$1,267.47	\$228.14	\$1,495.61
Ingreso por comisión del freelance	\$31.81	\$5.73	\$37.54
Ingreso por membresía	\$279.44	\$50.30	\$329.74
<b>Total</b>	<b>S/124,887.29</b>	<b>S/22,479.71</b>	<b>S/147,367.00</b>
Ingresos totales del año 3			
	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Ingreso por pertenecer a la página web	\$5,686.03	\$1,023.49	\$6,709.51
Ingreso por comisión de venta	\$125,685.24	\$22,623.34	\$148,308.58
Ingreso por publicidad	\$1,306.05	\$235.09	\$1,541.14
Ingreso por comisión del freelance	\$32.78	\$5.90	\$38.68
Ingreso por membresía	\$287.95	\$51.83	\$339.78
<b>Total</b>	<b>\$132,998.05</b>	<b>\$23,939.65</b>	<b>\$156,937.69</b>
Ingresos totales del año 4			
	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Ingreso por pertenecer a la página web	\$6,078.31	\$1,094.10	\$7,172.40
Ingreso por comisión de venta	\$133,453.57	\$24,021.64	\$157,475.22
Ingreso por publicidad	\$1,345.81	\$242.25	\$1,588.05
Ingreso por comisión del freelance	\$33.78	\$6.08	\$39.86
Ingreso por membresía	\$296.71	\$53.41	\$350.12
<b>Total</b>	<b>\$141,208.18</b>	<b>\$25,417.47</b>	<b>\$166,625.65</b>
Ingresos totales del año 5			
	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Ingreso por pertenecer a la página web	\$6,497.65	\$1,169.58	\$7,667.23
Ingreso por comisión de venta	\$141,702.05	\$25,506.37	\$167,208.42
Ingreso por publicidad	\$1,386.77	\$249.62	\$1,636.39
Ingreso por comisión del freelance	\$34.81	\$6.27	\$41.07
Ingreso por membresía	\$305.75	\$55.03	\$360.78
<b>Total</b>	<b>\$149,927.02</b>	<b>\$26,986.86</b>	<b>\$176,913.89</b>

*Nota:* Elaboración propia

## 9.2. PRESUPUESTO DE EGRESOS

El proyecto contará con los siguientes gastos generales.

**Tabla 28**  
*Consolidado de gastos generales*

Gastos generales		Precio unitario	Costo mensual en dólares sin IGV	Costo anual en dólares sin IGV	IGV	Costo anual el dólares con IGV
Alquiler de oficina	Servicio	\$571.43	\$484.26	\$5,811.14	\$1,046.00	\$6,857.14
Mantenimiento de oficina	Servicio	\$1,388.89	\$1,177.02	\$14,124.29	\$2,542.37	\$16,666.67
Servicios de telefónica e internet	Servicio	\$31.43	\$26.63	\$319.61	\$57.53	\$377.14
Luz	KW-H	\$42.86	\$36.32	\$435.84	\$78.45	\$514.29
Agua	m3	\$14.29	\$12.11	\$145.28	\$26.15	\$171.43
01 servidor local (respaldo para información de las últimas 48 horas)	Servicio	\$411.43	\$348.67	\$4,184.02	\$753.12	\$4,937.14
Servicio de gestión de la plataforma de seguridad	Servicio	\$1,714.29	\$1,452.78	\$17,433.41	\$3,138.01	\$20,571.43
Innovación de la página web		\$1,142.86	\$968.52	\$11,622.28	\$2,092.01	\$13,714.29
Útiles de oficina		\$23.71	\$20.10	\$241.16	\$43.41	\$284.57
Útiles de aseo y limpieza		\$22.57	\$19.13	\$229.54	\$41.32	\$270.86
Material de sanidad del personal		\$34.29	\$29.06	\$348.67	\$62.76	\$411.43
Publicidad	Servicio	\$288.10	\$244.15	\$2,929.78	\$527.36	\$3,457.14
<b>Total</b>		<b>\$5,686.13</b>	<b>\$4,818.75</b>	<b>\$57,825.02</b>	<b>\$10,408.50</b>	<b>\$68,233.52</b>

*Nota:* Elaboración propia.

### 9.2.1. Presupuesto económico

El proyecto tendrá el siguiente presupuesto económico.

**Tabla 29**

*Presupuesto económico*

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$139,224.31	\$147,367.00	\$156,937.69	\$166,625.65	\$176,913.89
<hr/>					
Egresos					
<hr/>					
Gastos de Operación	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78
Gastos de Administración	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06
Gastos administrativos	\$57,899.49	\$57,899.49	\$57,899.49	\$57,899.49	\$57,899.49
Sueldos administrativos	\$28,964.57	\$28,964.57	\$28,964.57	\$28,964.57	\$28,964.57
Gastos de marketing	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71
Depreciación	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$43.97
Amortización	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22
IGV a pagar	\$12,481.83	\$16,117.56	\$17,840.28	\$19,584.11	\$21,436.00
Mantenimientos, seguros y comisiones	\$5,294.93	\$5,946.34	\$6,712.00	\$7,487.04	\$8,398.28
Impuesto a la renta	\$17,963.05	\$20,172.97	\$22,770.46	\$25,399.77	\$28,491.16
<hr/>					
Total egresos	\$137,742.08	\$144,239.14	\$149,325.01	\$154,473.19	\$159,225.41
<hr/>					

Saldo	\$1,482.24	\$3,127.86	\$7,612.69	\$12,152.46	\$17,688.48
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV de Ventas	\$25,060.38	\$26,526.06	\$28,248.79	\$29,992.62	\$31,844.50
- IGV de Egresos (compras, contratación de servicios, otros)	\$10,408.50	\$10,408.50	\$10,408.50	\$10,408.50	\$10,408.50
Pago de IGV de las ventas menos los egresos	\$14,651.87	\$16,117.56	\$17,840.28	\$19,584.11	\$21,436.00
- IGV de inversión	\$2,170.04	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
IGV a pagar	\$12,481.83	\$16,117.56	\$17,840.28	\$19,584.11	\$21,436.00

*Nota:* Elaboración propia

### 9.2.2. Presupuesto financiero

El proyecto contendrá el siguiente presupuesto financiero.

