

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



**PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO DELIVERY CON ENFOQUE A  
LA COMIDA RÁPIDA**

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

**AUTOR**

**LUIS FERNANDO CHIMOY MUÑOZ**

**ASESOR**

**MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA**

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

**Chiclayo, 2020**

## **DEDICATORIA**

La presente investigación lo dedico a Dios y a mi familia, especialmente a mis padres por todo el apoyo incondicional que me han brindado durante los cinco años de carrera universitaria, alentándome en mis triunfos y a la vez en mis caídas, siempre brindándome toda su confianza en cada una de mis decisiones.

## **AGRADECIMIENTO**

A todas las personas que hicieron posible la realización de mi proyecto de inversión con su presencia, a mis familiares, compañero y docentes. Así mismo, a mi Asesor Milagro Carmen Gamarra Uceda, por guiarme en la elaboración del proyecto y por la paciencia durante el proceso de investigación.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación es un proyecto de inversión para la creación de un servicio delivery con enfoque a la comida rápida, direccionando la investigación a los niveles socioeconómicos A, B y C de la ciudad de Chiclayo. Se escogió esta variable psicográfica porque allí se encuentran personas que tienen una mayor aceptación para realizar sus compras mediante un servicio por delivery.

Para llevar a cabo este proyecto, al hacer la evaluación de las inversiones tanto tangible e intangible, se ha determinado que la inversión total tiene un monto de S/. 222 762, siendo la inversión tangible S/. 8 886, y lo intangible S/. 1 809, y de acuerdo a esa inversión total requerida, se aportará de capital propio el 60% que es S/. 133 657.34, y el 40% será financiado en una entidad bancaria por un monto de S/. 89 104.90.

Así mismo, se realizó un estudio para conocer la viabilidad del proyecto de inversión, utilizando indicadores como el Van, Tir, análisis de sensibilidad, punto de equilibrio y estados financieros.

El estudio de factibilidad de la investigación se desarrolló en función al objetivo principal, que es buscar la viabilidad del presente proyecto de inversión. Finalmente, se demostró que el proyecto de inversión es viable económica y financiera, teniendo un VANE de S/170 856 y una VANF de S/. 203 808.8; además las tasas de interés de retorno fueron 46% económico y 71% financiero, siendo mayores que el costo promedio ponderado (12,86%) y el costo de oportunidad (15%).

**Palabras clave:** servicio delivery, rentabilidad, comida rápida.

## **ABSTRACT**

This research work is an investment project for the creation of a delivery service with a focus on fast food, directing the research to socioeconomic levels A, B and C of the city of Chiclayo. This psychographic variable was chosen because there are people who have a greater acceptance to make their purchases through a delivery service.

To carry out this project, when evaluating both tangible and intangible investments, it has been determined that the total investment has an amount of S /. 222 762, the tangible investment being S /. 8 886, and the intangible S /. 1 809, and according to that total required investment, own capital will be contributed, 60%, which is S /. 133 657.34, and 40% will be financed in a bank for an amount of S /. 89 104.90.

Likewise, a study was carried out to determine the viability of the investment project, using indicators such as the Van, Tir, sensitivity analysis, break-even point and financial statements.

The research feasibility study was developed based on the main objective, which is to seek the viability of this investment project. Finally, it was shown that the investment project is economically and financially viable, having a VANE of S / 170 856 and a VANF of S /. 203 808.8; In addition, the interest rates of return were 46% economic and 71% financial, being higher than the weighted average cost (12.86%) and the opportunity cost (15%).

**Keywords:** delivery service, profitability, fast food.

# ÍNDICE

## DEDICATORIA

## AGRADECIMIENTO

## RESUMEN

## ABSTRACT

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN .....	11
1. METODOLOGÍA .....	11
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	15
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO.....	20
1. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO .....	20
2. PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	21
3. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO .....	21
4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA - PROYECCIÓN .....	21
5. ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN.....	23
6. BALANCE DEMANDA OFERTA .....	23
7. PLAN DE MARKETING.....	24
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO .....	28
1. TAMAÑO – MERCADO.....	28
2. TAMAÑO – TECNOLOGÍA.....	28
3. TAMAÑO - DISPONIBILIDAD DE MATERIALES .....	28
4. TAMAÑO – FINANCIAMIENTO .....	28
5. TAMAÑO – COSTO UNITARIO .....	29
6. TAMAÑO – RENTABILIDAD .....	29
7. SELECCIÓN DEL TAMAÑO .....	29
CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	31
1. FACTORES DE LOCALIZACIÓN .....	31
2. MACRO LOCALIZACIÓN .....	31
3. MICRO LOCALIZACIÓN.....	32
4. MÉTODOS PARA DECIDIR LA LOCALIZACIÓN.....	32
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	33
1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS .....	33
2. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	33
3. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO .....	38
4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	39
5. PROGRAMA .....	39
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN .....	40
1. ASPECTO LEGAL .....	40
2. ASPECTO ORGANIZACIONAL .....	42
CAPÍTULO VII: INVERSIÓN.....	53
1. INVERSIÓN.....	53
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO.....	54
1. Fuentes de Financiamiento .....	54

