

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA IMPLEMENTAR UN  
SERVICIO DE INTERMEDIACIÓN ONLINE ENTRE EMPRESAS DE  
EVENTOS RELIGIOSOS Y USUARIOS FINALES – LAMBAYEQUE**

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

**AUTOR**

**ROSA ALBANIA BELTRAN CABRERA**

**ASESOR**

**MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA**

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

**Chiclayo, 2020**

## **DEDICATORIA**

A mi madre Carmen quien con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy una meta más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi profundo agradecimiento a mis profesores y a mi asesor, por guiarme y confiar en mí, permitiéndome realizar todo el proyecto.

## **RESUMEN**

El 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 religiosos en Lambayeque, como bautizos, bodas, confirmaciones, celebración de santos, 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 \$14,924.47 y un 30% de aportes propios equivalente a \$6,396.20. Así mismo, se contará con una VANE de \$10,288.80 y una TIRE de 26.07%, lo que demuestra que es conveniente invertir en dicho proyecto, ya que genera rentabilidad por sí mismo. Del mismo modo, se contará con una VANF de \$19,951.40 y una TIRF de 52.48%, lo que demuestra que el proyecto es rentable económicamente y financieramente por un periodo de 5 años.

## **PALABRAS CLAVE**

Plataforma virtual, Eventos, E-commerce.

## **ABSTRACT**

The purpose of the investment project is the implementation of a virtual platform, functioning as an online intermediation service for the expansion of the client portfolio of MSMEs in the sector of religious events in Lambayeque, such as baptisms, weddings, confirmations, and the celebration of saints, 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 \$ 14,924.47 and 30% of own contributions equivalent to \$ 6,396.20. Likewise, there will be a VANE of \$ 10,288.80 and an EIRR of 26.07%, which shows that it is convenient to invest in said project, since it generates profitability by itself. Likewise, there will be a VANF of \$ 19,951.40 and a TIRF of 52.48%, which shows that the project is economically and financially profitable for a period of 5 years.

## **KEYWORDS**

Virtual platform, Events, E-commerce.

## 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.....	12
1.1.4. Formulación del problema.....	13
1.1.5. Determinación de los objetivos.....	13
1.1.6. Título .....	14
1.1.7. Operacionalización de variables .....	14
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.....	20
1.1.1. Unidad formuladora y unidad ejecutora .....	21
1.1.2. Clasificación productiva sectorial .....	21
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO .....	22
2.1. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO.....	22
2.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	23
2.3. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO.....	23
2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA – PROYECCIÓN .....	23
2.4.1. Información primaria y secundaria .....	23
2.4.2. La entrevista.....	23

2.4.3.	Proyección de la demanda.....	32
2.5.	ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN.....	35
2.5.1.	Proyección de la oferta .....	35
2.6.	BALANCE DEMANDA OFERTA.....	35
2.7.	PLAN DE MARKETING.....	35
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO .....		40
3.1.	TAMAÑO – MERCADO .....	40
3.2.	TAMAÑO – TECNOLOGÍA.....	40
3.3.	TAMAÑO - DISPONIBILIDAD DE MATERIALES .....	41
3.4.	TAMAÑO – FINANCIAMIENTO .....	42
3.5.	TAMAÑO – COSTO UNITARIO .....	43
3.6.	TAMAÑO – RENTABILIDAD.....	43
3.7.	SELECCIÓN DEL TAMAÑO.....	44
CAPÍTULO IV: LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....		45
4.1.	FACTORES DE LOCALIZACIÓN .....	45
4.2.	MACRO LOCALIZACIÓN .....	45
4.3.	MICRO LOCALIZACIÓN.....	46
4.4.	MÉTODOS PARA DECIDIR LA LOCALIZACIÓN .....	48
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO .....		49
5.1.	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS .....	49
5.2.	SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO .....	51
5.2.1.	Diagrama de operación .....	51
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.....	62
5.3.	REQUERIMIENTO DEL PROYECTO .....	63

5.3.1. Maquinaria y equipos, muebles, enseres y vehículos:.....	63
5.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	64
5.5. PROGRAMA.....	65
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN.....	67
6.1. ASPECTO LEGAL.....	67
6.1.1. Tipo de empresa.....	67
6.1.2. Proceso de constitución de la empresa.....	67
6.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL.....	69
6.2.1. Minuta y acta de constitución.....	69
6.2.2. Manual de organización y funciones.....	74
6.2.3. Organigrama.....	80
6.2.4. Requerimiento del personal.....	81
CAPÍTULO VII: INVERSIÓN.....	82
7.1. INVERSIÓN.....	82
7.1.1. Estructura de la inversión.....	82
7.2. PROGRAMA DE INVERSIONES.....	86
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO.....	87
8.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	87
8.2. EVALUACIÓN DEL PRÉSTAMO.....	87
CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.....	88
9.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	88
9.2. PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	93
9.2.1. Presupuesto económico.....	94
9.2.2. Presupuesto financiero.....	95
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS.....	97
10.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	97
10.2. FLUJO DE CAJA.....	99

CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO .....	102
CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	105
12.1. TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	105
12.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	107
12.2.1. VANE .....	107
12.2.2. TIRE .....	107
12.2.3. B/C económico .....	107
12.2.4. Periodo de recupero de capital económico.....	107
12.2.5. Índice de rentabilidad .....	107
12.3. EVALUACIÓN FINANCIERA .....	107
12.3.1. VANF.....	107
12.3.2. TIRF.....	107
12.3.3. B/C financiero.....	108
12.3.4. Periodo de recupero de capital financiero .....	108
12.3.5. Índice de rentabilidad financiero.....	108
CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	109
13.1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA .....	109
13.2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA .....	109
CONCLUSIONES .....	111
RECOMENDACIONES .....	112
BIBLIOGRAFÍA .....	113
ANEXOS.....	116

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variables .....	15
<b>Tabla 2</b> Tasa de crecimiento en un periodo de tiempo .....	33
<b>Tabla 3</b> Proyección de las empresas .....	33
<b>Tabla 4</b> Resultados después de las encuestas realizadas .....	34
<b>Tabla 5</b> Demanda insatisfecha.....	35
<b>Tabla 6</b> Tamaño del proyecto.....	40
<b>Tabla 7</b> Estructura de financiamiento .....	43
<b>Tabla 8</b> Indicadores económicos de rentabilidad.....	43
<b>Tabla 9</b> Tamaño del proyecto.....	44
<b>Tabla 10</b> Macro localización.....	46
<b>Tabla 11</b> Micro localización.....	47
<b>Tabla 12</b> Factores de ponderación .....	48
<b>Tabla 13</b> Diagrama de operaciones.....	51
<b>Tabla 14</b> Diseño del sistema del proyecto.....	62
<b>Tabla 15</b> Inversión tangible.....	63
<b>Tabla 16</b> Cronograma de actividades.....	64
<b>Tabla 17</b> Tamaño del proyecto.....	65
<b>Tabla 18</b> Constitución de la empresa .....	67
<b>Tabla 19</b> Requerimiento del personal .....	81
<b>Tabla 20</b> Inversión total .....	82
<b>Tabla 21</b> Inversión intangible.....	83
<b>Tabla 22</b> Capital de trabajo .....	85
<b>Tabla 23</b> Programa de inversión.....	86
<b>Tabla 24</b> Decisión de financiamiento .....	87
<b>Tabla 25</b> Ingreso por pertenecer a la plataforma virtual.....	88
<b>Tabla 26</b> Ingreso por comisión de ventas .....	88
<b>Tabla 27</b> Ingreso por publicidad .....	92
<b>Tabla 28</b> Gastos generales .....	93
<b>Tabla 29</b> Presupuesto económico .....	94
<b>Tabla 30</b> Presupuesto financiero .....	95
<b>Tabla 31</b> Estado de ganancias y pérdidas económico .....	97
<b>Tabla 32</b> Estado de pérdidas y ganancias financiero.....	97

<b>Tabla 33</b> Flujo de caja económico .....	99
<b>Tabla 34</b> Flujo de caja financiero .....	100
<b>Tabla 35</b> Equilibrio económico .....	102
<b>Tabla 36</b> Equilibrio financiero .....	104
<b>Tabla 37</b> Datos para hallar la tasa de descuento .....	105
<b>Tabla 38</b> Tasa de descuento económica .....	106
<b>Tabla 39</b> Tasa de descuento financiera .....	106
<b>Tabla 40</b> Sensibilidad económica .....	109
<b>Tabla 41</b> Sensibilidad financiera .....	110
<b>Tabla 42</b> CANVAS .....	117

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Logo de la empresa.....	22
<b>Figura 2</b> Pop ups publicitarios.....	37
<b>Figura 3</b> Roll scream publicitario .....	39
<b>Figura 4</b> Banner publicitario .....	39
<b>Figura 5</b> Diagrama de flujo del usuario final.....	53
<b>Figura 6</b> Diagrama de flujo de las empresas del rubro de eventos.....	54
<b>Figura 7</b> Plano de oficina.....	55
<b>Figura 8</b> Plataforma virtual .....	56
<b>Figura 9</b> Plataforma virtual .....	56
<b>Figura 10</b> Plataforma virtual .....	57
<b>Figura 11</b> Plataforma virtual .....	57
<b>Figura 12</b> Plataforma virtual .....	58
<b>Figura 13</b> Plataforma virtual .....	58
<b>Figura 14</b> Plataforma virtual .....	59
<b>Figura 15</b> Plataforma virtual .....	59
<b>Figura 16</b> Plataforma virtual .....	60
<b>Figura 17</b> Plataforma virtual .....	60
<b>Figura 18</b> Plataforma virtual .....	61
<b>Figura 19</b> Plataforma virtual .....	61
<b>Figura 20</b> Organigrama de la empresa.....	80
<b>Figura 21</b> Árbol de problemas.....	116

## **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, ya que 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 71% se encuentran las empresas de eventos religiosos. Justamente estas empresas, se ha analizado su situación mediante una entrevista a un empresario de MIPYME de eventos, quien detalla que no cuentan con dinero

para crear una plataforma virtual personal, lo que ocasiona que abarquen un área geográfica reducida, al solo contar con el medio de venta presencial. Por otro lado, menciono 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 religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano?

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

##### **Objetivo general**

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

##### **Objetivos específicos**

- Determinar la demanda insatisfecha de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Determinar el tamaño de la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Determinar la localización de la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Determinar el proceso de servicio adecuado para de la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Determinar el tipo de sociedad a conformar para la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano.

- Estimar los requerimientos de inversión y financiamiento para de la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Estimar los indicadores económicos y financieros de la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano.
- Estimar la sensibilidad económica y financiera de la implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano.

#### **1.1.6. Título**

“Proyecto de inversión privada para implementar un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos 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 religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano
			Demanda del servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano
			Oferta del servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano
			Ingresos
			Población Objetivo
			Tasa de crecimiento poblacional
			Factor de consumo
			Tasa de crecimiento del sector
			Factores cualitativos de la localización
			Factores cuantitativos de la localización
		Técnica	Capacidad instalada de la plataforma virtual
			Participación del mercado
			Cantidad del servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el

	departamento lambayecano a cubrir
	Tipo de empresa
	Instrumentos de organización
	VANE
	VANF
	TIRE
	TIRF
	B/C E –
	B/C F
	COK
	Tasa de descuento económica
Económica – Financiera	Tasa de descuento financiera
	PRCE
	PRCF
	IRE
	IRF
	Precio del servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos 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 cuenta con variables macroeconómicas como microeconómicas:

**Macroeconómicas:** aquí se encuentran el desarrollo de las MYPYMES y las oportunidades laborales generadas por el proyecto; estas empresas han tenido un crecimiento aproximado de 6.99% desde el año 2013 hasta el 2017. Por otro lado, el empleo, y la implementación de esta plataforma para eventos religiosos, permitirá generar empleos tanto directa como indirectamente.