**Tabla 30**

*Presupuesto Financiero*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$139,224.31	\$147,367.00	\$156,937.69	\$166,625.65	\$187,231.22
Egresos					
Gastos de Operación	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78
Gastos de Administración	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06
Gastos administrativos	\$57,899.49	\$57,899.49	\$57,899.49	\$57,899.49	\$57,899.49
Sueldos administrativos	\$28,964.57	\$28,964.57	\$28,964.57	\$28,964.57	\$28,964.57
Gastos de marketing	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71
Depreciación	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$43.97
Amortización	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22
Gastos Financieros	\$479.00	\$395.22	\$308.93	\$220.07	\$128.54
Interés del préstamo	\$444.71	\$360.93	\$274.65	\$185.78	\$94.26
Mantenimientos, seguros y comisiones	\$34.29	\$34.29	\$34.29	\$34.29	\$34.29
Amortización de la Deuda (CK)	\$2,802.01	\$2,885.79	\$2,972.07	\$3,060.94	\$3,152.46
IGV a pagar	\$12,481.83	\$16,117.56	\$17,840.28	\$19,584.11	\$23,293.12
Participación laboral (8%)	\$5,256.61	\$5,914.73	\$6,687.29	\$7,469.43	\$8,388.00

Impuesto a la renta (29%)	\$17,833.05	\$20,065.71	\$22,686.62	\$25,340.04	\$28,456.28
Total egresos	\$140,854.76	\$147,381.27	\$152,497.45	\$157,676.86	\$164,318.36
Saldo	-\$1,630.45	-\$14.27	\$4,440.24	\$8,948.79	\$22,912.86
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV de Ventas	\$25,060.38	\$26,526.06	\$28,248.79	\$29,992.62	\$33,701.62
- IGV de Egresos (compras, contratación de servicios, otros)	\$10,408.50	\$10,408.50	\$10,408.50	\$10,408.50	\$10,408.50
Pago de IGV de las ventas menos los egresos	\$14,651.87	\$16,117.56	\$17,840.28	\$19,584.11	\$23,293.12
- IGV de inversión	\$2,170.04	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
IGV a pagar	\$12,481.83	\$16,117.56	\$17,840.28	\$19,584.11	\$23,293.12

*Nota:* Elaboración propia

## CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS

### 10.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El presente proyecto cuenta con el siguiente estado de pérdidas y ganancias económico.

**Tabla 31**

*Estado de pérdidas y ganancias económico*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$139,224	\$147,367	\$156,938	\$166,626	\$176,914
Utilidad bruta	\$139,224	\$147,367	\$156,938	\$166,626	\$176,914
Gastos de operación	\$71,065	\$71,065	\$71,065	\$71,065	\$71,065
Gastos de marketing	\$13,166	\$13,166	\$13,166	\$13,166	\$13,166
Gastos administrativos	\$57,899	\$57,899	\$57,899	\$57,899	\$57,899
Depreciación y amortización	\$1,972	\$1,972	\$1,972	\$1,972	\$870
Utilidad operativa	\$66,187	\$74,329	\$83,900	\$93,588	\$104,978
Gastos financieros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad antes de participaciones e impuestos	\$66,187	\$74,329	\$83,900	\$93,588	\$104,978
Participación laboral (8%)	\$5,295	\$5,946	\$6,712	\$7,487	\$8,398
Utilidad antes del impuesto	\$60,892	\$68,383	\$77,188	\$86,101	\$96,580
Impuesto a la renta (29.5%)	\$17,963	\$20,173	\$22,770	\$25,400	\$28,491
Utilidad del ejercicio	\$42,929	\$48,210	\$54,418	\$60,701	\$68,089

*Nota:* Elaboración propia

Así mismo, presenta el siguiente estado de pérdidas y ganancias financiero

**Tabla 32**

*Estado de pérdidas y ganancias financiero*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$139,224	\$147,367	\$156,938	\$166,626	\$176,914
Utilidad bruta	\$139,224	\$147,367	\$156,938	\$166,626	\$176,914
Gastos de operación	\$71,065	\$71,065	\$71,065	\$71,065	\$71,065
Gastos de marketing	\$13,166	\$13,166	\$13,166	\$13,166	\$13,166
Gastos administrativos	\$57,899	\$57,899	\$57,899	\$57,899	\$57,899
Depreciación y amortización	\$1,972	\$1,972	\$1,972	\$1,972	\$870
Utilidad operativa	\$66,187	\$74,329	\$83,900	\$93,588	\$104,978
Gastos financieros	\$479	\$395	\$309	\$220	\$129
Utilidad antes de participaciones e impuestos	\$65,708	\$73,934	\$83,591	\$93,368	\$104,850
Participación laboral (8%)	\$5,257	\$5,915	\$6,687	\$7,469	\$8,388
Utilidad antes del impuesto	\$60,451	\$68,019	\$76,904	\$85,898	\$96,462
Impuesto a la renta (29.5%)	\$17,833	\$20,066	\$22,687	\$25,340	\$28,456
Utilidad del ejercicio	\$42,618	\$47,954	\$54,217	\$60,558	\$68,006
	S/ 12,430.24	S/ 13,986.48	S/ 15,813.34	S/ 17,662.87	S/ 19,834.99

*Nota:* Elaboración propia.

## 10.2. FLUJO DE CAJA

El presente proyecto presenta el siguiente flujo de caja económico.