2. Evaluación del Préstamo .....	54
CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS .....	55
1. PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	55
2. PRESUPUESTO DE EGRESOS .....	56
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS .....	58
1. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS. ....	58
2. FLUJO DE CAJA .....	58
CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO .....	60
CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	61
1. TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	61
2. EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	61
3. EVALUACIÓN FINANCIERA .....	62
CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	63
1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA.....	63
2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA.....	63
CONCLUSIONES .....	64
RECOMENDACIONES .....	65
BIBLIOGRAFÍA .....	66
ANEXOS .....	68
Anexo 1: Árbol de problema.....	68
Anexo 2: Inversión detallada.....	69

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables .....	14
Tabla 2 Foda .....	17
Tabla 3 Cálculo de la tasa de crecimiento .....	22
Tabla 4 Proyección de la población .....	22
Tabla 5 Población de familias .....	23
Tabla 6 Demanda proyectada .....	23
Tabla 7 Demanda insatisfecha .....	24
Tabla 8 Fuente de financiamiento.....	29
Tabla 9 Selección del tamaño .....	29
Tabla 10 Macro Localización .....	31
Tabla 11 Micro Localización.....	32
Tabla 12 Diseño del sistema del proyecto: Hardware y Software .....	36
Tabla 13 Descripción de los activos .....	38
Tabla 14 Cronograma de actividades .....	39
Tabla 15 Programa.....	39
Tabla 16 Requerimiento Administrador .....	49
Tabla 17 Requerimiento Gerente de Operaciones y Logística .....	50
Tabla 18 Requerimiento Recepcionista .....	51
Tabla 19 Requerimiento Motorizado.....	52
Tabla 20 Estructura de la inversión .....	53
Tabla 21 Programa de inversión .....	53
Tabla 22 Fuentes de financiamiento .....	54
Tabla 23 Evaluación financiera .....	54
Tabla 24 Periodo del saldo financiado .....	54
Tabla 25 Participación de mercado .....	55
Tabla 26 Presupuesto de ingresos de Pollo a la Brasa.....	55
Tabla 27 Presupuesto de ingresos de Pizzas.....	55
Tabla 28 Presupuesto de ingresos de Hamburguesas .....	56
Tabla 29 Ingresos totales .....	56
Tabla 30 Presupuesto económico .....	56
Tabla 31 Presupuesto financiero.....	57
Tabla 32 Estado de pérdidas y ganancias .....	58

Tabla 33 Flujo de caja económico y financiero .....	59
Tabla 34 Equilibrio del proyecto año por año .....	60
Tabla 35 Equilibrio total.....	60
Tabla 36 Tasa de descuento Económico y Financiero.....	61
Tabla 37 Análisis de Sensibilidad Económica .....	63
Tabla 38 Análisis de Sensibilidad Financiera.....	63
Tabla 39 Inversión Tangible .....	69
Tabla 40 Inversión Intangible .....	69
Tabla 41 Capital de Trabajo .....	70

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de Operación.....	33
Figura 2. Flujograma .....	34
Figura 3. Distribución de la planta .....	35
Figura 4. Organigrama de Punto Market .....	48

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN**

### **1. METODOLOGÍA**

#### **1.1. Tipo de Investigación**

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

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

#### **1.2. Línea de investigación**

Gestión empresarial para la innovación

### 1.3. Situación problemática

Actualmente, a nivel mundial se está viviendo una de las etapas más dolorosas de todos los tiempos, ocasionado por la propagación del Covid-19 en todo el mundo, siendo el causante de llevar a más de un tercio de la población mundial a tomar la decisión de no salir de sus hogares. De esta manera, se han visto afectadas las economías más grandes, así como también el sufrimiento humano generado por la crisis de salud.

Así mismo, podemos identificar que en nuestro país se observa el incremento excesivo de personas contagiadas, siendo los lugares de comercialización de productos para el consumo humano los principales focos de propagación del covid-19 en el Perú. Por ello, los mercados y supermercados serán siendo por un largo tiempo los principales puntos de aglomeración de personas, ocasionando posibles contagios del Covid-19 (Grade, 2020).

De este modo, ante la presente problemática identificada en los lugares de comercialización de productos para el consumo humano, se pretende realizar el presente proyecto Punto Market, a fin de brindar a las familias Chiclayanas un servicio delivery de comida rápida. Es así, que mediante el presente proyecto de inversión, se busca evitar las aglomeraciones en los diferentes centros de abasto, y que las personas adquieran ciertos productos sin la necesidad de salir de sus hogares.

### 1.4. Formulación del problema

¿Es viable económica y financieramente la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida?