**Microeconómicas:** Aquí podemos encontrar el servicio de eventos en el departamento de Lambayeque y el precio que se cobra por estos. La situación del servicio de eventos se pudo evaluar gracias a las entrevistas realizadas por expertos, donde indican que dicho sector representa el 20% del número total de empresas comercializadoras y de servicio de la región Lambayeque, agregando que de este porcentaje un 71% pertenecen a empresas que atienden específicamente eventos religiosos. En cuanto al costo de estos eventos, los entrevistados recomiendan que, si bien los precios son variables, estos en promedio pueden llegar a costar 7,200 soles.

### 1.2.2. FODA

El presente proyecto presenta el siguiente análisis FODA:

#### 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 una plataforma virtual 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 plataforma virtual.
- Las personas pueden no realizar ningún festejo por miedo al COVID -19.

### **1.2.3. Justificación**

Actualmente las compras a través de internet han ido aumentando, según un estudio de GFK, han aumentado 44% en el año 2018 y en el año 2019 el 23% de los peruanos que tenía acceso a internet realizaban compras online gastaban más de S/1,000 soles en un solo pedido siendo la generación milenial los que lideran las compras por este medio (Cámara de Comercio de Lima, 2020). Es así que el aumento de dichas ventas se ve enlazado también al crecimiento de empresas que venden por internet, ya que según la Cámara de Comercio de Lima (CCL), en el año 2018, el 40% de las empresas peruanas cuentan con un canal de venta online como páginas web y redes sociales. Según un informe elaborado por Americas Market Intelligence citado por Agencia peruana de noticias Andina (2019) el 56% de las empresas PYMES 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 redes sociales como 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.

Según Lara Galicia (2019), el costo de crear una plataforma virtual para una empresa puede variar; por otro lado, 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; recalcando que algunos de los pagos pueden llegar a ser mensuales. Estos costos pueden resultar muy 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 caída 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. Dichas caídas 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 visualizar que cada año estas empresas van en aumento.

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 lo mencionado, se realizó una entrevista a un empresario MYPYME 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 plataforma virtual 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 plataforma virtual que brinde la oportunidad de ser parte de una plataforma de ventas que incluya todos los productos que un festejo para eventos religiosos requiere, además que brinde distintos beneficios y que ayude a llegar a más clientes.

Según los datos recogidos por el IOP en julio de 2017, se puede afirmar que el Perú es un país sumamente religioso. Un 89.1% de peruanos consultados se considera creyente, de este número un 75.2% profesa la religión católica. Por ende se puede concluir que muchos de los peruanos optan por realizar en gran número, eventos religiosos como parte de su trayecto de vida como lo es desde que nace un bebé con el bautizo, luego la primera comunión, la confirmación, el matrimonio o bodas, y aniversarios de bodas.

Según el INEI, unos promedios de 80 mil matrimonios se celebran cada año en el Perú, principalmente en Lima donde se concentra la mayor cantidad de habitantes. Por otro lado, el diario Publimetro (2019) el mercado de bodas llega a mover más de 500 millones de dólares. Se gasta cada vez más dinero en los matrimonios ya que por lo general en las parejas ambos trabajan y cada año se ofrecen más innovaciones, como por ejemplo la “hora loca” que ahora son con robots, actos de magia, cabinas de fotos, drones, etc. El mayor gasto en la organización de un matrimonio se presenta en los servicios de catering (comida, tragos, torta, bocaditos) que puede llegar a representar el 50 por ciento del costo del evento, siendo difícil que se se prescinda de este servicio. Lo que ha motivado tal vez a que las empresas que se dedican a este negocio, hayan crecido exponencialmente. Según Registros Públicos, de 5.000 empresas de catering que hace poco habían, hoy hay registradas 117.000. Hay que tener en cuenta que estos servicios pueden llegar a obtener una rentabilidad del 500 %.

Muchas empresas han incursionado en el mundo digital utilizando una plataforma virtual ya que esta difunde credibilidad, crea confianza y una imagen profesional, además de atraer al público objetivo. Así mismo permite generar visibilidad ya que los contenidos son fáciles de compartir, informa claramente a los usuarios sobre la actividad del negocio; esto permite ganar visibilidad y clientes potenciales.

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

El presente proyecto de inversión se tendrá el siguiente marco legal para el desarrollo de sus actividades:

- 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 3º, 4º y 5º 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 institucionales por lo que las empresas que estén dentro de la plataforma tendrán que pagar por utilizarla (Congreso de la República de Perú 2003).

### **1.1.1. Unidad formuladora y unidad ejecutora**

La unidad formuladora del presente proyecto se encuentra compuesta por:

- Beltrán Cabrera, Rosa Albania

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

### **1.1.2. Clasificación productiva sectorial**

Según el IPE, en la economía existen distintos sectores productivos que configuran las divisiones de la actividad económica. Estas divisiones están relacionadas con el tipo de proceso de producción que desarrollan. La empresa Blue Sky S.A.C se encuentra en el sector terciario donde se dedica a ofrecer servicios para 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 proveer a la población de todos los bienes y productos generados.

Según 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 plataforma virtual estará dedicada al rubro de eventos religiosos como bodas, matrimonios, bautizos, confirmaciones, comuniones y celebraciones de santos, en donde se brindará información detallada de los productos de cada empresa las veinticuatro 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 religioso, como lo es las empresas de catering, música, 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 publicitará 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, PayPal) 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 plataforma virtual de eventos religiosos posee las siguientes características: Ser MIPYME que atienda eventos religiosos como bautizos, bodas, primera comunión, entre otros, realizar sus operaciones en el departamento de Lambayeque, además de realizar en promedio ocho eventos mensuales, estar dispuestos a pertenecer a una plataforma virtual 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.

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

Nuestro 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 conseguir 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 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 semi-estructurada 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 DE INTERMEDIACIÓN ONLINE ENTRE EMPRESAS DE EVENTOS RELIGIOSOS Y USUARIOS FINALES - LAMBAYEQUE**

#### Datos

- Empresa: Líbano S.A.C
- Nombre del entrevistado: Iván Avalos Bances
- Cargo: Organizador de eventos

#### Introducción

Mi nombre es Rosa Albania Beltrán Cabrera, 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 religiosos, para servir de guía para la realización del presente proyecto titulado “Implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano”. Resaltando que la información obtenida servirá para el propósito del presente proyecto. Se le pide responda de una manera clara a las siguientes preguntas ya que es de gran importancia para la investigación que se está llevando a cabo. Se agradece su participación.

1. ¿En qué tipo de eventos se especializa?

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

2. ¿Qué tipos de servicio se necesitan para realizar un evento religioso?

Decoración por temáticas en lo que es bodas, mesas, sillas, bufete, Dj, equipo de sonido, seguridad, movilidad

¿Puede especificar a qué se refiere con cada uno de estos eventos?

En el caso de eventos religiosos, los que se ven mayormente son bodas, primera comunión, confirmación, bautizos.

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

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 atiende por mes?

En mi empresa atendemos un promedio de 12 eventos religiosos por mes.

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

#### Eventos religiosos

	Número de eventos por mes	Precio
Catering	5	S/1,000.00
Sonido	7	S/65.00 por hora
DJ	3	S/80.00 por hora
Presentador	4	S/65.00 por hora
Buffet	7	S/1,500.00
Entoldado	8	S/300.00
Decoración	9	S/800.00
Local	3	S/1,000.00
Orquestas	3	S/800.00 por hora
Fotografía y video	10	S/150.00
Floristería	5	S/250.00
Animación	3	S/250.00
Transporte	4	S/300.00
Bartender	4	S/150.00
Piñatería	9	S/300.00
Pastelería	3	S/180.00
Invitaciones y recuerdos	4	S/150.00

6. ¿En qué época del año tiene más demanda los eventos?

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 los 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?

Aproximadamente 6,000 soles

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 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?

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 23% y 18% pertenecen al sector de comercialización y servicios.

17. Del porcentaje mencionado, ¿Cuáles considera que son para eventos religiosos individualmente?

En eventos religiosos entre un 75% y 60%.

18. ¿Qué porcentaje de empresas de los rubros mencionados 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?

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 realizó 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 DE INTERMEDIACIÓN ONLINE ENTRE EMPRESAS DE EVENTOS RELIGIOSOS Y USUARIOS FINALES - LAMBAYEQUE

### Datos

- Empresa: Ricardo Vélez Eventos & Producciones
- Nombre del entrevistado: Ricardo Vélez Salazar
- Cargo: Gerente general

### Introducción

Mi nombre es Rosa Albania Beltrán Cabrera, 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 religiosos, para servir de guía para la realización del presente proyecto titulado “Implementación de un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos y usuarios finales en el departamento lambayecano”. Resaltando que la información obtenida servirá para el propósito del presente proyecto. Se le pide responda de una manera clara a las siguientes preguntas ya que es de gran importancia para la investigación que se está llevando a cabo. Se agradece su participación.

1. ¿En qué tipo de eventos se especializa?

Me especializo en todo tipo de eventos.

2. ¿Qué tipos de servicio se necesitan para realizar un evento religioso?

Decoración, mesas, sillas, bufete, Dj, equipo de sonido, seguridad, movilidad, etc.

- ¿Puede especificar a qué se refiere con cada uno de estos eventos?

En cuanto a eventos religiosos, los que se ven mayormente son bodas, primera comunión, confirmación, bautizos.

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

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

## 4. ¿Cuántos eventos atiende por mes?

Eventos religiosos, unos 10 al mes.

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

## Eventos religiosos

	Número de eventos por mes	Precio
Catering	7	S/1,000.00
Sonido	6	S/65.00 por hora
DJ	3	S/80.00 por hora
Presentador	5	S/65.00 por hora
Buffet	5	S/1,500.00
Entoldado	10	S/300.00
Decoración	10	S/800.00
Local	5	S/1,000.00
Orquestas	3	S/800.00 por hora
Fotografía y video	10	S/150.00
Floristería	4	S/250.00
Animación	4	S/250.00
Transporte	3	S/300.00
Bartender	3	S/150.00
Piñatería	8	S/300.00
Pastelería	5	S/180.00
Invitaciones y recuerdos	5	S/150.00

## 6. ¿En qué época del año tiene más demanda los eventos?

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, ahora incluso celebran un divorcio 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 los que trabaja?

Sonido, Dj's, presentadores, bufete, catering, entoldado, decoración, local, orquestas, fotografía y video, floristería, animaciones, transporte, bartender, 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?

En evento religiosos pagan un promedio de 7,200 soles.

Es relativo, por ejemplo, la boda más grande del abogado de un futbolista. Fueron 2 500 invitados, y fue la boda más cara y grande que realizó.

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 religiosos individualmente?

Un 71 % para eventos religiosos 71%.

18. ¿Qué porcentaje de empresas de los rubros mencionados 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 religiosos y usuarios finales, se utilizó la data proporcionada por el Ministerio de la Producción en su reporte sobre la situación de las MIPYMES en el periodo 2013 – 2017 realizado por PRODUCE- OEGIEEO (2017), el cual menciona que en Lambayeque el número de empresas es 69,060 representada con un porcentaje del 3.6%.

A raíz de esta data proporcionada por el Ministerio de la Producción y elaborada por Produce-OEE, se infirieron los siguientes datos:

A nivel nacional esta conformada por 1899584 empresas y en la región de Lambayeque 69060 empresas.

El número de empresas nacionales resultó de la suma del número total de empresas dedicada al sector de comercio y servicios (878285 y 784859) resultando 1899584 empresas.