**Tabla 33**

*Flujo de caja económico*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0.00	\$139,224.31	\$147,367.00	\$156,937.69	\$166,625.65	\$187,231.22
Ingresos por ventas		\$139,224.31	\$147,367.00	\$156,937.69	\$166,625.65	\$176,913.89
Recupero de Capital de Trabajo						\$10,097.47
Valor Residual						\$219.85
Egresos	\$21,247.53	\$135,769.59	\$142,266.65	\$147,352.52	\$152,500.70	\$158,355.21
Inversión Total	\$21,247.53					
Gastos de Operación		\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78
Participación Laboral		\$5,294.93	\$5,946.34	\$6,712.00	\$7,487.04	\$8,398.28
IGV a pagar		\$12,481.83	\$16,117.56	\$17,840.28	\$19,584.11	\$21,436.00
Impuesto a la Renta		\$17,963.05	\$20,172.97	\$22,770.46	\$25,399.77	\$28,491.16
Flujo de caja económico	-\$21,247.53	\$3,454.73	\$5,100.35	\$9,585.18	\$14,124.95	\$28,876.00
Aporte de capital	\$21,247.53					
Saldo de caja residual	\$0.00	\$3,454.73	\$5,100.35	\$9,585.18	\$14,124.95	\$28,876.00
Saldo de caja acumulada	\$0.00	\$3,454.73	\$8,555.08	\$18,140.26	\$32,265.21	\$61,141.21

*Nota:* Elaboración propia.

Así mismo, el presente proyecto también cuenta con el siguiente flujo de caja financiero.

**Tabla 34**  
*Flujo de caja financiero*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$14,873.27	\$139,224.31	\$147,367.00	\$156,937.69	\$166,625.65	\$197,548.55
Ingresos por ventas		\$139,224.31	\$147,367.00	\$156,937.69	\$166,625.65	\$187,231.22
Recupero de Capital de Trabajo						\$10,097.47
Préstamo	\$14,873.27					\$0.00
Valor Residual						\$219.85
Egresos	\$21,247.53	\$138,882.27	\$145,408.78	\$150,524.96	\$155,704.37	\$163,448.17
Inversión Total	\$21,247.53					
Gastos de Operación		\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78	\$100,029.78
Participación Laboral		\$5,256.61	\$5,914.73	\$6,687.29	\$7,469.43	\$8,388.00
IGV a pagar		\$12,481.83	\$16,117.56	\$17,840.28	\$19,584.11	\$23,293.12
Impuesto a la Renta (29.5%)		\$17,833.05	\$20,065.71	\$22,686.62	\$25,340.04	\$28,456.28

Servicio de deuda		\$3,281.00	\$3,281.00	\$3,281.00	\$3,281.00	\$3,281.00
Amortización		\$2,802.01	\$2,885.79	\$2,972.07	\$3,060.94	\$3,152.46
Gastos financieros		\$479.00	\$395.22	\$308.93	\$220.07	\$128.54
Subtotal del flujo de caja financiero		\$342.04	\$1,958.23	\$6,412.73	\$10,921.28	\$34,100.38
Escudo fiscal del gasto financiero		\$143.70	\$118.56	\$92.68	\$66.02	\$38.56
Flujo de caja financiero	-\$6,374.26	\$485.74	\$2,076.79	\$6,505.41	\$10,987.30	\$34,138.94
Aporte de capital	\$6,374.26					
Saldo de caja residual	\$0.00	\$485.74	\$2,076.79	\$6,505.41	\$10,987.30	\$34,138.94
Saldo de caja acumulada	\$0.00	\$485.74	\$2,562.53	\$9,067.94	\$20,055.24	\$54,194.18

*Nota:* Elaboración propia.

## CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO

El presente proyecto cuenta con un punto de equilibrio económico anual, el cual se presenta a continuación.

**Tabla 35**  
*Punto de equilibrio económico*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anual	\$139,224	\$147,367	\$156,938	\$166,626	\$176,914
Ingreso unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por pertenecer a la página web	\$42.86	\$42.86	\$42.86	\$42.86	\$42.86
Ingreso por comisión de venta	\$10,587	\$10,910	\$11,242	\$11,584	\$11,937
Ingreso por publicidad	\$49.48	\$49.48	\$49.48	\$49.48	\$49.48
Ingreso por comisión de freelance	\$1.82	\$1.82	\$1.82	\$1.82	\$1.82
Ingreso por membresía	\$19.37	\$19.37	\$19.37	\$19.37	\$19.37
Suma	\$10,701	\$11,023	\$11,355	\$11,697	\$12,050
Promedio	\$2,140	\$2,205	\$2,271	\$2,339	\$2,410
Gastos Fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administración	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06
Gastos de marketing	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71
Depreciación	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$43.97
Amortización	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22
Total	\$102,002.27	\$102,002.27	\$102,002.27	\$102,002.27	\$100,899.97
Punto de equilibrio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
punto de equilibrio de producción	9.53	9.25	8.98	8.72	8.37
Punto de equilibrio en dólares	\$20,400.45	\$20,400.45	\$20,400.45	\$20,400.45	\$20,179.99

*Nota:* Elaboración propia

Del mismo modo, presenta un punto de equilibrio financiero, el cual se puede ver a continuación.