### 1.5. Determinación de los objetivos

#### a. Objetivo general

Evaluar la viabilidad económica y financiera para la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida.

#### b. Objetivos específicos

1. Determinar la demanda insatisfecha del servicio delivery con enfoque a la comida rápida
2. Determinar el tamaño de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida.
3. Determinar la localización de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida.
4. Determinar el proceso de servicio adecuado para de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida.

5. Determinar el tipo de sociedad a conformar para la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida.
6. Estimar los requerimientos de inversión y financiamiento para de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida.
7. Estimar los indicadores económicos y financieros de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida.
8. Estimar la sensibilidad económica y financiera de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida.

**1.6.** Título

Proyecto de inversión privada para la implementación de un servicio delivery con enfoque a la comida rápida

## 1.7. Operacionalización de variable

Tabla 1

*Operacionalización de variable*

VARIABLE	DIFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VIABILIDAD	Se refiere a los estudios técnicos económicos que se desarrollan para evaluar la pertinencia de ejecutar un proyecto determinado.	Mercado	Nivel Socio Económico
			Estilos de Vida
			Servicio
			Demanda del servicio
			Oferta del servicio
			Ingresos
			Población Objetivo
			Tasa de crecimiento poblacional
			Factor de consumo
			Tasa de crecimiento del sector
		Técnica	Factores cualitativos de la localización
			Factores cuantitativos de la localización
			Participación del mercado
			Cantidad de servicio a cubrir
			Tipo de empresa
			Instrumentos de organización
			VANE - VANF
TIRE - TIRF			
b/c E – b/c F			
Económica – Financiera	COK		
	WACC		
	PRCE – PRCF		
			IRE - IRG
			PRECIO DEL PRODUCTO

*Nota:* Elaboración propia

## 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 2.1. Análisis del entorno económico

#### a. Político-legal

Para el proyecto de inversión, se tomó en cuenta leyes y reglamentos que están orientado con el presente estudio, con la finalidad de asegurar el bienestar y la salud de los consumidores, usuarios y clientes.

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

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

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

#### b. Tecnológico

Las herramientas tecnológicas que hemos considerado utilizar para Punto Market están orientados a la creación de una página web, así como también, la utilización de redes sociales como Facebook, Instagram y Whatsapp que nos ayudaran a tener una mayor llegada a nuestros futuros clientes.

La inversión será media-baja en función a los especialistas que se encargaran de la creación de la página web, y los diseñadores que se encargaran del logo de la empresa.

c. Económico

En el Perú, se estima que el PBI caería en un 3.7% para este año por efecto del Covid-19, siendo las micro y pequeñas empresas (mypes) las que se encuentran más afectadas ante el estado de emergencia por la caída progresiva de la demanda de sus productos. Además, es importante señalar que las mypes desempeñan un papel importante en desarrollo de la economía nacional, constituyendo más del 99% de las unidades empresariales en el Perú, creando un promedio del 85% de total de puestos de trabajo y generando un aproximado del 40% del producto bruto interno (Peruano, 2020).

Por otro lado, la gastronomía peruana ha ido en crecimiento en los últimos años, así como también la comida rápida y el servicio delivery. El último reporte de la consultora Euromonitor International indica que al término del año 2018 el mercado de comida rápida y servicio delivery movió \$2 241.9 millones, cifra bastante alta, más aun si tenemos en cuenta que en los años 2013 y 2018 el crecimiento histórico fue de 36.6%, lo que generaba que para el año 2019 el negocio creciera 6.4% más (Fattorini, 2019).

En este sentido, Punto Market aprovechará las ventajas del crecimiento gastronómico así como también la aceptación del servicio delivery de comida rápida, a fin de comercializar ciertos productos a precios competitivos.

d. Demográfico

Punto Market después de conocer el crecimiento de esta tendencia de comprar comida rápida por medio de un servicio delivery, identificó los lugares donde utilizan con mayor frecuencia este servicio, siendo la urb. Santa Victoria, urb. Los Parques, urb. Villarreal, urb. Patazca, urb. La Primavera, urb. Santa Ángela, Los Pinos de la Plata, así como también algunos condominios ubicados en la carretera Pimentel.

Por otro lado, nuestro público objetivo son hombres y mujeres que pertenecen al nivel socioeconómico A, B y C, que se encuentran en la ciudad de Chiclayo.

Por último, respecto a la modalidad de entrega, será fundamental contar con vehículos motorizados para cumplir con los pedidos solicitados

puntualmente y de esta forma evitar demoras por el tráfico fuerte en diferentes zonas.