Para hallar el número de empresas del sector comercio y servicio en el departamento de Lambayeque se multiplicó la suma total de los porcentajes del número de empresas dedicadas a los sectores mencionados a nivel nacional, por el número total de empresas, resultando 60464 empresas.

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.

En primer lugar, se calculó la tasa de crecimiento resultando 6.90%.

**Tabla 2**

*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.

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 6.899%.

**Tabla 3**

*Proyección de las empresas*

	Año	Empresas
	2017	12093
	2018	12927
	2019	13819
Último dato que dan	2020	14772
1	2021	15791
2	2022	16881
3	2023	18046
4	2024	19290
5	2025	20621

*Nota.* Elaboración propia.

Finalmente se proyectó la demanda, utilizando los siguientes datos brindados por las entrevistas realizadas:

**Tabla 4**  
*Resultados después de las encuestas realizadas*

Después de haber encuestado se tiene los siguientes datos:					
El segmento de empresas dedicadas a ofrecer productos y servicios de eventos					71%
El grado de aceptación de las personas por pertenecer a la plataforma virtual					50%
Número de opciones a participar en la plataforma virtual					1
<hr/>					
Cp		1			
Cp		1			
<hr/>					
Año	Cp	Empresas proyectada	Segmento empresas	Grado de aceptación	Demanda Proyectada
2021	1	15791	11212	5606	5606
2022	1	16881	11985	5993	5993
2023	1	18046	12812	6406	6406
2024	1	19290	13696	6848	6848
2025	1	20621	14641	7321	7321

*Nota.* Elaboración propia.

Para hallar el número de empresas proyectadas se utilizó los datos de la tabla 2. 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 religiosos 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 plataforma virtual 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 religiosos, 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 encontrar 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 5**

*Demanda insatisfecha*

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda
			Insatisfecha (empresas de eventos)
2021	5606	0	5606
2022	5993	0	5993
2023	6406	0	6406
2024	6848	0	6848
2025	7321	0	7321

*Nota.* Elaboración propia.

## 2.7. PLAN DE MARKETING

### A. Producto

- Entrevistas para analizar el mercado:
  - La entrevista fue realizada por la autora, lo que no supuso costos.
- La plataforma virtual 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 plataforma virtual.
- Accesibilidad a realizar publicidad dentro de la plataforma virtual.
- 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 plataforma virtual y las redes sociales.
- Las empresas podrán adquirir una membresía mensual la cual tendrá lo siguientes servicios:
  - Realización de dos publicidades dentro de la plataforma virtual 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 Baca Matos #968 - Lambayeque.
- La plataforma virtual ha sido creada por el programa WIX
- Los colores de la plataforma virtual deben ser agradables, letra legible y entendible.

## D. Promoción

- Implementar publicidad no intrusiva en la plataforma web para beneficio de las empresas de eventos.



*Figura 2* Pop ups publicitarios

*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 publicidad de un sitio web en los buscadores mediante el uso de anuncios pagados a través de plataformas como Google Ads o Bing Ads. (Idento, 2019) Costo: S/. 3600 por seis meses (S/. 600 por mes)

- Optimización de búsqueda SEO – Google: Se refiere al trabajo de mejora y de aumento de la popularidad de un sitio web, con el objetivo de que dicho sitio sea rastreable por los motores de búsqueda, registrado 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: S/. 7000 por año (S/. 600 por mes).
- 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 plataforma virt.
- 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: S/190.00 x 6: S/: 1140,00 soles (Graficolor: Corporación gráfica, 2019)



**Figura 3** Roll screen publicitario

Nota. Elaboración propia.



**Figura 4** Banner publicitario

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 religiosos y usuarios finales, se optó por trabajar con 152 empresas las cuales pertenecen al 2.71% de la demanda insatisfecha. La demanda insatisfecha total es de 5606 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 plataforma virtual contará con 152 empresas divididas entre los distintos rubros como sonido, Dj, presentadores, bufete, catering, entoldado, decoración, local, orquestas, fotografía y video, floristería, animaciones, transporte, bartenders, piñaterías, pastelerías e invitaciones y recuerdos. Para el año 2022 se espera tener un tamaño de 162 empresas, en el año 2023 se contarán con 174 empresas, en el año 2024, 186 empresas y por último en el año 2025, 198 empresas, teniendo un incremento constante de cada año del 2.71% de empresas respectivamente.

**Tabla 6**  
*Tamaño del proyecto*

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (empresas de eventos)	2.71%
				Religiosos
2021	5606	0	5606	152
2022	5993	0	5993	162
2023	6406	0	6406	174
2024	6848	0	6848	186
2025	7321	0	7321	198

*Nota. Elaboración propia.*

### 3.2. TAMAÑO – TECNOLOGÍA

La plataforma virtual estará dedicada al rubro de eventos religiosos como bodas, matrimonios, bautizos, confirmaciones, comuniones y celebraciones de santos, 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 religioso, 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, paypal) para una mayor facilidad al momento de cancelar el producto.

El perfil del consumidor de la plataforma virtual de eventos religiosos posee las siguientes características: Ser MIPYME que atienda eventos religiosos como bautizos, bodas, primera comunión, entre otros, realizar sus operaciones en el departamento de Lambayeque, además de realizar en promedio 8 eventos mensuales, estar dispuestos a pertenecer a una plataforma virtual 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 plataforma virtual 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 ultimo 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 80m<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 dispositivas u otros documentos para un mejor entendimiento.

### **3.4. TAMAÑO – FINANCIAMIENTO**

El proyecto a presentar 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.

**Tabla 7**  
*Estructura de financiamiento*

Inversión	Financiamiento (Banco)	Aporte propio	Inversión total
Inversión fija	\$7,417.49	\$3,178.92	\$10,596.41
Inversión fija tangible	\$4,005.20	\$1,716.51	\$5,721.71
Equipos	\$3,642.00	\$1,560.86	\$5,202.86
Muebles y enseres	\$335.60	\$143.83	\$479.43
Acondicionamiento del local	\$12.60	\$5.40	\$18.00
Material de seguridad del local	\$15.00	\$6.43	\$21.43
Inversión fija intangible	\$3,412.29	\$1,462.41	\$4,874.70
Capital de trabajo	\$7,506.98	\$3,217.28	\$10,724.25
<b>Total</b>	<b>\$14,924.47</b>	<b>\$6,396.20</b>	<b>\$21,320.67</b>
Porcentaje	70.00%	30.00%	100.00%

*Nota.* Elaboración propia.

### 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 al que pertenezcan.

### 3.6. TAMAÑO – RENTABILIDAD

De acuerdo a la programación de servicio de intermediación online se tiene una rentabilidad financiera con una TIR del 26.07% y un VAN de \$21,700.80. Lo que se puede demostrar que el servicio de intermediación online es rentable.

**Tabla 8**  
*Indicadores económicos de rentabilidad*

Valor actual neto económico	
VANE	\$10,288.80
Tasa interna de retorno económico	
TIRE	26.07%
TASA DE DESCUENTO (COK)	12.41%

*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 9**  
*Tamaño del proyecto*

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (empresas de eventos)	Religiosos
2021	5606	0	5606	152
2022	5993	0	5993	162
2023	6406	0	6406	174
2024	6848	0	6848	186
2025	7321	0	7321	198

*Nota.* Elaboración propia

El tamaño del proyecto registró un 2.71% empezando con 152 empresas para el año 2021 siendo esta cantidad elegida a conveniencia, ya que el servicio de intermediación online (plataforma virtual) no cuenta con una cantidad límite de empresas a registrar, si no que 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 religiosos, 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 ha utilizado 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 10**  
*Macro localización*

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

*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 11**  
*Micro localización*

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

*Nota.* Elaboración propia.

Se consideró como localización el distrito de Chiclayo ubicando el centro de operaciones en Grau #136, ya que es el lugar con mejor puntuación con respecto a las especificaciones que requiere el proyecto.

#### 4.4. MÉTODOS 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 12**

*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 plataforma virtual 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 plataforma virtual afirmativamente si las credenciales son correctas o negativamente si no lo son.

**Precondiciones:** La plataforma virtual 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 plataforma virtual enviará a los servidores el aviso de que la transacción ha sido realizada.

**Precondiciones:** La plataforma virtual ha de ser capaz de diferenciar las distintas transacciones que se realicen.

##### Publicación de publicidad:

**Descripción:** La plataforma virtual 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 sobrepongan.

**Carrito de compra:**

**Descripción:** La plataforma virtual 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 plataforma virtual 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 plataforma virtual 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 plataforma virtual 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 plataforma virtual 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 plataforma virtual 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

**Tabla 13**

*Diagrama de operaciones*

Actividad	Responsable	Medio	Descripción
Registrar	Blue Sky S.A.C	Software	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.
Activar mecanismos de seguridad	Blue Sky S.A.C	Software	El software activará los mecanismos de seguridad necesarios en caso de que un externo intente hackear la plataforma virtual y cuando se realicen transacciones.
Colocar la publicidad	Blue Sky S.A.C	Persona	La persona encargada colocará las publicidades digitales correspondientes a ese día en los diferentes formatos que requiera.
Ejecutar promoción	Blue Sky S.A.C	Software	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

Enviar transacción	Blue Sky S.A.C	Software	estrellas para obtener el beneficio de la mejor empresa del mes. El software envía la transacción de una empresa a otra.
Eliminar datos	Blue Sky S.A.C	Software	El software elimina los datos del usuario sin dejar rastros de ellos. Esto ocurre cuando la empresa se quiere salir de la plataforma virtual o cuando el consumidor final quiere borrar su perfil.
Responder línea telefónica	Blue Sky S.A.C	Teléfono	La persona encargada responde el teléfono para las coordinaciones con las empresas.
Detectar comentarios negativos o reclamos	Blue Sky S.A.C	Software	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.
Responder los comentarios	Blue Sky S.A.C	Persona	La persona encargada responderá los comentarios que se realicen en la plataforma virtual o en las redes sociales, ya sean positivos, negativos o reclamos.
Enviar encuestas	Blue Sky S.A.C	Correo	La persona encargada enviará las encuestas al correo de las empresas para así poder medir la satisfacción de estas con respecto a la plataforma virtual.
Enviar data a las empresas	Blue Sky S.A.C	Correo	El software se encarga de enviar la data a las empresas por medio del correo.

*Nota.* Elaboración propia.