**Tabla 36**  
*Punto de equilibrio financiero*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anual	\$139,224.31	\$147,367.00	\$156,937.69	\$166,625.65	\$176,913.89
Ingreso unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por pertenecer a la página web	\$42.86	\$42.86	\$42.86	\$42.86	\$42.86
Ingreso por comisión de venta	\$10,587	\$10,910	\$11,242	\$11,584	\$11,937
Ingreso por publicidad	\$49.48	\$49.48	\$49.48	\$49.48	\$49.48
Ingreso por comisión de freelance	\$1.82	\$1.82	\$1.82	\$1.82	\$1.82
Ingreso por membresía	\$19.37	\$19.37	\$19.37	\$19.37	\$19.37
Suma	\$10,701	\$11,023	\$11,355	\$11,697	\$12,050
Promedio	\$2,140	\$2,205	\$2,271	\$2,339	\$2,410
Gastos Fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administración	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06
Gastos de marketing	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71	\$13,165.71
Depreciación	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$43.97
Amortización	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22
Gastos Financieros	\$479.00	\$395.22	\$308.93	\$220.07	\$128.54
Amortización de la Deuda (CK)	\$2,802.01	\$2,885.79	\$2,972.07	\$3,060.94	\$3,152.46
Total	\$105,283.27	\$105,283.27	\$105,283.27	\$105,283.27	\$104,180.97
Punto de equilibrio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
punto de equilibrio de producción	9.84	9.55	9.27	9.00	8.65
Punto de equilibrio en dólares	\$21,056.65	\$21,056.65	\$21,056.65	\$21,056.65	\$20,836.19

*Nota:* Elaboración propia

## CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

### 12.1. TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA

En cuanto a la COK, se ha estimado una tasa conservadora del 10% debido a que, ante la actual coyuntura económica que se está viviendo a nivel nacional e internacional, se encuentran las inversiones en cierta forma inestables, por lo que se considera que los países, de acuerdo a sus políticas económicas se irán reactivando, propiciando estabilizar e incrementar las inversiones en los sectores más afectados.

Por otro lado, para poder determinar la tasa de descuento tanto económica como financiera, se tomó referencia el último Resumen Informativo Semanal publicado por el BCR, citado por Gestión.pe (2020) para tomar la tasa de riesgo del país de 2.41%. Se eligió la tasa de interés anual activa del 2.99% del Banco más conveniente según la SBS y por último se consideró el impuesto a la renta 29.50%

De acuerdo a los datos mencionados, se pudo determinar una tasa de descuento económica que se ve a continuación con la siguiente fórmula :  $dE = Kp * (COK + R) + Ka * ra$

**Tabla 37**  
*Tasa de descuento económica*

dE =	Kp	*	( COK +R)	+	Ka	*	ra
dE =	<u>aporte propio</u> inv. Total	*	( COK +R)	+	<u>préstamo</u> inv. Total	*	ra
dE =	<u>21,247.53</u> 21,247.53	*	0.12410	+	<u>0.00</u> 21,247.53	*	0
dE =	1	*	0.1241	+	0	*	0
dE =	0.1241		dE		12.41%		

*Nota:* Elaboración propia

Después de aplicar la fórmula respectiva, se obtuvo una tasa de descuento económica de 12.41%.

Del mismo modo se elabora la tasa de descuento financiera.

**Tabla 38**  
*Tasa de descuento financiera*

dF =	Kp	*	(COK +R)	+	Ka	*	ra	*	(1 - t)
dF =	$\frac{\text{aporte}}{\text{propio}} \text{ inv. Total}$	*	(COK +R)	+	$\frac{\text{préstamo}}{\text{inv. Total}}$	*	ra	*	(1 - 0,295)
dF =	$\frac{6374.26}{21247.53}$	*	0.1241	+	$\frac{14873.27}{21028.10}$	*	0.0299	*	0.705
dF =	0.3	*	0.1241	+	0.7	*	0.0299	*	0.705
dF =	0.05198		dE		5.20%				

*Nota:* Elaboración propia.

Después de aplicar la formula respectiva, se obtuvo una tasa de descuento financiera de 5.20%.

## 12.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA

### 12.2.1. Vane

El presente proyecto contará con una Vane de \$11,919.27, lo que demuestra que es conveniente invertir en el proyecto. Del mismo modo se puede afirmar que es rentable ya que genera rentabilidad por sí mismo.

### 12.2.2. Tire

El presente proyecto contará con un rendimiento de 27.75%, lo que demuestra que el proyecto es rentable económicamente por un periodo de 5 años.

### 12.2.3. B/C Económico

Como se sabe, cuando el B/CE es mayor a uno, significa que es rentable económicamente, como lo es en el caso del presente proyecto, ya que tiene un B/CE de 1.02, demostrando que los ingresos superan a los egresos.

### 12.2.4. Periodo de recupero de capital económico.

El presente proyecto requiere de 3 años, 4 meses y 6 días para recuperar el capital económico invertido.

### **12.2.5. Índice de rentabilidad**

En cuanto al IR, se puede afirmar que cada dólar invertido en el proyecto está generando mayor rentabilidad, ya que este es 1.56.

## **12.3. EVALUACIÓN FINANCIERA**

### **12.3.1. Vanf**

El presente proyecto contará con una Vanf de \$22,139.77, lo que demuestra que es conveniente invertir en el proyecto. Del mismo modo se puede afirmar que es rentable ya que genera rentabilidad por sí mismo.

### **12.3.2. Tírf**

El presente proyecto contará con un rendimiento de 54.88%, lo que demuestra que el proyecto es rentable financieramente por un periodo de 5 años.

### **12.3.3. B/c financiero**

Como se menciona anteriormente, cuando el B/CE es mayor a uno, significa que es rentable financieramente, como lo es en el caso del presente proyecto, ya que tiene un B/CF de 1.03, demostrando que los ingresos superan a los egresos.

### **12.3.4. Periodo de recupero de capital financiero**

El presente proyecto requiere de 2 años, 9 meses y 0 días para recuperar el capital financiero invertido.

### **12.3.5. Índice de rentabilidad financiero**

En cuanto al IR, se puede afirmar que cada dólar invertido en el proyecto está generando mayor rentabilidad, ya que este es 4.47.

## **CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

### **13.1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA**

El presente proyecto tiene como punto de riesgo la disminución de empresas que pertenezcan a la plataforma. De tal forma que el proyecto soporta hasta una caída del 30% de atención a las empresas, lo que quiere decir que, a partir de la disminución de 40% la VANE es negativa, lo que genera que el proyecto no sea viable económicamente.