**2.2.** FODA  
**Tabla 2**  
*Foda*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio personalizado.</li> <li>• Contacto constante con el cliente durante las compras (Revisión de estado de producto y recorrido de servicio)</li> <li>• Uso de tecnología para la difusión de la información (Facebook)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baja lealtad de los consumidores hacia las empresas existentes</li> <li>• El servicio está orientado a cubrir una necesidad básica</li> <li>• Existen pocos competidores en el mercado</li> <li>• Aumento del uso de delivery por parte de las personas</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualmente no se cuenta con un plan de publicidad, solo con el llamado Marketing boca a boca</li> <li>• Capacidad operativa limitada para atender al mercado potencial, ya que nos enfocamos en pocos distritos de Chiclayo</li> <li>• Bajo poder de negociación con proveedores</li> <li>• Empresa nueva sin experiencia</li> <li>• Bajo posicionamiento</li> <li>• Los costos de transporte reducen ganancias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competidores con alto nivel de financiamiento</li> <li>• Ingresos de nuevos competidores, por coyuntura.</li> <li>• Incremento de costo de combustible</li> </ul>

*Nota:* Elaboración propia.

**2.3.** Justificación

Según Barranzuela (2019), se a identificado un gran crecimiento en las compras por internet, siendo los aplicativos de delivery el servicio mas utilizado. Además, son la generación millennials los que recurren a este servicio, ya que están más familiarizados con el uso de las tecnologías. Sin embargo, Kantar menciona que el 19% de las amas de casa del país ya usan las Apps de delivery, y la tendencia es que cada vez se sumen más hogares a este tipo de servicio que permite ser atendido desde el lugar en donde te encuentres (Trigoso, 2019).

Por ende, debido a la nueva tendencia y a la coyuntura actual se ha planteado la idea de crear un proyecto de inversión orientada a la compra de comida rápida, brindando un servicio delivery en la ciudad de Chiclayo. De esta manera, los usuarios podrán ahorrar tiempo, una ventaja muy valorada por ellos,

ya que evitan trasladarse de manera física al lugar, e incluso evitan las largas filas en los establecimientos.

Asimismo, este sistema permite que los clientes una vez realizado su pedido puedan consultar la ubicación de este en tiempo real, de esta manera podrán planificar mejor el momento de recibir sus compras. Del mismo modo, garantiza que los clientes confíen en este sistema y se sientan cómodos con su uso, reduciendo la incertidumbre que el usuario ha estado acostumbrado a sentir (Tecnológica, 2018).

Por otro lado, contribuirá con un problema real y actual, en este caso a través de su uso se evitará que las personas circulen por las calles en búsqueda de productos, logrando que más personas cumplan con el estado de emergencia, y a su vez la disminución de personas contagiadas en el país (PerúRetail, 2020).

#### **2.4. Marco legal**

Para el proyecto de inversión, se tomó en cuenta leyes y reglamentos que están orientado con el presente estudio, con la finalidad de asegurar el bienestar y la salud de los consumidores, usuarios y clientes.

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

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

Para que el cliente pueda registrarse como nuevo usuario la página web le solicita ingresar un correo electrónico, asimismo, le da la opción al cliente si quiere o no recibir ofertas o promociones a través de ese medio. Por tanto, nuestra empresa debe cumplir con tres leyes: la Ley N° 28493 - Ley que regula el uso del correo electrónico comercial no solicitado (SPAM), la Ley N° 27419 – Ley sobre Notificación por Correo Electrónico y la Ley 27291- Ley que modifica

el Código Civil permitiendo la Utilización de los medios Electrónicos para la Comunicación de la Manifestación de Voluntad y la Utilización de la Firma Electrónica.

**2.5.** Unidad formuladora y unidad ejecutora

La unidad formuladora queda a cargo del bachiller en administración Luis Fernando Chimoy Muñoz. La unidad ejecutora según el Registro de Escrituras Públicas de Constitución de Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, será denominada: “Punto Market” E.I.R.L.

**2.6.** Clasificación productiva sectorial

Según la Clasificación Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIIU) el proyecto se encuentra clasificado de la siguiente manera:

- **Clase I:** Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.
- **Grupo:** 562 - Suministro de comidas por encargo y otras actividades de servicio de comidas
- **Clase:** 5629 - Otras actividades de servicio de comidas

## **CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO**

### **1. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL PRODUCTO**

Los cambios tecnológicos que se están desarrollando hace más de una década han originado transformaciones en todos los sectores de la economía y negocios, de esta manera la tecnología obliga adaptarse a los nuevos cambios que necesitan tener los modelos de trabajo para brindar un mejor servicio. Por ello, la aparición de aplicaciones de reparto o delivery han logrado un fuerte posicionamiento en el mercado, volviéndose una gran solución para los clientes que prefieren solicitar ciertos productos desde la comodidad de sus casas (Verona, 2020).

Según García (2020), ante el estado de emergencia que vive todo el mundo los restaurantes y bares fueron obligados a cerrar sus establecimientos, es así que el servicio por delivery tomo un mayor protagonismo, y es hoy en día el salvavidas para muchas empresas principalmente en el sector gastronómico. De esta manera, el servicio delivery orientado a la comida rápida, consiste en distribuir los productos a domicilio, siendo una opción para los cliente que consumen comida rápida y buscan no salir del lugar de donde se encuentran.