### 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 plataforma virtual.

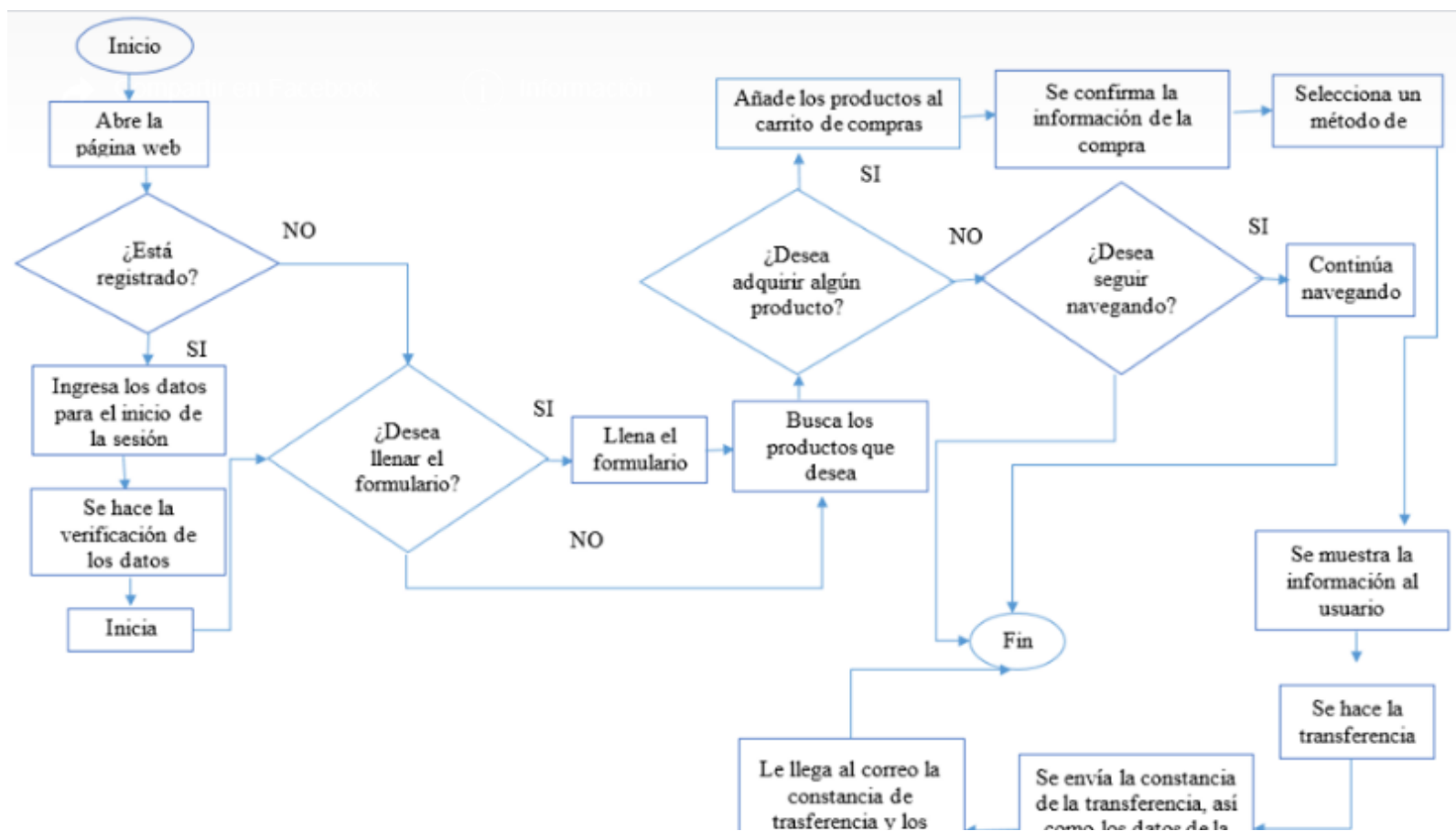
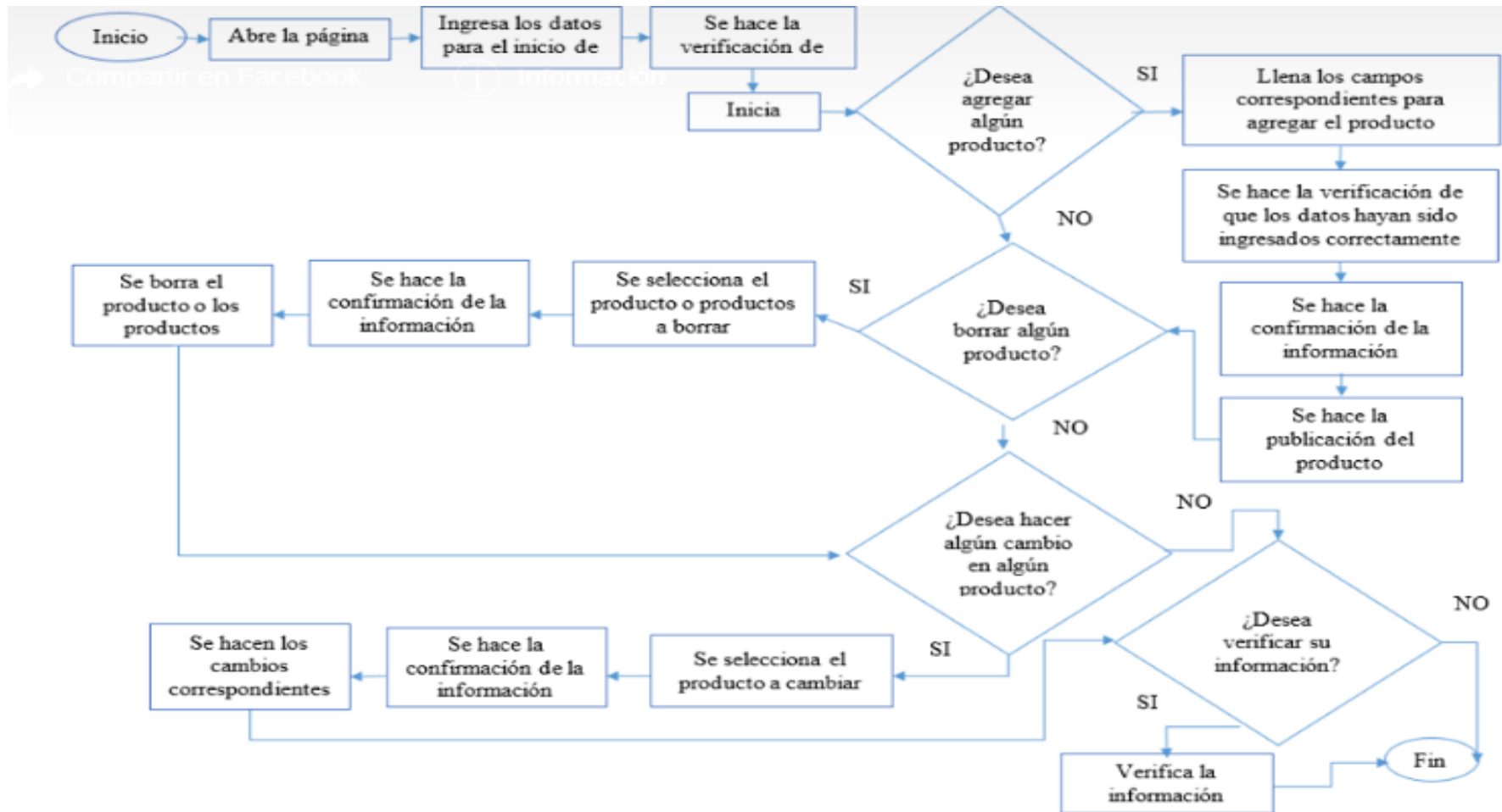


Figura 5 Diagrama de flujo del usuario final

Nota. Elaboración propia.

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



**Figura 6** Diagrama de flujo de las empresas del rubro de eventos

*Nota.* Elaboración propia.

### 5.2.3. Distribución de la oficina

La empresa cuenta con una central de operaciones en la ciudad de Chiclayo en Grau #136. En este lugar solo se realizarán operaciones básicas de la empresa. La oficina tiene un espacio de 80m<sup>2</sup>, la cual cuenta con cinco escritorios, una sala de reuniones, un baño y un comedor – cocina para uso de los empleados.



*Figura 7* Plano de oficina

*Nota.* Elaboración propia.

### 5.2.4. Diseño de la plataforma virtual

La plataforma virtual cuenta con una ventana en donde hay distintas preguntas para poder conocer el tipo de evento que se desee realizar y un presupuesto en promedio para de acuerdo a ello ofrecerles los distintos servicios.



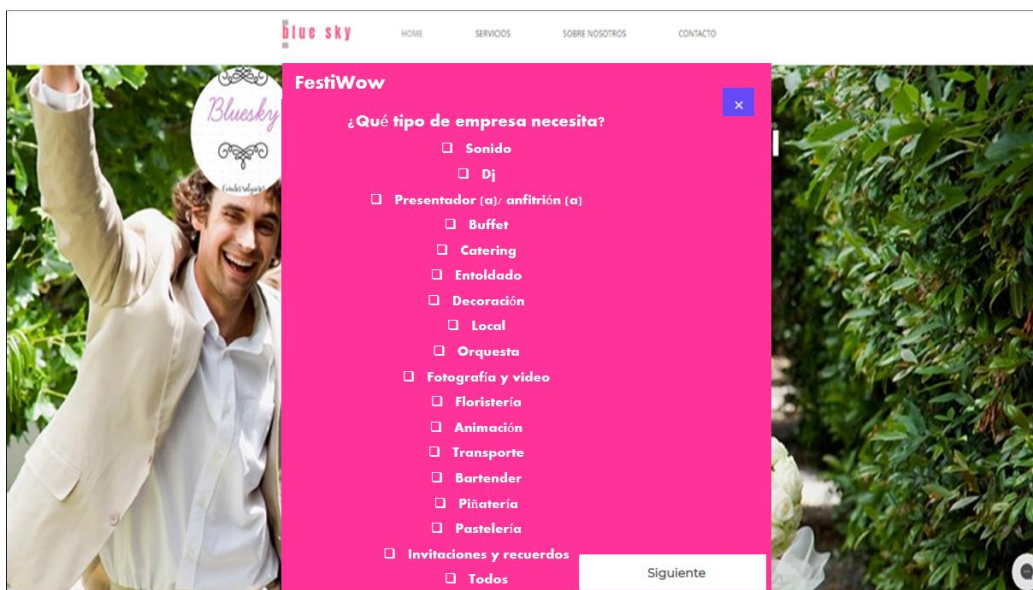
**Figura 8** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.



**Figura 9** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.



**Figura 10** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.



**Figura 11** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.



**Figura 12** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.



**Figura 13** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.



**Figura 14** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.



**Figura 15** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.

La plataforma virtual cuenta con una ventana de home donde se muestra de manera general los eventos a los que se dedica la empresa, esto se puede ver en la figura 16.



**Figura 16** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia

Así mismo, 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, la cual puede observarse en la figura 17.



**Figura 17** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.

También, cuenta con una pestaña “contacto” donde encontrarán la ubicación exacta de la empresa, y donde pueden enviar algún mensaje ante una duda, la cual puede observarse en la figura 18.



**Figura 18** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.

Por último, cuenta con una pestaña “servicios” donde encontrarán a todas las empresas que ofrecerán sus servicios, la cual puede observarse en la figura 19.



**Figura 19** Plataforma virtual

*Nota.* Elaboración propia.

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

El presente proyecto cuenta con el siguiente sistema: hardware y software.

**Tabla 14**

*Diseño del sistema del proyecto*

Datos generales	
Nombre de la Aplicación	Blue Sky S.A.C
Descripción	Plataforma virtual que congrega diferentes empresas dedicadas a la comercialización de servicios y productos para eventos tales como bodas, matrimonios, bautizos, confirmaciones, comuniones y celebraciones de santos 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 15**

*Inversión 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>

	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
<b>Total de inversión tangible</b>	<b>\$4,848.91</b>	<b>\$872.80</b>	<b>\$5,721.71</b>

*Nota.* Elaboración propia.



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 17**  
*Tamaño del proyecto*

Año	Religiosos
2021	152
2022	162
2023	174
2024	186
2025	198

*Nota.* Elaboración propia.

Para el año 2021 se contará con 152 empresas que se dedican al rubro de eventos religiosos, el cual irá aumentando en 2.71% 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:** 152 empresas x \$42.86 = \$6,514.29

**Pago por ventas:** se cobrará una comisión por venta del 5.6% en cada uno de los rubros de las empresas.

**Pago por publicidad en redes sociales:** Se contará con distintos tipos de publicidad, la publicidad skyscraper tendrá un costo de \$8.57, video banner \$11.43, banner skin \$10.00, banner de botón \$5.71, por correo electrónico \$7.43, publicaciones en Facebook \$9.71 y publicaciones en Instagram \$10.86.