**Tabla 39**  
*Sensibilidad económica*

	VANE	TIRE	B/CE	IR
100%	\$11,919.27	27.75%	1.02	1.56
90%	\$8,309.89	23.56%	1.02	1.39
80%	\$4,739.51	19.07%	1.01	1.22
70%	\$1,207.61	14.20%	1.00	1.06
60%	-\$2,286.35	8.82%	1.00	0.89
50%	-\$5,742.91	2.77%	0.99	0.73

*Nota:* Elaboración propia.

### 13.2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

Del mismo modo, el presente proyecto soporta hasta una caída del 40% de atención a empresas, lo que quiere decir, que a partir de la disminución de 50% la VANE es negativa, lo que genera que el proyecto no sea viable financieramente.

**Tabla 40**  
*Sensibilidad financiera*

	VANF	TIRF	B/CF	IR
100%	\$22,139.77	54.88%	1.03	4.47
90%	\$17,498.81	46.72%	1.03	3.75
80%	\$12,910.01	37.88%	1.02	3.03
70%	\$8,372.65	28.08%	1.01	2.31
60%	\$3,885.98	16.87%	1.01	1.61
50%	-\$550.70	3.33%	1.00	0.91

*Nota:* Elaboración propia.

## CONCLUSIONES

- El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una Tasa Interna de Retorno de 27.75% por encima del costo de oportunidad del capital y con una Tasa Interna de Retorno Financiera de 54.88% 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 de 100% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de una plataforma virtual de servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y clientes finales, dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.
- La empresa de plataforma de servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y clientes finales, tendrá una capacidad efectiva de 137 empresas para el 2021.
- El proyecto estará ubicado estratégicamente en la Calle Diego Ferré #416, urb. El porvenir.
- El proceso de la plataforma de servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y clientes finales se encuentra diseñado con las mejores prácticas para cubrir su programación, optimizando costos y tiempos enfocados a la calidad.
- E tipo de sociedad que desarrollara el proyecto será la de Sociedad Anónima Cerrada, 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 \$21,247.53, siendo su capital de trabajo \$10,651.11 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco Scotiabank, por un monto de \$14,873.27, representando el 70%.
- Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró el COK del 10% para calcular la tasa de descuento económica y financiera como tasas de actualización de 12.41% y 5.20% respectivamente resultando un VANE de \$11,919.27 VANF de \$22,139.77, TIRE de 27.75% y TIRF de 54.88%, evidenciando la viabilidad del proyecto.

- Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en el número de empresas de servicios que pertenezcan a la plataforma, cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad de proyecto resultando el VANE varía en \$1,207.61 aprox. y la TIRE en 14.20%, soporta hasta una caída del 30%. Por otro lado, si la VANF \$3,885.98 varía en y el TIRF en 16.87% soporta hasta una caída del 40%.

## 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 de la información que se activen y enfrenten a situaciones de actuales de seguridad de los sistemas de información que maneja la plataforma.
- 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 de la plataforma virtual.

## REFERENCIAS

- Agencia de Marketing Online Identó. (2019). *Diferencias entre SEO y SEM*. Obtenido de Agencia de Marketing Online Identó: <https://www.idento.es/blog/sem/diferencias-entre-seo-y-sem/>
- Agencia peruana de noticias Andina. (Agosto de 2019). *Más de la mitad de la pyme peruana utiliza las redes sociales para su negocio*. Obtenido de Agencia peruana de noticias Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-mas-de-mitad-de-pyme-peruana-utiliza-redes-sociales-para-su-negocio-763015.aspx>
- Andina. (17 de Julio de 2017). *Lambayeque: Feria de exposiciones de Monsefú espera visita de 70,000 turistas*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-feria-exposiciones-monsefu-espera-visita-70000-turistas-759015.aspx>
- Capital.pe. (16 de Junio de 2016). *¿Cuánto gastan los peruanos en fiestas infantiles?* *Capital.pe*. Obtenido de <https://capital.pe/actualidad/cuanto-gastan-los-peruanos-en-fiestas-infantiles-noticia-971893?fbclid=IwAR0HJGY8KcFB6dPY-vXNCS6J71OK7sFGnNHrkdph7CQF0nEYLStlzya334M>
- Congreso de la República del Perú. (23 de Abril de 1993). *Ley sobre el Derecho de Autor*. Obtenido de [Indecopi.gob: https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/DecretoLegislativo822.pdf](https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/DecretoLegislativo822.pdf)
- Dirección Nacional de Cuentas Nacionales. (Enero de 2010). *INEI.gob*. Obtenido de [Clasificación Industrial Internacional Uniforme: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)
- Expotextil. (17 de Enero de 2019). *ExpotextilNews*. Obtenido de La Industria Ferial Sigue Creciendo En Perú: Ahora Mueve US\$ 5,600 Millones al Año, Indica AFEP: <http://www.expotextilnews.com.pe/ferias/la-industria-ferial-sigue-creciendo-en-peru-ahora-mueve>
- GESTIÓN . (25 de Enero de 2016). *Empresas optan por realizar sus eventos sociales en verano por costos menores en 50%*. Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/empresas-optan-realizar-eventos-sociales-verano-costos-menores-50-144827-noticia/>