Para implementar el servicio por delivery, es importante adecuar la infraestructura con la finalidad de generar un adecuado funcionamiento del sistema, para ello Punto Market contará con una oficina de tamaño regular, en donde se instalará el administrador y la persona encargada de recepcionar los pedidos solicitados por los usuarios

Por otro lado, cada cliente al momento de realizar algún pedido, debe saber el tiempo que tardará en llegar el producto solicitado. Por ello, se calculará los tiempos desde el momento que se solicita el pedido hasta que llegue a la puerta del cliente, para esto, se les brindará a los usuarios el tiempo exacto en el que llegara sus pedidos según el lugar donde se encuentren.

Además, es necesario realizar una propuesta adaptada al servicio delivery, por ello, Punto Market tomará en cuenta cuales son los alimentos adecuados para el reparto a domicilio, considerando que muchos productos se pueden deteriorar al momento de su traslado. En consecuencia, la presente investigación ofrecerá la venta de hamburguesas, pizzas y como plato bandera el pollo a la brasa.

Por otro lado, al momento de realizar la propuesta sobre los productos que van a considerarse para el servicio delivery, se tomará en cuenta un coste adecuado para ser una empresa competitiva. Así mismo, se utilizará las redes sociales y la página web para

dar a conocer nuestro servicio, teniendo en cuenta el gran potencial de clientes que podemos conseguir vía internet, además, se considerará diferentes medios de pago sin contacto: pagos online con tarjetas o con aplicaciones específicas.

Finalmente, es importante evaluar la rentabilidad y los costos de la empresa, ya que este punto requiere de un medio de transporte para hacer llegar los pedidos. De esta manera, el servicio por delivery de Punto Market contará con 3 motorizados que se encargaran de dirigirse a las empresas con las cuales estamos asociados.

## **2. PERFIL DEL CONSUMIDOR**

Delivery Punto Market está dirigido para familias económicamente activos que pertenecen al nivel socioeconómico A, B y C, cuya característica sea el de utilizar servicios por delivery de comida rápida.

## **3. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO**

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

## **4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA - PROYECCIÓN**

### **4.1. Información Primaria y secundaria**

En el presente proyecto de inversión, se tomó como información primaria el desarrollo de un cuestionario sobre la creación de una empresa que brinda el servicio top delivery, en donde manifiestan que el 92.2% de las personas encuestadas estarían dispuestos a utilizar una App para solicitar una variedad de productos desde la comodidad de su hogar.

Por otro lado, se tomó como información secundaria la tesis realizada por Ramírez, Piscoya, Reinoso & Rivera (2018) estudiantes de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Así mismo, se trabajó con información del INEI para determinar la población a la cual está dirigido nuestro servicio.

### **4.2. Proyección de la Demanda:**

El primer paso para elaborar la proyección de la demanda, comienza con encontrar la tasa de crecimiento en base a la población que está dirigido el servicio. Por ende, se tomó como población a los habitantes de la ciudad de Chiclayo, teniendo como fuente de datos la página web del INEI.

**Tabla 3***Cálculo de la tasa de crecimiento*

Años	Población	Tasa Crec. Anual
2015	294777	
2016	294124	-0.00221523
2017	296438	0.00786743
2018	298714	0.00767783
2019	301082	0.00792732
2020	302996	0.00635707
Resultados		0.00552288
		0.55%

*Nota:* Elaboración propia.

Posteriormente, teniendo calculada la tasa de crecimiento se proyectó a la población para los años 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025.

**Tabla 4***Proyección de la población*

Años	Población
2015	294777
2016	294124
2017	296438
2018	298714
2019	301082
2020	302996
2021	304667
2022	306347
2023	308037
2024	309736
2025	311444

*Nota:* Elaboración propia.

Luego de hallar la proyección de la población, convertimos a la población en familias. Para ello, tomamos como fuente de información el Censo del 2017 realizada por el INEI, donde revela que los hogares peruanos tienen un promedio de 4 miembros por familia. De este modo, se dividió a la población proyectada entre cuatro.

**Tabla 5**  
*Población en familias*

Años	Familias
2021	76167
2022	76587
2023	77009
2024	77434
2025	77861

*Nota:* Elaboración propia.

Finalmente, para obtener la demanda proyectada hemos obtenido como datos que el consumidor peruano utiliza el servicio delivery de comida rápida 5 veces a la semana, que será multiplicado por 52 semana que posee el año. Además, la población que aceptaría utilizar el servicio por delivery es de un 92.2%, con un 60% de grado de aceptación por nuestro servicio.