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 plataforma virtual 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 18**

*Constitución de la empresa*

Órganos	Miembros	Funciones
Junta general de accionistas	Dos (2) 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, se explican 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 y acta de constitución**

#### **MODELO DE CONSTITUCIÓN SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA – S.A.C. (CON APOORTE EN 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. SANCHEZ CELIS, MARIA ALEJANDRA, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ADMINISTRADORA, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 16702529, ESTADO CIVIL: SOLTERA.

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN CALLE GRAU #136. 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 BLUE SKY S.A.C.

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE BLUE SKY 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. SANCHEZ CELIS, MARÍA ALEJANDRA, SUSCRIBE 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 REGISTRARÁ 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**

**ARTICULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: "BLUE SKY SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA".

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE BLUE SKY 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 GRAU #136 PROVINCIA DE CHICLAYO Y DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

**ARTICULO 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.

**ARTICULO 3°.- 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.

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

**ARTICULO 5°.- 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

**ARTICULO 6°.-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. 245° 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.

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

**ARTICULO 8°.-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 185° AL 197° 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 74°, 75°, 77° Y 436° DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115° DE LA LEY N° 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS, PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA 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.

**ARTICULO 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".

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

**ARTICULO 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: BELTRÁN CABRERA, ROSA ALBANIA, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD 72202654, CON DOMICILIO EN: CALLE MARIA IZAGA #213, DISTRITO DE CHICLAYO PROVINCIA DE CHICLAYO DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE.

ASI MISMO, SE DESIGNA COMO SUB GERENTE DE LA SOCIEDAD A SÁNCHEZ CELIS, ALEJANDRA 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, VEINTIOCHO DE JULIO DEL DOS MIL VEINTE.

## 6.2.2. Manual de organización y funciones

### Gerente general:

- **Descripción:** Está compuesta por solo una persona que aporta capital para la creación de la plataforma virtual 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:**

- Establecer los objetivos estratégicos y visión de largo plazo para la organización.
- Supervisar el desempeño corporativo con el debido seguimiento al negocio corriente y de los negocios estratégicos.
- Aportar al mejoramiento y eficiencia del negocio mediante recomendaciones e instrucciones, así como las autorizaciones contractuales que por su cuantía requieran de su aprobación.
- Asegurar la Información financiera y establecer las políticas sobre tarifas, presupuestos y el portafolio del Depósito.
- Administrar los conflictos de interés que se puedan presentar en la organización.
- Supervisar el sistema de control interno, en conjunto con el Comité de Auditoría y las diferentes instancias de control y auditoría de la organización.
- Monitorear y administrar los riesgos estratégicos incluidos los de estrategia, de industria y largo plazo. Así como supervisar la administración de los riesgos del negocio y que incluye riesgos operativos, financieros y de cumplimiento.

### **Requisitos:**

- Debe tener una experiencia mínima de tres (3) años en la actividad financiera y bursátil, y en particular en el campo de las finanzas, riesgos, el derecho o la administración empresarial; goza de buen nombre y reconocimiento por su idoneidad profesional e integridad.

**Jefe de marketing y ventas:**

- **Descripción:** Realizará funciones directamente relacionadas con el mercado donde se desarrolla la plataforma virtual, de esta forma se encargará del marketing y de la comunicación de todo tipo, así como de las colaboraciones con las empresas. Al ser una única persona y no necesariamente con conocimientos tecnológicos, se respaldará sobre el área de tecnología e innovación y su equipo.

**Funciones:**

- Diseñar, planificar, elaborar e instaurar los planes de marketing de la empresa.
- Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción.
- Dirigir y supervisar los estudios sobre coberturas y cuotas de la empresa.
- Dar soporte al área de ventas en cuanto a estrategias, políticas, canales, publicidad, merchandising.
- Hacer investigaciones comerciales de las plataformas existentes o nuevas, realizando el estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los mismos en el mercado.
- Manejar las relaciones públicas, medios de comunicación social, eventos, y la creación de contenidos.

**Requisitos:**

- Titulación universitaria Superior o media, preferentemente Administración de Empresas o similar.
- Estudios de especialización en Marketing/Venta.
- Conocimientos de planificación de estrategias comerciales, canales de distribución, producto-mercado-competencia de su empresa.
- Orientación al cliente interno/externo.

- Facilidad para la obtención y análisis de información.
- Pensamiento creativo.
- Habilidades sociales.
- Visión estratégica.

### **Community manager**

- **Descripción:** Persona encargada de atender las solicitudes y reclamos concernientes a la plataforma virtual brindados mediante los correos electrónicos y redes sociales. Debe tener conocimientos generales del uso de la plataforma virtual 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.
- Generar comunicación digital para establecer relaciones con la comunidad, prescriptores, clientes y usuarios interesados en nuestros contenidos.
- Análisis de la actividad de los principales competidores de la marca.

#### **Requisitos:**

- Titulación universitaria preferentemente Administración de Empresas o informática.
- Estudios de especialización en Marketing.
- Orientación al cliente externo
- Pensamiento creativo
- Habilidades sociales

### **Representante de atención al cliente**

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

#### **Funciones:**

- Ejecutar y administrar las llamadas telefónicas provenientes de las empresas prestadoras de servicios.
- Atender reclamos, quejas u otros inconvenientes de las empresas.
- Brindar información y soporte con relación a los productos o servicios de la empresa

#### **Requisitos:**

- Facilidad de comunicación
- Manejo óptimo de las relaciones interpersonales
- Trabajo en equipo
- Capacidad para realizar llamadas
- Realización de encuestas telefónicas y/o en cara a cara
- Manejo de reclamos/quejas
- Creatividad
- Habilidades sociales
- Tolerancia a la presión

### **Jefe de tecnología e innovación**

- **Descripción:** El foco de esta área es dar respuesta sobre el trabajo de programación y diseño de la plataforma virtual. La función principal de esta área es garantizar la fluidez de uso, la seguridad y las actualizaciones constantes.

#### **Funciones:**

- Planificar y monitorear la normal operación de la plataforma virtual.
- Administrar los recursos de TI de acuerdo a las exigencias de la organización.

- Proponer alternativas de mejora a la infraestructura de TI dentro de la organización.
- Dirigir el desarrollo de las modificaciones/actualizaciones de la plataforma virtual en base al análisis funcional de los requerimientos de los usuarios.
- Definir e implementar procedimientos para garantizar la integridad de los datos desarrollados y almacenados.

**Requisitos:**

- Profesional Universitario en el área de Informática, Sistemas, Computación, Electrónica, Telecomunicaciones, Comunicaciones o su equivalente, más especialización en el área o en la de gerencia de por lo menos dos (2) años de duración.
- Tres (3) años de experiencia progresiva de carácter operativo, supervisorio y estratégico en el área.
- Expresión y comunicación en forma efectiva, tanto oral como escrita.
- Capacidad para analizar y comprender situaciones complejas.
- Razonamiento lógico.
- Destreza en el manejo de equipos de tecnología de información y/o comunicación.

**Analista de tecnología de la información**

- **Descripción:** Se centrará en la creación de algoritmos a través de machine learning y computer vision. Serán los encargados de sacar conclusiones del gran número de datos que se vayan incorporando al sistema. El perfil será de ingeniero informático y matemático.

**Funciones:**

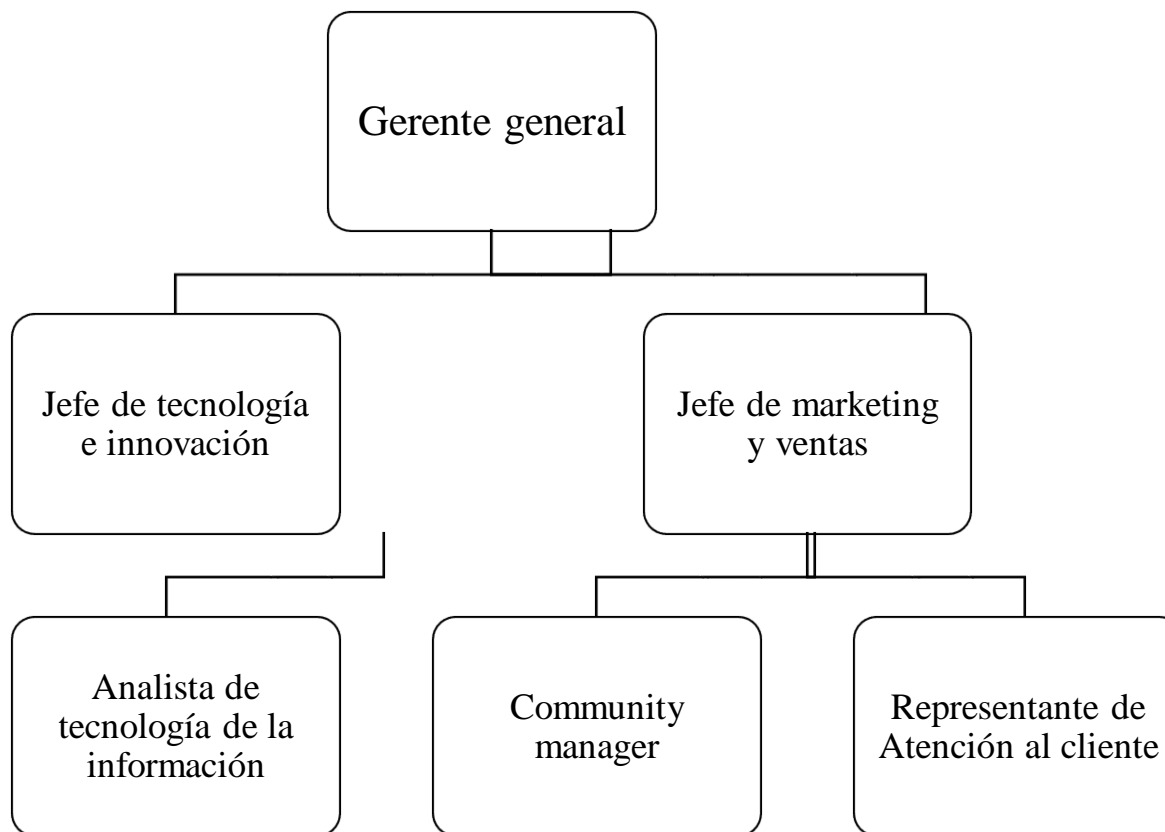
- Transformar las especificaciones funcionales de los usuarios en soluciones técnicas, actualizando y/o modificando la arquitectura del sistema.
- Diseño y administración de medidas de seguridad, planes de backups y planes de contingencia.

- Administrar y dar soporte a los servidores, equipos de comunicación (router, switch, firewall y estructura de red).
- Soporte, configuración y mantenimiento preventivo de computadoras, impresoras y servidores.

**Requisitos:**

- Profesional en el área de Informática, Sistemas, Computación, Electrónica, Telecomunicaciones, Comunicaciones o su equivalente.
- Destreza para el manejo y actualización de software.
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.
- Experiencia en Configuración de: Routers, Wireless, Switch.

### 6.2.3. Organigrama



**Figura 20** Organigrama de la empresa

*Nota.* Elaboración propia.

#### 6.2.4. Requerimiento del personal

**Tabla 19**

*Requerimiento del 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
Total	7

*Nota.* Elaboración propia.

## CAPÍTULO VII: INVERSIÓN

### 7.1. INVERSIÓN

Para el presente proyecto es necesario una inversión de \$21,320.67, al tipo de cambio de S/. 3.5, lo cual sería un monto de S/. 74,622.35. Siendo la inversión intangible la más importante ya que se ven aquí los implementos necesarios para poder llevarse cabo el presente proyecto.

**Tabla 20**  
*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	\$8,980.01	\$1,616.40	\$10,596.41
Fija			
Capital de Trabajo	\$10,170.62	\$553.64	\$10,724.25
Total	\$19,150.63	\$2,170.04	\$21,320.67

*Nota.* Elaboración propia.