- Gestión.pe. (25 de Enero de 2016). Empresas optan por realizar sus eventos sociales en verano por costos menores en 50%. *Gestión.pe*. Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/empresas-optan-realizar-eventos-sociales-verano-costos-menores-50-144827-noticia/?ref=gesr>
- Gestión.pe. (16 de Mayo de 2020). Riesgo país se ubicó en 2.41 puntos porcentuales al 13 de mayo. *Gestión.pe*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-se-ubico-en-241-puntos-porcentuales-al-13-de-mayo-noticia/>
- Gobierno del Perú. (12 de Abril de 2005). *LEY QUE REGULA EL USO DEL CORREO ELECTRÓNICO COMERCIAL NO SOLICITADO (SPAM)*. Obtenido de Gobierno del Perú: [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/356697/NORMA\\_0\\_Ley\\_N\\_\\_28493.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/356697/NORMA_0_Ley_N__28493.pdf)
- Gobierno del Perú. (26 de Junio de 2008). *DECRETO LEGISLATIVO N° 1044*. Obtenido de Indecopi.gob: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/leyrepresioncompetenciadesleal.pdf>
- Graficolor: Corporación gráfica. (2019). *Productos: Banner y Viniles*. Obtenido de <https://www.graficolor.pe/productos/roll-screen-2x1-banner-12-onzas-1440-pdi/>
- Idento. (24 de Julio de 2019). *Diferencias entre SEO y SEM*. . Obtenido de <https://www.idento.es/blog/sem/diferencias-entre-seo-y-sem/>
- INEI. (Marzo de 2019). *Informe técnico de producción nacional*. Obtenido de INEI: [https://www.inei.gob.pe/media/principales\\_indicadores/informe-tecnico-de-produccion-nacional-marzo2019.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/informe-tecnico-de-produccion-nacional-marzo2019.pdf),
- Instituto Peruano de Economía. (s.f.). *SECTORES PRODUCTIVOS*. Obtenido de Instituto Peruano de Economía: <https://www.ipe.org.pe/portal/sectores-productivos/>
- Lara Galicia, F. P. (30 de Octubre de 2019). *Costo de una página web en Perú: todos los detalles que debes conocer*. Obtenido de GoDaddy: <https://pe.godaddy.com/blog/cuanto-cuesta-crear-pagina-web-profesional-en-peru/>

PQS. (5 de Julio de 2020). *Compras online de peruanos llegarían a 2800 millones de dólares este año*. Obtenido de PQS: <https://www.pqs.pe/economia/compras-online-de-peruanos-llegarian-us-2800-millones-este-ano>

PRODUCE- OEGIEEO. (2017). *Concentración sectorial y territorial de las MIPYMES*. Obtenido de Ministerio de la Producción: <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>

Publimetro. (23 de Septiembre de 2019). *Matrimonio: ¿Cuanto cuesta casarse en el Perú? Publimetro*.

Quispe, M. (7 de Mayo de 2019). *Sunarp: Cómo constituir tu empresa en 6 pasos*. *Diario La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1464332-sunarp-constituir-empresa-6-pasos/>

RPP Noticias. (28 de Diciembre de 2016). *¿Cuánto cuesta festejar el Año Nuevo? RPP Noticias*. Obtenido de <https://rpp.pe/economia/economia/cuanto-cuesta-festejar-el-ano-nuevo-noticia-1019850?fbclid=IwAR0a8pUksgybqieQ-vDFiBpZuKq8jHy1Co3XyqcUv2sXjSc3cFIKWJrT39g>

SUNARP. (s.f.). *MODELO DE MINUTAS DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS*. Obtenido de SUNARP: <https://www.sunarp.gob.pe/qsec-nxformato-b6.asp>