**Tabla 6**  
*Demanda proyectada*

Años	Cp. 52	Familias Proyectadas	Población 92.2%	Grado de aceptación 60%	Demanda proyectada
2021	260	76167	70226	42135	10955219
2022	260	76587	70613	42368	11015640
2023	260	77009	71003	42602	11076394
2024	260	77434	71394	42836	11137483
2025	260	77861	71788	43073	11198909

*Nota:* Elaboración propia

## 5. ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN

### 5.1. Proyección de la Oferta

Para el proyecto a investigar, no se ha considerado oferta por el motivo que aún no existe una empresa con años en el rubro del negocio, siendo Glovo la primera empresa que brinda el servicio delivery de comida rápida en la ciudad de Chiclayo, instalados en el mes de junio del 2019.

## 6. BALANCE DEMANDA OFERTA

En el presente estudio, la demanda insatisfecha es igual a la demanda proyectada, debido a que no existe una oferta formal establecida en el rubro del negocio. Para el servicio de comida rápida, se ha considerado tener el 0.3% de la participación del mercado.

**Tabla 7**  
*Demanda Insatisfecha*

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha	Participación del M. 0.3%
2021	10955219	0	10955219	32866
2022	11015640	0	11015640	33047
2023	11076394	0	11076394	33229
2024	11137483	0	11137483	33412
2025	11198909	0	11198909	33597

*Nota:* Elaboración propia.

## 7. PLAN DE MARKETING

### 7.1. Estrategias de marketing

#### a. Estrategia de producto

Delivery Punto Market es un servicio que busca satisfacer las necesidades del consumidor mediante la venta de comida rápida en los horarios de 9:00 am hasta las 10:00pm. Este servicio está dirigido para todas las familias que se encuentran dentro de los niveles socioeconómicos A, B y C.

Niveles del producto:

1. Producto básico: Punto Market ofrece tres tipos de alimentos que se encuentran dentro de las características de comida rápida (pizzas, hamburguesas y pollo a la brasa), preparados con insumos frescos y de calidad, adquiridas de las principales franquicias y restaurantes que se ubican en la ciudad de Chiclayo. Así mismo, el servicio por delivery le ahorra tiempo al consumidor al momento de recibir el producto en el lugar que se encuentran, evitando gastar tiempo al movilizarse o preparar su propio alimento.
2. Producto real: Punto Market ofrece comida rápida de forma ordenada en envases ecoamigables, contribuyendo al cuidado del medio ambiente. Así mismo, brinda una variedad de opciones para que el cliente tenga la libertad de escoger aquello que más le agrade. Por último, el servicio delivery asegura puntualidad al momento de entregar los productos.
3. Producto aumentado: el servicio para atender a los clientes será a través de la página web. Finalizando la entrega del producto, se le pedirá a los usuarios calificar el servicio delivery por las redes sociales, para recibir algunas sugerencias y estar en una mejora continua del servicio.

**b. Estrategia de precio**

La estrategia de precio que se ha considerado en el proyecto de inversión es la de precios orientados a la competencia, la que consiste en basarnos en los precios que ofrecen nuestros competidores en el servicio por delivery de comida rápida. En consecuencia, optamos por manejar precios parecidos a la competencia, permitiendo que el cliente no sienta una pequeña o gran diferencia con respecto al precio de otras marcas.

**c. Estrategia de plaza y distribución**

La forma de distribuir el producto es muy importante en cualquier tipo de negocio, especialmente en el sector de alimento. Por ello, los pedidos que distribuiremos estarán acondicionadas en cajas especiales de delivery, de esta manera haremos un reparto adecuado de forma que el producto llegue en las mejores condiciones.

Por otro lado, nos ubicaremos en una oficina que se encontrará en la Urbanización Santa Victoria, teniendo una ubicación importante para desplazarse a los diferentes puntos de mayor demanda. Al comienzo se contara con tres repartidores motorizados que cubrirán los pedidos, posteriormente a medida que capturemos un mayor posicionamiento en el mercado se implementaran repartidores adicionales.

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

**d. Estrategia de promoción y publicidad****1. Estrategia de promoción**

Para el proyecto de inversión se tomaran en cuenta dos estrategias de promoción:

**1.1. Redes sociales**

Las redes sociales hoy en día son los medios más utilizados debido a su bajo costo y facilidad de manejo, por ello, crearemos nuestro perfil en dos redes sociales: Instagram y Facebook. En estos dos aplicativos no solo subiremos información acerca de nuestro servicio, sino también brindaremos recetas caseras sobre los productos de mayor demanda por nuestros clientes, de esta forma nuestra página tendrá mayores interacciones y por ende nuestro servicio se hará más conocido.

## 1.2. Creación de concursos

Otra estrategia importante que se realizará en las redes sociales de Punto Market son los concursos en los que participarán todos nuestros seguidores, de esta manera se generará una mayor interacción entre nuestros seguidores y nuevos usuarios. Los premios a considerar serían los productos que ofrecemos mediante el servicio delivery.