#### 7.1.1. Estructura de la inversión

La inversión total del proyecto presenta la siguiente estructura:

Así mismo, cuenta con una inversión intangible de \$4,956.47, siendo esta el rubro más importante ya que se ven aquí los implementos necesarios para poder llevar a cabo el proyecto.

**Tabla 21**  
*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
Total	\$764.16	\$137.55	\$901.71

Gastos de instalación y puesta en marcha	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
Instalación de servicios telefónicos - Claro	\$9.69	\$1.74	\$11.43
Total			
Gastos de Inauguración	\$48.43	\$8.72	\$57.14
Total	\$58.11	\$10.46	\$68.57

Otros gastos	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
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
Total	\$2,699.76	\$485.96	\$3,185.71

Sub total de inversión intangible	\$3,934.38	\$708.19	\$4,642.57
-----------------------------------	------------	----------	------------

Otras inversiones intangibles (5%)	\$196.72	\$35.41	\$232.13
------------------------------------	----------	---------	----------

	Precio sin IGV	IGV	Precio con IGV
--	----------------	-----	----------------

Total de inversión intangible	\$4,131.10	\$743.60	\$4,874.70
-------------------------------	------------	----------	------------

*Nota.* Elaboración propia

Por otro lado, tiene una inversión de capital de trabajo para 2 meses, esto debido a que después de este tiempo la empresa puede generar sus propios ingresos.

**Tabla 22**  
*Capital de trabajo*

Descripción	Precio Sin IGV	IGV	Total con IGV
Sueldos administrativos	\$4,827.43	\$0.00	\$4,827.43
Sueldos de marketing	\$2,267.43	\$0.00	\$2,267.43
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>\$10,170.62</b>	<b>\$553.64</b>	<b>\$10,724.25</b>

*Nota.* Elaboración propia

## 7.2. PROGRAMA DE INVERSIONES

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

**Tabla 23**

*Programa de inversión*

Inversión total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Total	Porcentaje
Inversión fija						\$10,596.41	49.70%
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 intangibles	\$1,624.90	\$1,624.90	\$1,624.90			\$4,874.70	
Capital de trabajo				\$5,362.13	\$5,362.13	\$10,724.25	50.30%
Total	\$4,226.33	\$4,226.33	\$2,143.76	\$5,362.13	\$5,362.13	\$21,320.67	100%

*Nota.* Elaboración propia

## CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO

### 8.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El proyecto cuenta con una inversión \$21,028.10 del cual se ha evaluado que tendrá un financiamiento por la entidad bancaria de un 70% del total de la inversión con una tasa de interés de 2.99%, en un periodo de 5 años con cuotas de \$3,257.90.

### 8.2. EVALUACIÓN DEL PRÉSTAMO

Para el presente proyecto se evaluó la tasa de interés y otros factores que influyeron en la decisión de la entidad financiera, en este caso 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.

**Tabla 24**

*Decisión de financiamiento*

TEA	2.99%
n	5
Préstamo	\$14,924.47
Cuota	\$3,257.90

Periodo	Saldo Inicial	Abono capital	Interés	Cuota	Saldo Final
0					\$14,924.47
1	\$14,924.47	\$2,811.65	\$446.24	\$3,257.90	\$12,112.81
2	\$12,112.81	\$2,895.72	\$362.17	\$3,257.90	\$9,217.09
3	\$9,217.09	\$2,982.30	\$275.59	\$3,257.90	\$6,234.79
4	\$6,234.79	\$3,071.48	\$186.42	\$3,257.90	\$3,163.31
5	\$3,163.31	\$3,163.31	\$94.58	\$3,257.90	\$0.00

*Nota.* Elaboración propia

## CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

### 9.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El proyecto tiene 4 tipos de ingresos, los cuales son: por pertenecer a la plataforma virtual, por comisión de venta, por publicidad y por comisión del freelance.

Para el ingreso por pertenecer a la plataforma virtual se tomará en cuenta un pago único de \$42.86 dólares con el tipo de cambio de S/. 3.5 lo que significa un pago de 150 soles aproximadamente. Esto se ve reflejado en la siguiente tabla:

**Tabla 25**

*Ingreso por pertenecer a la plataforma virtual*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de empresas	152	136	174	186	198
Costo de ingresar	\$42.86	\$42.86	\$42.86	\$42.86	\$42.86
<b>Total</b>	<b>\$6,514.29</b>	<b>\$5,828.57</b>	<b>\$7,444.13</b>	<b>\$7,957.70</b>	<b>\$8,506.71</b>

*Nota.* Elaboración propia

Para el ingreso por comisión de venta se tomará en cuenta una comisión de 5.80% de cada venta realizada por las empresas. Esto se ve reflejado en la siguiente tabla:

**Tabla 26**

*Ingreso por comisión de ventas*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de empresa (Catering)	22	23	23	24	24
Ventas promedio por empresa	\$24,000.00	\$24,650.73	\$25,319.11	\$26,005.61	\$26,710.73
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
<b>Sub total</b>	<b>\$29,568.00</b>	<b>\$31,193.15</b>	<b>\$32,907.62</b>	<b>\$34,716.32</b>	<b>\$36,624.44</b>
Número de empresa (Sonido)	9	9	9	10	10
Ventas promedio por empresa	\$4,011.43	\$4,120.19	\$4,231.91	\$4,346.65	\$4,464.51
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
<b>Sub total</b>	<b>\$2,021.76</b>	<b>\$2,132.88</b>	<b>\$2,250.11</b>	<b>\$2,373.78</b>	<b>\$2,504.26</b>
Número de empresa (DJ)	8	8	8	9	9

Ventas promedio por empresa	\$1,645.71	\$1,690.34	\$1,736.17	\$1,783.24	\$1,831.59
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$737.28	\$777.80	\$820.55	\$865.65	\$913.23
Número de empresa (Presentador/Anfitriones)	6	6	6	7	7
Ventas promedio por empresa	\$2,228.57	\$2,289.00	\$2,351.06	\$2,414.81	\$2,480.28
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$748.80	\$789.96	\$833.37	\$879.18	\$927.50
Número de empresa (Buffet)	15	15	16	16	17
Ventas promedio por empresa	\$25,714.29	\$26,411.50	\$27,127.62	\$27,863.16	\$28,618.64
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$21,600.00	\$22,787.20	\$24,039.66	\$25,360.95	\$26,754.86
Número de empresa (Entoldado)	14	14	15	15	16
Ventas promedio por empresa	\$10,285.71	\$10,564.60	\$10,851.05	\$11,145.26	\$11,447.46
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$8,064.00	\$8,507.22	\$8,974.81	\$9,468.09	\$9,988.48
Número de empresa (Decoración)	15	15	16	16	17
Ventas promedio por empresa	\$27,428.57	\$28,172.27	\$28,936.13	\$29,720.70	\$30,526.55
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$23,040.00	\$24,306.35	\$25,642.30	\$27,051.68	\$28,538.52
Número de empresa (Local)	27	28	28	29	30
Ventas promedio por empresa	\$17,142.86	\$17,607.67	\$18,085.08	\$18,575.44	\$19,079.09
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%

Sub total	\$25,920.00	\$27,344.64	\$28,847.59	\$30,433.14	\$32,105.84
Número de empresa (Orquestas)	7	7	7	8	8
Ventas promedio por empresa	\$16,457.14	\$16,903.36	\$17,361.68	\$17,832.42	\$18,315.93
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$6,451.20	\$6,805.78	\$7,179.84	\$7,574.47	\$7,990.79
Número de empresa (Fotografía y video)	17	17	18	18	19
Ventas promedio por empresa	\$5,142.86	\$5,282.30	\$5,425.52	\$5,572.63	\$5,723.73
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$4,896.00	\$5,165.10	\$5,448.99	\$5,748.48	\$6,064.44
Número de empresa (Floristería)	7	7	7	8	8
Ventas promedio por empresa	\$5,142.86	\$5,282.30	\$5,425.52	\$5,572.63	\$5,723.73
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$2,016.00	\$2,126.81	\$2,243.70	\$2,367.02	\$2,497.12
Número de empresa (Animación)	9	9	9	10	10
Ventas promedio por empresa	\$3,428.57	\$3,521.53	\$3,617.02	\$3,715.09	\$3,815.82
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$1,728.00	\$1,822.98	\$1,923.17	\$2,028.88	\$2,140.39
Número de empresa (Transporte)	2	2	2	2	2
Ventas promedio por empresa	\$3,085.71	\$3,169.38	\$3,255.31	\$3,343.58	\$3,434.24
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$345.60	\$364.60	\$384.63	\$405.78	\$428.08
Número de empresa (Bartender)	2	2	2	2	2

Ventas promedio por empresa	\$1,542.86	\$1,584.69	\$1,627.66	\$1,671.79	\$1,717.12
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$172.80	\$182.30	\$192.32	\$202.89	\$214.04
Número de empresa (Piñatería)	4	4	4	4	4
Ventas promedio por empresa	\$8,228.57	\$8,451.68	\$8,680.84	\$8,916.21	\$9,157.96
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$1,843.20	\$1,944.51	\$2,051.38	\$2,164.13	\$2,283.08
Número de empresa (Pastelería)	16	16	17	17	18
Ventas promedio por empresa	\$3,085.71	\$3,169.38	\$3,255.31	\$3,343.58	\$3,434.24
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$2,764.80	\$2,916.76	\$3,077.08	\$3,246.20	\$3,424.62
Número de empresa (Invitaciones y recuerdos)	3	3	3	3	3
Ventas promedio por empresa	\$2,571.43	\$2,641.15	\$2,712.76	\$2,786.32	\$2,861.86
Comisión	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%	5.60%
Sub total	\$432.00	\$455.74	\$480.79	\$507.22	\$535.10
Total	\$132,349.44	\$139,623.77	\$147,297.92	\$155,393.86	\$163,934.79

*Nota.* Elaboración propia

Por otro lado, está el ingreso por tipo de publicidad, el cual se puede ver reflejado en la siguiente tabla, donde se tienen distintos tipos de publicidad dependiendo la que elija cada empresa para realizar dentro de la plataforma virtual.

**Tabla 27**  
*Ingreso 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
Banner skin	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00
Número de venta	4	4	4	4	4
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	88	91	93	96
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	27	28	29
<b>Total</b>	<b>\$1,451.43</b>	<b>\$1,490.78</b>	<b>\$1,531.20</b>	<b>\$1,572.72</b>	<b>\$1,615.36</b>

*Nota.* Elaboración propia.

## 9.2. PRESUPUESTO DE EGRESOS

El presente proyecto contará con los siguientes gastos generales:

**Tabla 28**  
*Gastos generales*

Gastos generales		Precio unitario	Costo mensual en dólares sin IGV	Costo anual en dólares sin IGV	IGV	Costo anual en 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 plataforma virtual		\$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 presente proyecto tendrá el siguiente presupuesto económico:

**Tabla 29**

*Presupuesto económico*

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$140,671.58	\$147,309.22	\$156,649.27	\$165,310.50	\$174,453.54
<b>Egresos</b>					
Gastos de operación	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63
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	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57
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	\$12,742.34	\$16,107.16	\$17,788.37	\$19,347.39	\$20,993.13
Mantenimientos, seguros y comisiones	\$5,375.60	\$5,906.61	\$6,653.82	\$7,346.72	\$8,166.34
Impuesto a la renta	\$18,236.73	\$20,038.18	\$22,573.08	\$24,923.73	\$27,704.32
Total egresos	\$138,795.80	\$144,493.08	\$149,456.38	\$154,058.96	\$158,202.62
Saldo	\$1,875.78	\$2,816.14	\$7,192.89	\$11,251.54	\$16,250.92
<hr/>					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV de ventas	\$25,320.88	\$26,515.66	\$28,196.87	\$29,755.89	\$31,401.64
- 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	\$14,912.38	\$16,107.16	\$17,788.37	\$19,347.39	\$20,993.13
- IGV de inversión	\$2,170.04	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>IGV a pagar</b>	<b>\$12,742.34</b>	<b>\$16,107.16</b>	<b>\$17,788.37</b>	<b>\$19,347.39</b>	<b>\$20,993.13</b>

*Nota.* Elaboración propia.