ANEXOS

A. ÁRBOL DE PROBLEMAS

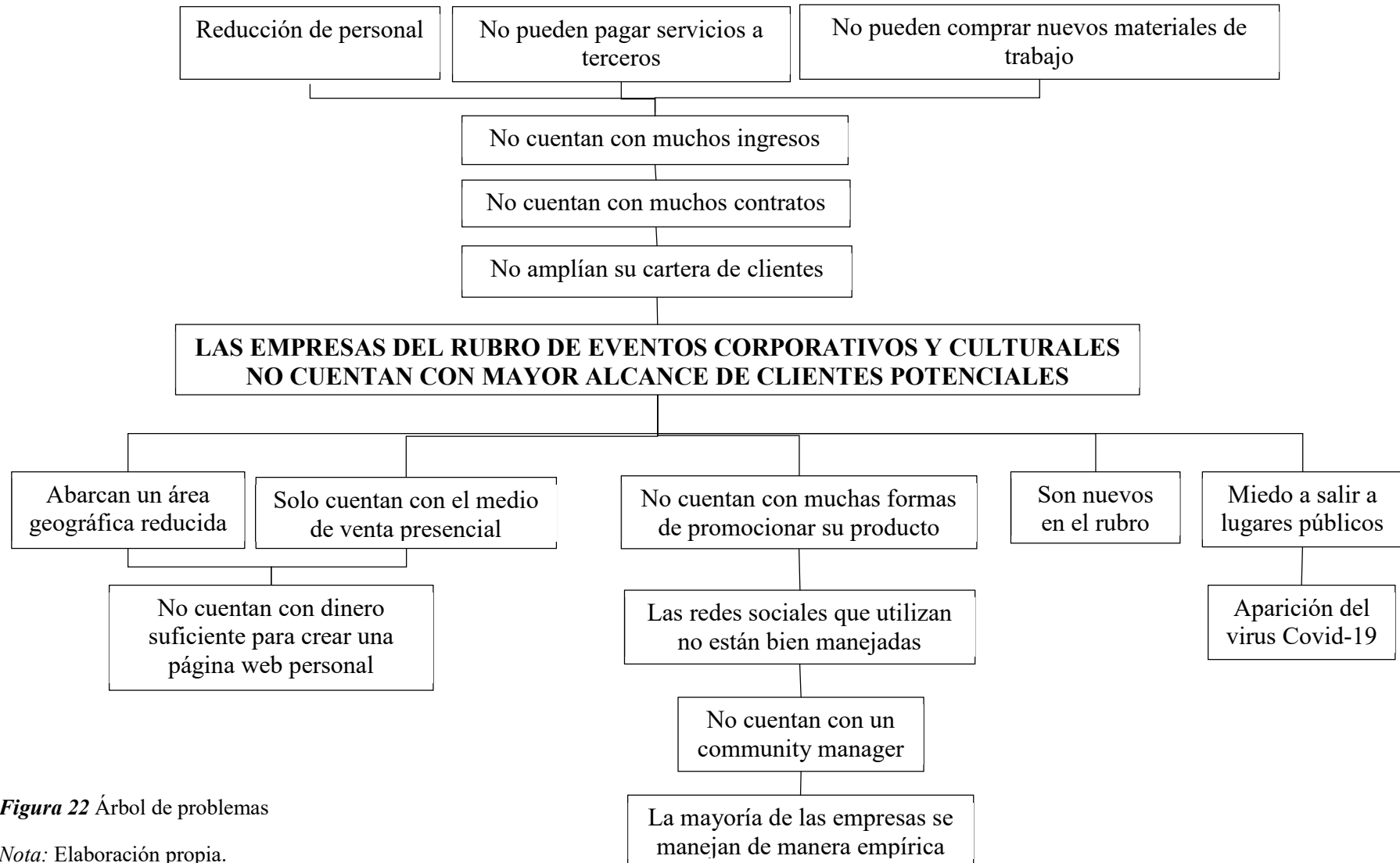


Figura 22 Árbol de problemas

Nota: Elaboración propia.

## B. CANVAS

**Tabla 41**  
*CANVAS*

<p>Socios claves</p> <p>Software</p> <p>Plataformas de pago</p> <p>Fotógrafos</p>	<p>Actividades claves</p> <p>Comercialización</p> <p>Control continuo</p> <p>Contacto con las empresas</p> <p>Publicidad contratada</p> <p>Actualización constante</p>	<p>Propuesta de valor</p> <p>Servicio de intermediación online para la ampliación de la cartera de clientes de las MIPYMES del sector de eventos en Lambayeque. Dicho servicio estará disponible las 24 horas del día, donde servirá como escaparate para mostrar sus servicios a ofrecer</p> <p>En cuanto al cliente final, este tendrá el beneficio de encontrar empresas del rubro de eventos en un solo lugar e incluso adecuar según su presupuesto</p>	<p>Relación con el cliente</p> <p>Encuestas de satisfacción</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>MIPYMES de eventos corporativos y culturales ubicadas en la región de Lambayeque</p> <p>Primer cliente</p> <p>MIPYMES dedicada a la decoración y al catering en la región de Lambayeque</p>
	<p>Recursos claves</p> <p>Capital</p> <p>Recursos humanos</p>		<p>Canales</p> <p>Número telefónico</p> <p>Correo electrónico</p> <p>Redes sociales</p>	
<p>Estructura de costos</p> <p>Pago por la compra del sistema de la plataforma virtual.</p> <p>Pago de licencias y patentes.</p> <p>Pago a los colaboradores</p> <p>Pago la empresa de almacenamiento de software</p> <p>Pago mensual de los gastos administrativos y de marketing</p>			<p>Fuentes de ingresos</p> <p>Pago único por pertenecer a la página web</p> <p>Comisión de cada venta</p> <p>Pago según el tipo de publicidad</p> <p>Comisión por cada sesión de fotos del freelance</p> <p>Pago anual por membresía</p>	

*Nota:* Elaboración propia.

## A. Segmentos de clientes

Empresas del sector MIPYMES del rubro de eventos corporativos y culturales en el cual se encuentran incluido empresas de: catering, sonido, DJ, presentador, buffet, entoldado, decoración, local, orquestas, fotografía y video, floristería, animación, transporte, bartender, piñatería, pastelería, invitaciones y recuerdos que se encuentran ubicadas en la región Lambayeque y realicen sus actividades en la mencionada región.

- Primer cliente
  - Es una empresa MIPYMES dedicada a la decoración y al catering la cual tiene como única presencia en internet una página de Facebook. La mayoría de sus ventas es realizada a través del canal presencial, por lo que dicha empresa desea ingresar a una plataforma virtual diferente a la de Facebook debido a que algunos clientes le habían solicitado otros servicios fuera de lo que ellos brindaban y muchas veces estos dejaban de contratar sus servicios por irse a una empresa con más servicios prestados. También desea llegar a un público más juvenil y abarcar áreas geográficas más amplias dentro de la región Lambayeque.

## B. Propuestas de valor

- Proporcionar una base de datos de los clientes finales a las empresas:
  - Productos más vendidos: Así la empresa podrá reconocer las preferencias de compra de cada cliente según su perfil.
  - Visitas por día, semana o mes: Con esta información la empresa podrá reconocer si es que su servicio es realmente requerido, y a la vez hacer una comparación entre el número de visitas y las compras realizadas.
  - Fechas de cumpleaños y eventos corporativos y culturales (del consumidor final y sus allegados): Esto permitirá que la empresa pueda ofrecer descuentos y recomendaciones de productos días o semanas antes de la fecha indicada.
- Generar un mayor alcance a clientes potenciales: Partiendo de lo dicho por nuestro “primer cliente” existen muchas empresas que no han incursionado en el mundo digital siendo esto una desventaja debido a que según la encuesta realizada por Linio (2020) citada por Perú21 (2020) Perú se situaba a principios de este años entre los primeros países con mayor número de gasto en compras por internet.
- Nueva plataforma de virtual: EVENTS S.A.C. proporcionará un servicio de intermediación online entre empresas de eventos corporativos y culturales y usuarios

finales en el departamento lambayecano. Esta plataforma servirá para que los clientes de dichas empresas puedan tener la certeza de un pago seguro de los productos que adquieren debido a que el estudio Future Buy 2018 de la investigadora GFK (2018), citada por Diario Gestión.pe (2019), menciona que los peruanos, en todo Latinoamérica, son los que más temor y desconfianza tienen con respecto a realizar pagos y establecer contacto offline a través de plataformas digitales no verificadas como seguras.