## 2. Estrategia de publicidad

Nuestra estrategia de publicidad se centrará en informar y persuadir, vamos a impulsar nuestras ventas mediante la creación de la marca y empresa, así como también contarles al mercado acerca de nuestro servicio y los beneficios que traería contactarnos.

La estrategia del mensaje será racional y emocional, primero nos encargaremos de llamar la atención del cliente con un mensaje emotivo, para que posteriormente luego de considerar la posibilidad de usar nuestro servicio, le daremos las razones adecuadas que considere su decisión lógica.

De esta manera, se resaltarán que ofreceremos una experiencia de comer comida rápida, sin la necesidad de movilizarse ni tener que ocupar su tiempo en preparar sus propios alimentos, y también se comunicará los beneficios de usar nuestro servicio, en donde se destacará la puntualidad, calidad, variedad y presentación de los productos solicitados por nuestros clientes.

### 2.1. Estrategias de ventas

#### a. Plan de ventas

El plan de venta fue desarrollado con el objetivo de maximizar las ventas y por ende la rentabilidad.

##### 1. Definición del negocio

Punto Market se encuentra en el rubro de comida rápida y se encargará de brindar el servicio de delivery de hamburguesas, pizzas y como plato bandera el pollo a la brasa.

##### 2. Perfil del cliente

El servicio está dirigido para familias que viven y/o laboran en el provincia de Chiclayo, así mismo que tenga un poder adquisitivo medio-alto y tengan la necesidad de alimentarse sin salir del lugar en donde se encuentran.

### 3. Propuesta de valor

Punto Market brindara un servicio personalizado y rápido, evitando que las personas salgan de sus casas o en el lugar en el que se encuentren, de esta manera también evitamos que se expongan a un posible contagio del virus covid-19. Por otro lado, brindaremos un contacto constante con el cliente durante la compra, y cumpliremos con todos los protocolos necesarios para la entrega del producto. Por último, los trabajadores que serán los encargaron de entregar los pedidos, pasaran una prueba rápida cada 15 días.

### 4. Competidores

En el departamento de Lambayeque la competencia es escaza, siendo la empresa Glovo la única en brindar un servicio de comida rápida por delivery.

### 5. Políticas de ventas

Las políticas de ventas de Punto Market estarán dividida de la siguiente manera:

- a. Ventas corporativas: se establecerán políticas de ventas a centros de trabajos cercanos a nuestro punto de distribución. De este modo, ofreceremos planes mensuales a los trabajadores de la organización con ciertos descuentos y beneficios.
- b. Ventas unitarias: para las familias se les brindara un trato personalizado, y cada cierta cantidad de pedidos se les dará obsequios como recompensa por su fidelidad con la empresa.

### 6. Políticas de servicios y garantías

Punto Market es una empresa que destacara por la puntualidad en la entrega de sus productos, de este modo, si el pedido no llega a su hora el producto solicitado será completamente gratis. Además, si hubo algún problema con el pedido recibirá una recompensa en sus próximas compras.

Finalmente, se pueden cerrar ventas corporativas a partir de 5 a más personas.

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

### **1. TAMAÑO – MERCADO**

El mercado al cual va a dirigirse el servicio delivery de comida rápida, representa el 0.3% de la población total de la ciudad de Chiclayo, enfocándose en las familias que utilizan el servicio de compras por delivery de comida rápida desde la comodidad de sus hogares.

### **2. TAMAÑO – TECNOLOGÍA**

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

Por otro lado, para llevar a cabo el servicio delivery se utilizará tres vehículos motorizados debidamente equipados para el traslado de los productos, los cuales permitirán realizar los envíos a los lugares de destino en la ciudad de Chiclayo.

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

### **3. TAMAÑO - DISPONIBILIDAD DE MATERIALES**

Los materiales necesarios para llevar a cabo este proyecto serán todos los productos que cumplen con las características de comida rápida, en este caso el proyecto está enfocado a la venta de pizzas, hamburguesas y pollo a la brasa. Para ello, será necesario contactarse con las distintas franquicias que se ubican en la ciudad de Chiclayo, como son Pardo's Chicken, Pizza Hut, Pizzería Venecia, Bombos, Mc Donald y por último la pollería Brasa Roja.

### **4. TAMAÑO – FINANCIAMIENTO**

El presente proyecto de inversión se realizará mediante dos fuentes de financiamiento, externo e interno. El 40% del total de la inversión será financiando a través de una entidad bancaria, se decidió acudir al Banco de Crédito del Perú (BCP), esta entidad financiera cobra una tasa de interés anual del 9.66%. El pago será realizará en un plazo de 5 años, con una cuota fija de S/.23 301.83.

El 60% del total de la inversión, es capital bajo aporte propio, los accionistas deberán aportar una cantidad igualitaria de S/. 66 828.67.

**Tabla 8**

*Fuente de financiamiento*

Fuente	Monto	Porcentaje
Aporte propio	S/ 133 657.34	60%
Externo	S/ 89 104.90	40%
Total	S/ 222 762.24	100%

*Nota:* elaboración propia.