### 9.2.2. Presupuesto financiero

El presente proyecto contará con el siguiente presupuesto financiero:

**Tabla 30**

*Presupuesto financiero*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>	\$140,671.58	\$147,309.22	\$156,649.27	\$165,310.50	\$184,844.01
<b>Egresos</b>					
Gastos de Operación	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63
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	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57
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	\$480.53	\$396.46	\$309.88	\$220.71	\$128.87
Interés del préstamo	\$446.24	\$362.17	\$275.59	\$186.42	\$94.58
Mantenimientos, seguros y comisiones	\$34.29	\$34.29	\$34.29	\$34.29	\$34.29
Amortización de la Deuda (CK)	\$2,811.65	\$2,895.72	\$2,982.30	\$3,071.48	\$3,163.31
IGV a pagar	\$12,742.34	\$16,107.16	\$17,788.37	\$19,347.39	\$22,863.42
Participación laboral (8%)	\$5,337.16	\$5,874.90	\$6,629.03	\$7,329.06	\$8,156.03
Impuesto a la renta (29%)	\$18,106.32	\$19,930.59	\$22,488.98	\$24,863.83	\$27,669.34

Total egresos	\$141,919.12	\$147,645.94	\$152,639.68	\$157,273.59	\$163,319.80
Saldo	-\$1,247.54	-\$336.73	\$4,009.60	\$8,036.92	\$21,524.21
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV de Ventas	\$25,320.88	\$26,515.66	\$28,196.87	\$29,755.89	\$33,271.92
- 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	\$14,912.38	\$16,107.16	\$17,788.37	\$19,347.39	\$22,863.42
- IGV de inversion	\$2,170.04	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
IGV a pagar	\$12,742.34	\$16,107.16	\$17,788.37	\$19,347.39	\$22,863.42

*Nota.* Elaboración propia.

## CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS

### 10.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

El presente proyecto contará con el siguiente estado de pérdidas y ganancias económico:

**Tabla 31**

*Estado de ganancias y pérdidas económico*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$140,672	\$147,309	\$156,649	\$165,311	\$174,454
Utilidad bruta	\$140,672	\$147,309	\$156,649	\$165,311	\$174,454
Gastos de operación	\$71,504	\$71,504	\$71,504	\$71,504	\$71,504
Gastos de marketing	\$13,605	\$13,605	\$13,605	\$13,605	\$13,605
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	\$67,195	\$73,833	\$83,173	\$91,834	\$102,079
Gastos financieros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad antes de participaciones e impuestos	\$67,195	\$73,833	\$83,173	\$91,834	\$102,079
Participación laboral (8%)	\$5,376	\$5,907	\$6,654	\$7,347	\$8,166
Utilidad antes del impuesto	\$61,819	\$67,926	\$76,519	\$84,487	\$93,913
Impuesto a la renta (29.5%)	\$18,237	\$20,038	\$22,573	\$24,924	\$27,704
Utilidad del ejercicio	\$43,583	\$47,888	\$53,946	\$59,563	\$66,209

*Nota.* Elaboración propia.

Así mismo contará con 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	\$140,672	\$147,309	\$156,649	\$165,311	\$174,454
Utilidad bruta	\$140,672	\$147,309	\$156,649	\$165,311	\$174,454
Gastos de operación	\$71,504	\$71,504	\$71,504	\$71,504	\$71,504
Gastos de marketing	\$13,605	\$13,605	\$13,605	\$13,605	\$13,605
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	\$67,195	\$73,833	\$83,173	\$91,834	\$102,079
Gastos financieros	\$481	\$396	\$310	\$221	\$129
Utilidad antes de participaciones e impuestos	\$66,715	\$73,436	\$82,863	\$91,613	\$101,950
Participación laboral (8%)	\$5,337	\$5,875	\$6,629	\$7,329	\$8,156
Utilidad antes del impuesto	\$61,377	\$67,561	\$76,234	\$84,284	\$93,794
Impuesto a la renta (29.5%)	\$18,106	\$19,931	\$22,489	\$24,864	\$27,669
Utilidad del ejercicio	\$43,271	\$47,631	\$53,745	\$59,420	\$66,125

*Nota.* Elaboración propia.

## 10.2. FLUJO DE CAJA

El presente proyecto contará con un flujo de caja económico y financiero el cual se puede observar en las siguientes tablas:

**Tabla 33**

*Flujo de caja económico*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0.00	\$140,671.58	\$147,309.22	\$156,649.27	\$165,310.50	\$184,844.01
Ingresos por ventas		\$140,671.58	\$147,309.22	\$156,649.27	\$165,310.50	\$174,453.54
Recupero de Capital de Trabajo						\$10,170.62
Valor Residual						\$219.85
Egresos	\$21,320.67	\$136,823.31	\$142,520.59	\$147,483.89	\$152,086.47	\$157,332.43
Inversión Total	\$21,320.67					
Gastos de Operación		\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63
Participación Laboral		\$5,375.60	\$5,906.61	\$6,653.82	\$7,346.72	\$8,166.34
IGV a pagar		\$12,742.34	\$16,107.16	\$17,788.37	\$19,347.39	\$20,993.13
Impuesto a la Renta		\$18,236.73	\$20,038.18	\$22,573.08	\$24,923.73	\$27,704.32
Flujo de caja económico	-\$21,320.67	\$3,848.27	\$4,788.63	\$9,165.38	\$13,224.03	\$27,511.58
Aporte de capital	\$21,320.67					
Saldo de caja residual	\$0.00	\$3,848.27	\$4,788.63	\$9,165.38	\$13,224.03	\$27,511.58
Saldo de caja acumulada	\$0.00	\$3,848.27	\$8,636.90	\$17,802.29	\$31,026.32	\$58,537.90

*Nota.* Elaboración propia.

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

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$14,924.47	\$140,671.58	\$147,309.22	\$156,649.27	\$165,310.50	\$195,234.48
Ingresos por ventas		\$140,671.58	\$147,309.22	\$156,649.27	\$165,310.50	\$184,844.01
Recupero de Capital de Trabajo						\$10,170.62
Préstamo	\$14,924.47					\$0.00
Valor Residual						\$219.85
Egresos	\$21,320.67	\$139,946.63	\$145,673.45	\$150,667.18	\$155,301.09	\$162,449.61
Inversión Total	\$21,320.67					
Gastos de Operación		\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63	\$100,468.63
Participación Laboral		\$5,337.16	\$5,874.90	\$6,629.03	\$7,329.06	\$8,156.03
IGV a pagar		\$12,742.34	\$16,107.16	\$17,788.37	\$19,347.39	\$22,863.42
Impuesto a la Renta (29.5%)		\$18,106.32	\$19,930.59	\$22,488.98	\$24,863.83	\$27,669.34
Servicio de deuda		\$3,292.18	\$3,292.18	\$3,292.18	\$3,292.18	\$3,292.18
Amortización		\$2,811.65	\$2,895.72	\$2,982.30	\$3,071.48	\$3,163.31
Gastos financieros		\$480.53	\$396.46	\$309.88	\$220.71	\$128.87
Subtotal del flujo de caja financiero		\$724.95	\$1,635.77	\$5,982.09	\$10,009.41	\$32,784.87
Escudo fiscal del gasto financiero		\$144.16	\$118.94	\$92.96	\$66.21	\$38.66
Flujo de caja financiero	-\$6,396.20	\$869.11	\$1,754.70	\$6,075.05	\$10,075.62	\$32,823.54

Aporte de capital	\$6,396.20					
Saldo de caja residual	\$0.00	\$869.11	\$1,754.70	\$6,075.05	\$10,075.62	\$32,823.54
Saldo de caja acumulada	\$0.00	\$2,511.04	\$6,460.08	\$15,296.87	\$28,716.99	\$64,951.13

---

*Nota.* Elaboración propia.

## CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO

El presente proyecto cuenta con un equilibrio económico y financiero el cual se ve reflejado en las siguientes tablas:

**Tabla 35**  
*Equilibrio económico*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anual	\$140,672	\$147,309	\$156,649	\$165,311	\$174,454
Ingreso unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por pertenecer a la plataforma virtual	42.86	42.86	42.86	42.86	42.86
Ingreso por comisión de venta	10419.29	10701.79	10991.96	11290.00	11596.11
Ingreso por publicidad	49.48	49.48	49.48	49.48	49.48
Ingreso por comisión del 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	10532.81	10815.32	11105.49	11403.52	11709.64
Promedio	2106.56	2163.06	2221.10	2280.70	2341.93
Gasto 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	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57
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	\$102,441.12	\$102,441.12	\$102,441.12	\$102,441.12	\$101,338.82

Punto de equilibrio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio de producción	10	9	9	9	9
Punto de equilibrio en dólares	\$20,488.2 2	\$20,488.2 2	\$20,488.2 2	\$20,488.2 2	\$20,267.7 6

*Nota.* Elaboración propia.

**Tabla 36**  
*Equilibrio financiero*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anual	\$140,671.58	\$147,309.22	\$156,649.27	\$165,310.50	\$174,453.54
Ingreso unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por pertenecer a la plataforma virtual	42.86	42.86	42.86	42.86	42.86
Ingreso por comisión de venta	10419.29	10701.79	10991.96	11290.00	11596.11
Ingreso por publicidad	49.48	49.48	49.48	49.48	49.48
Ingreso por comisión del 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	10532.81	10815.32	11105.49	11403.52	11709.64
Promedio	2106.56	2163.06	2221.10	2280.70	2341.93
Gastos Fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administracion	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06	\$86,864.06
Gastos de marketing	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57	\$13,604.57
Depreciacion	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$1,146.27	\$43.97
Amortizacion	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22	\$826.22
Gastos Financieros	\$480.53	\$396.46	\$309.88	\$220.71	\$128.87
Amortizacion de la Deuda (CK)	\$2,811.65	\$2,895.72	\$2,982.30	\$3,071.48	\$3,163.31
Total	\$105,733.31	\$105,733.31	\$105,733.31	\$105,733.31	\$104,631.01
Punto de equilibrio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio de producción	10	10	10	9	9
Punto de equilibrio en dólares	\$21,146.66	\$21,146.66	\$21,146.66	\$21,146.66	\$20,926.20

*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 económicamente 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 tomo referencia de Gestion.pe (2020) para tomar la tasa de riesgo del país de 2.41% el cual se encuentra en los datos de la tabla 37.

**Tabla 37**

*Datos para hallar la tasa de descuento*

COK	Costo de oportunidad del capital COK ( tasa de interés pasiva) Se elige la mejor Tasa anual pasiva del banco según la SBS	10.00%	0.1000
ra	Se elige la tasa de interés anual activa del Banco más conveniente según la SBS	2.99%	0.0299
R	Tasa de Riesgo (Se elige la tasa de riesgo país para las inversiones)	2.41%	0.0241
t	Impuesto a la renta	29.50%	0.2950

*Nota.* Elaboración propia.

Después de aplicar la formula respectiva, se obtuvo una tasa de descuento económica de 12.41% la cual se puede observar en la tabla 38.