- Ofrece a sus clientes información detallada de sus productos: La plataforma virtual proporcionará un espacio para que cada producto sea detallado, mediante las indicaciones brindadas por la empresa, tal como: Materia prima utilizada, tiempo de demora en armado (decoración), dibujos animados con los que se trabaja, horario de atención, zonas de atención, etc.
- Ofrecer retroalimentación: La sección de comentarios y puntuación mediante estrellas servirá para que la empresa calificada pueda tomar en consideración la retroalimentación realizada por el cliente una vez que haya adquirido el producto.
- Beneficios según el número de recomendados: Se situará en la plataforma virtual el logo de la empresa y datos de contacto a aquellas que hayan sido los más recomendados del mes. Cabe destacar que las calificaciones de estrellas solo serán brindadas por las personas que hayan adquirido el producto mediante la plataforma virtual y este será calificado por escala de Likert 7 para obtener respuestas más específicas.
- Las empresas pueden ofrecer sus productos las 24 horas del día: La recepción de pedidos estará abierta las 24 horas del día en la plataforma virtual, siempre y cuando recordándole al cliente que aquellos pedidos realizados fuera del horario de atención de la empresa a la cual contratan, serán recepcionados por aquellas apenas abran el local, por lo que serán los primeros en ser atendidos en caso no hayan pedido aplazados.

### C. Canales

- Número telefónico: Permitirá la atención a las empresas en caso de alguna consulta o actualización de datos, será un medio por el cual podamos comunicar si se agendó una actividad o si ellos agendaron una actividad, para estar en constante actualización y que el cliente final pueda ver con certeza las fechas disponibles de los productos.

- Correo electrónico: Este servirá como retroalimentación entre EVENTS S.A.C y la empresa prestadora de servicios. La empresa prestadora de servicios podrá enviar los reclamos correspondientes y las dudas que tenga y la empresa actual, podrá enviar cualquier comunicado por este medio.
- Redes sociales: Se utilizarán para poder promocionar los productos que EVENTS S.A.C brinda, y hacer que los clientes finales conozcan acerca de ellas.

#### D. Relación con los clientes

- Encuestas de satisfacción: Las encuestas de satisfacción serán enviadas cada mes, mediante correo, a las empresas para que éstas brinden retroalimentación sobre el servicio que EVETS S.A.C realiza.

#### E. Flujo de ingresos

- Comisión por cada venta realizada: Cuando una empresa prestadora de servicios confirme el contrato con su cliente por medio de esta plataforma y se proceda al pago, automáticamente se le quitará una comisión del 5.10% a la empresa prestadora de servicios.
- Pago único por ingreso a la plataforma: Las empresas prestadoras de servicio pagarán realizarán un pago único de \$42.86 por pertenecer a la plataforma EVENTS S.A.C.
- Comisión por sesiones de fotos vendidas: El freelance pagará una comisión del 3.00% por las sesiones que realice por medio de la plataforma a las empresas prestadoras de servicio.
- Pago por publicidad: Se detalla el costo unitario de cada tipo de publicidad.
  - Skyscraper (megabanners) es de \$8.57.
  - Video banner es de \$11.43.
  - Banner skin es de \$10.00.
  - Banner de botón es de \$5.71.
  - Por correo electrónico es de \$7.43
  - Publicación en Facebook es de \$9.7.
  - Publicación en Instagram es de \$10.86.
- Pago de anual por membresía: La empresa prestadora de servicios podrá obtener una data de sus clientes, es decir sus preferencias, fechas comúnmente en donde realicen alguna actividad, etc. y elegirá entre un tipo de publicidad para ser colocada en la plataforma virtual. Este beneficio e información la podrá obtener cada trimestre por un costo anual de \$22.86.

#### F. Actividades claves

- Comercialización de productos a través de la plataforma virtual: catering, sonido, DJ, presentador, buffet, entoldado, decoración, local, orquestas, fotografía y video, floristería, animación, transporte, bartender, piñatería, pastelería, invitaciones y recuerdos
- Control continuo de los productos: Se realizará el control continuo de los detalles de los productos que las empresas coloquen en la plataforma virtual como: fotos, fechas disponibles, materiales utilizado para la elaboración, precio, peso o medidas, sabores.
- Contacto con las empresas prestadoras de servicios: Se mantendrá un contacto constante para poder verificar el stock disponible, algún producto agregado, una temática ofrecida en especial, la disponibilidad de fechas, la cantidad de eventos que pueden tener en un solo día.
- Colocar la publicidad contratada por el cliente: Se ofrecerán ofertas en donde el cliente pueda realizar el contrato y nosotros colocaremos su publicidad en primera plana para que consumidor final pueda verla al momento de ingresar a nuestra página y contrate con más rapidez el producto.
- Actualización constante de la data: Se realizará una actualización constante de la data ya que el cliente puede realizar reservaciones por cuenta propia o a través de nuestra página, en ese sentido si se ocupa alguna fecha disponible se intercambiará la información para poder actualizar las fechas disponibles, también si es caso de que su empresa implemente otro producto aparte del que brinda, se le podrá considerar para que también ese producto aparezca en nuestra página.

#### G. Recursos claves

- Capital: Se solicitará un préstamo bancario para cubrir lo faltante de la inversión que se realizará que será del 70% de toda la inversión.
- Recurso humano: Se necesitará un gerente general, jefe de tecnología e información, jefe de marketing y ventas, analista de tecnologías de la información, community manager y representante de atención al cliente.

#### H. Socios claves

- Empresa de almacenamiento de software
- Plataformas de pago: Visa, MasterCard, PayPal
- Fotógrafos (freelance)

#### I. Estructura de costes

- Pago por la compra del sistema de la plataforma virtual.
- Pago de licencias y patentes.
- Pago a los colaboradores
- Pago la empresa de almacenamiento de software.
- Pago mensual de los gastos administrativos y de marketing