**Tabla 38**  
Tasa de descuento económica

dE =	Kp	*	(COK +R)	+	Ka	*	ra
dE =	$\frac{\text{aporte propio}}{\text{inv. Total}}$	*	(COK +R)	+	$\frac{\text{préstamo}}{\text{inv. Total}}$	*	ra
dE =	$\frac{21028.10}{21028.10}$	*	0.12410	+	$\frac{0.00}{21028.10}$	*	0
dE =	1	*	0.12410	+	0	*	0
dE =	<b>0.1241</b>	----->	dE		<b>12.41%</b>		

Nota. Elaboración propia.

Después de aplicar la formula respectiva se obtuvo una tasa de descuento financiera de 5.20% la cual se puede observar en la tabla 39.

**Tabla 39**  
Tasa de descuento financiera

dF =	Kp	*	(COK +R)	+	Ka	*	ra	*	(1 - t)
dF =	$\frac{\text{aporte propio}}{\text{inv. Total}}$	*	(COK +R)	+	$\frac{\text{préstamo}}{\text{inv. Total}}$	*	ra	*	(1 - 0,295)
dF =	$\frac{6308.43}{21028.10}$	*	0.1241	+	$\frac{14719.67}{21028.10}$	*	0.02990	*	0.705
dF =	0.3	*	0.1241	+	0.7	*	0.02990	*	0.705
dF =	0.05199	----->	dE		5.20%				

Nota. Elaboración propia.

## **12.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA**

### **12.2.1. VANE**

El presente proyecto cuenta con una VANE de \$10,288.80, la cual es mayor a cero es decir que es conveniente invertir en el proyecto, así mismo que es rentable dado a que genera su propia rentabilidad.

### **12.2.2. TIRE**

El presente proyecto cuenta con una TIRE de 26.07% la cual es mayor que la tasa de descuento económica (COK) la cual es de 12.41%, determinando así que el proyecto es rentable económicamente.

### **12.2.3. B/C económico**

El proyecto cuenta con un B/C económico de 1.02, el cual es mayor que uno por lo que se determina que el proyecto es rentable económicamente. El valor presente de los ingresos supera el valor presente de los egresos. Por cada dólar que se invierte se gana 1.07 dólares.

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

El proyecto tendrá un periodo de recupero de 3 años, 3 meses y 18 días. Es decir que pasado ese tiempo se podrán recuperar el capital invertido.

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

El proyecto cuenta con un índice de rentabilidad de 1.48, el cual es mayor a uno y quiere decir que por cada dólar invertido le está generando al proyecto una mayor rentabilidad.

## **12.3. EVALUACIÓN FINANCIERA**

### **12.3.1. VANF**

El presente proyecto cuenta con una VANF de \$19,951.40, la cual es mayor a cero es decir que es conveniente invertir en el proyecto, así mismo que es rentable dado a que genera su propia rentabilidad.

### **12.3.2. TIRF**

El presente proyecto cuenta con una TIRF de 52.48% la cual es mayor que la tasa de descuento económica (COK) la cual es de 5.20%, determinando así que el proyecto es rentable económicamente.

**12.3.3. B/C financiero**

El proyecto cuenta con un B/C económico de 1.03, el cual es mayor que uno por lo que se determina que el proyecto es rentable económicamente. El valor presente de los ingresos supera el valor presente de los egresos. Por cada dólar que se invierte se gana 1.08 dólares.

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

El proyecto tendrá un periodo de recupero de 2 años, 9 meses y 18 días. Es decir que pasado ese tiempo se podrán recuperar el capital invertido.

**12.3.5. Índice de rentabilidad financiero**

El proyecto cuenta con un índice de rentabilidad de 4.12, el cual es mayor a uno y quiere decir que por cada dólar invertido le está generando al proyecto una mayor rentabilidad.

## 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 un 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, la cual se puede observar en la tabla 40.

**Tabla 40**  
*Sensibilidad económica*

	VANE	TIRE	B/CE	IR
100%	\$10,288.80	26.07%	1.02	1.48
90%	\$6,903.55	21.95%	1.01	1.32
80%	\$3,549.01	17.54%	1.01	1.17
70%	\$224.80	12.75%	1.00	1.01
60%	-\$3,069.45	7.48%	0.99	0.86
50%				
40%				
30%				
20%				
10%				

*Nota.* Elaboración propia

### 13.2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

Del mismo modo el presente proyecto soporta hasta un 40% de atención a las 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 económicamente, la cual se puede observar en la tabla 41.

**Tabla 41**  
*Sensibilidad financiera*

	VANF	TIRF	B/CF	IR
100%	\$19,951.40	52.48%	1.03	4.12
90%	\$15,609.55	44.28%	1.02	3.44
80%	\$11,308.77	35.38%	1.02	2.77
70%	\$7,048.53	25.50%	1.01	2.10
60%	\$2,828.31	14.16%	1.00	1.44
50%	-\$1,352.37	0.34%	1.00	0.79
40%				
30%				
20%				
10%				

---

*Nota.* Elaboración propia.

## CONCLUSIONES

- El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una Tasa Interna de Retorno económica de 26.07 % por encima del costo de oportunidad del capital y con una Tasa Interna de Retorno Financiera de 52.48% por encima del costo de oportunidad de capital. Así mismo el Valor Presente Neto en ambos flujos de caja obtuvo como resultados un valor mayor a cero.
- La existencia de la demanda insatisfecha genera una brecha del 100% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de una empresa de servicio de intermediación online entre empresas de eventos y clientes finales, dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.
- La empresa de servicio de intermediación online entre empresas de eventos y clientes finales, tendrá una capacidad efectiva de 152 empresas para el año 2021.
- El proyecto estará ubicado estratégicamente en la calle Grau #136.
- El proceso del servicio de intermediación online entre empresas de eventos y clientes finales se encuentra diseñado con las mejores prácticas para cubrir su programación, optimizando costos y tiempos enfocados a la calidad.
- El tipo de sociedad que desarrollara el proyecto será la de Sociedad Anónima Cerrada la cual garantiza la viabilidad administrativa y organizacional del proyecto cuya estructura funcional y jurídica contara con personal especializado.
- El proyecto tiene una inversión total de \$ 21,020.10 siendo su capital de trabajo \$ 10,724.25 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco Scotiabank, por un monto de \$ 14,924.47 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 del 12.41% y 5.20% respectivamente resultando un VANE de \$ 10,288.80, VANF de \$19,951.40, TIRE de 26.07% y TIRF de 52.48%, evidenciando la viabilidad del proyecto.
- Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en el número de empresas de servicios que pertenecen a la plataforma, cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad de proyecto resultando el VANE varia en \$ 224.80 aprox. y la TIRE en 12.75% soportando una caída del 30%. Por otro lado, si la VANF varía en \$ 2,828.31 y el TIRF en 14.16% soporta hasta una caída del 40% respectivamente.

## 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 enfrente a situaciones 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 intermediación online entre empresas de eventos y clientes finales.

## BIBLIOGRAFÍA

- 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>
- 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)
- 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/leyrepressioncompetenciadesleal.pdf>
- Graficolor: Corporación gráfica. (2019). *Productos: Banner y Viniles*. Obtenido de <https://www.graficolor.pe/productos/roll-screen-2x1-banner-12-onzas-1440-pdi/>
- Graficolor: Corporación gráfica. (2019). *Productos: Banner y Viniles*. Obtenido de Graficolor: Corporación gráfica: <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),
- 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/>
- Nieto Melgarejo, P. (2016). El comercio electrónico y la contratación electrónica: Bases del mercado virtual. *Foro Jurídico*, 55-76. Obtenido de <file:///C:/Users/ACER/Downloads/19835-Texto%20del%20art%C3%ADculo-78858-1-10-20180418.pdf>
- 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/>

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

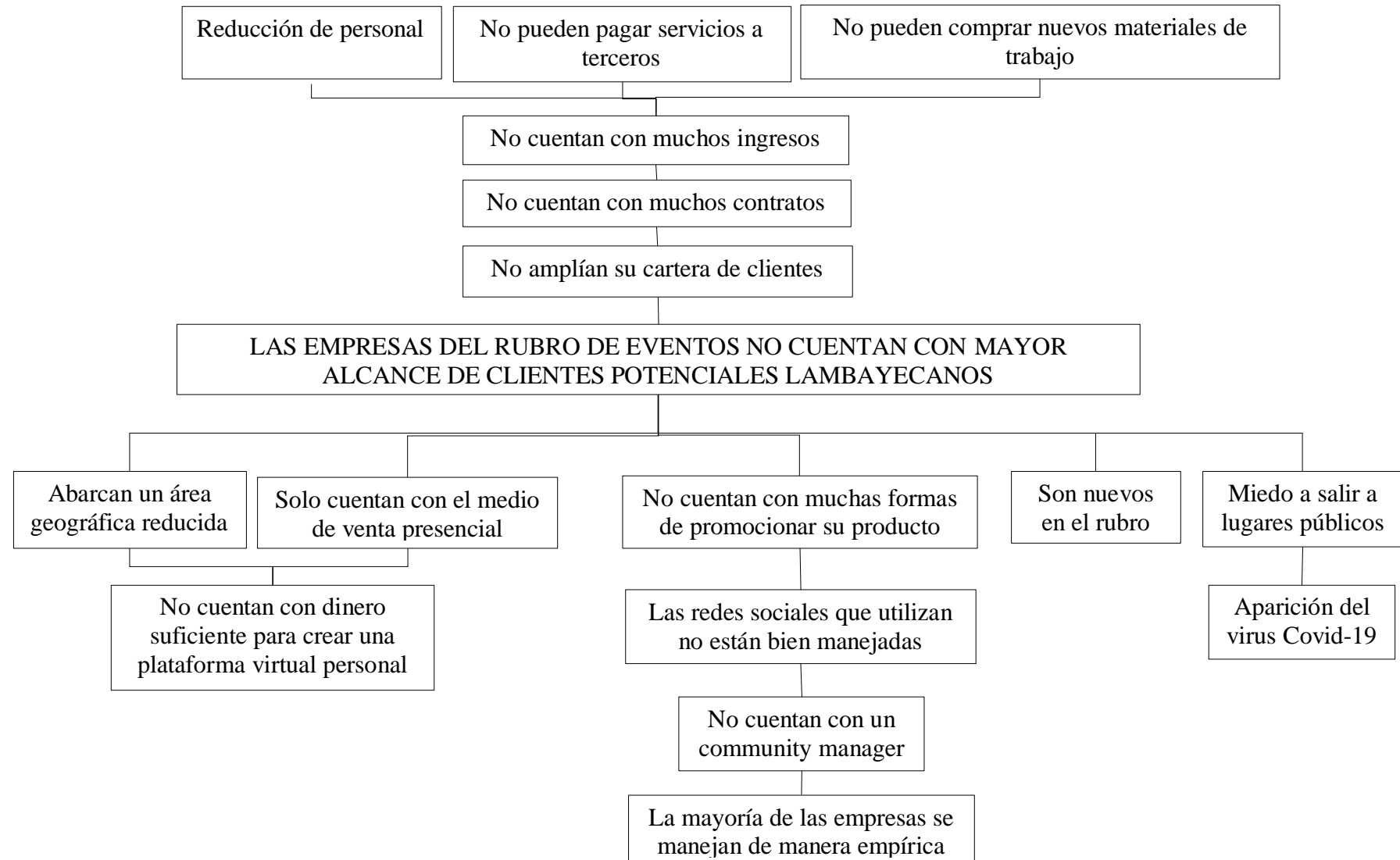


Figura 21 Árbol de problemas

Nota. Elaboración propia.

## B. CANVAS

**Tabla 42**  
**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 religiosos, 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 plataforma virtual</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 religiosos 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.

### A.1.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 (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: Blue Sky S.A.C. proporcionará un servicio de intermediación online entre empresas de eventos religiosos 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 Blue Sky 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 Blue Sky 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 Blue Sky 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 5.6% 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 Blue Sky 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