## 5. TAMAÑO – COSTO UNITARIO

Punto Market es un proyecto de inversión que está enfocado en cumplir el servicio delivery de comida rápida, siendo uno de los negocios con mayor crecimiento ante las problemáticas que ha generado la pandemia covid-19. De acuerdo al estudio de mercado, Punto Market comercializará tres productos: hamburguesas que tendrá un precio de S/12.00, pizzas que tendrá un precio de S/ 35, y el plato bandera pollo a la brasa S/55.00.

## 6. TAMAÑO – RENTABILIDAD

De acuerdo a los resultados que se obtuvo al momento de analizar el proyecto de inversión, se identificó que Punto Market cuenta con una tasa interna de retorno económica del 46% y con un VAN de S/. 170 856, por otro lado, desde la parte financiera se conoció que cuenta con un TIR del 71% y un VAN de S/. 203 808.8, concluyendo que el proyecto es rentable tanto económico como financiero, ya que ambos resultados son mayores que cero, lo que significa que el proyecto de inversión es viable.

## 7. SELECCIÓN DEL TAMAÑO

El presenta proyecto de inversión tiene una participación del 0.3% en el mercado Chiclayano, representado en el siguiente programa:

**Tabla 9**

*Selección del Tamaño*

Año	Tamaño de Mercado	Comercialización semanal	Comercialización diaria
2021	32866	632	90
2022	33047	636	91
2023	33229	639	91
2024	33412	643	92
2025	33597	646	92

*Nota:* elaboración propia.

La selección del tamaño tiene un plazo que abarca desde el año 2021 hasta el año 2025, teniendo un promedio de 91 ventas diarias.

## CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### 1. FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Los factores que hemos considerado para evaluar las diferentes opciones en donde podamos instalar nuestra oficina, son los siguientes:

- a. Proximidad con los proveedores
- b. Proximidad con los clientes
- c. Costo de alquiler
- d. Infraestructura
- e. Seguridad de la zona
- f. Acceso a servicios públicos.

### 2. MACRO LOCALIZACIÓN

Para evaluar la macro localización del proyecto Punto Market, hemos considerado seis factores que han sido mencionados en el punto anterior, así mismo la ponderación está conformada por una escala del 0 al 20, clasificándose de la siguiente manera: pésimo (0), mediocre (5), regular (10), bueno (15) y muy bueno (20). Además, para la macro localización se tomó a los distritos de Chiclayo y Pimentel, siendo el distrito de Chiclayo el que obtuvo un mayor puntaje, y por ende, el lugar seleccionado para instalar la oficina.

**Tabla 10**  
*Macro Localización*

FACTORES DE LOCALIZACION	PONDERACION	Distrito de Chiclayo	Distrito de Pimentel
1. Proximidad con los proveedores	5	100	5
2. Proximidad con los clientes	5	100	75
3. Costo de alquiler	4	40	40
4. Infraestructura	3	60	45
5. Seguridad de la zona	4	60	60
6. Acceso a servicios públicos	4	80	60
<b>TOTAL</b>		<b>440</b>	<b>285</b>

*Nota:* elaboración propia.

### 3. MICRO LOCALIZACIÓN

Una vez ya conocido el resultado de la macro localización, procedemos a proponer las dos posibles opciones que consideramos adecuadas para instalar nuestra oficina. De esta manera, se realizó la misma evaluación que en el caso anterior, eligiendo a la urbanización Santa Victoria como el lugar adecuado para poner en marcha el proyecto de inversión.

**Tabla 11**

*Micro Localización*

FACTORES DE LOCALIZACION	PONDERACION	Urb. Santa Victoria	Urb. Los Parques
1. Proximidad con los proveedores	5	100	25
2. Proximidad con los clientes	5	75	75
3. Costo de alquiler	4	40	40
4. Infraestructura	3	60	60
5. Seguridad de la zona	4	60	40
6. Acceso a servicios públicos	4	80	80
TOTAL		415	320

*Nota:* elaboración propia

### 4. MÉTODOS PARA DECIDIR LA LOCALIZACIÓN

El método que se ha utilizado es el método de multicriterios donde se ha analizado los factores cualitativos y cuantitativos, siendo los cualitativos los de mayor ponderación, determinando que el proyecto estará ubicado en la urbanización Santa Victoria – Chiclayo.

## CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Este proyecto de inversión está técnicamente orientado al servicio delivery de comida rápida, en donde las personas por medio de nuestra página web podrán observar los precios, seleccionar de una lista con imágenes los productos que necesiten, así como también de que franquicia o restaurant están adquiriendo los productos.

Entre los productos ofrecidos tenemos pizzas, hamburguesas y pollo a la brasa.

### 2. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

a. Diagrama de Operación:



*Figura 1. Diagrama de Operación*

b. Diagrama de Recorrido o Flujogramas:

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

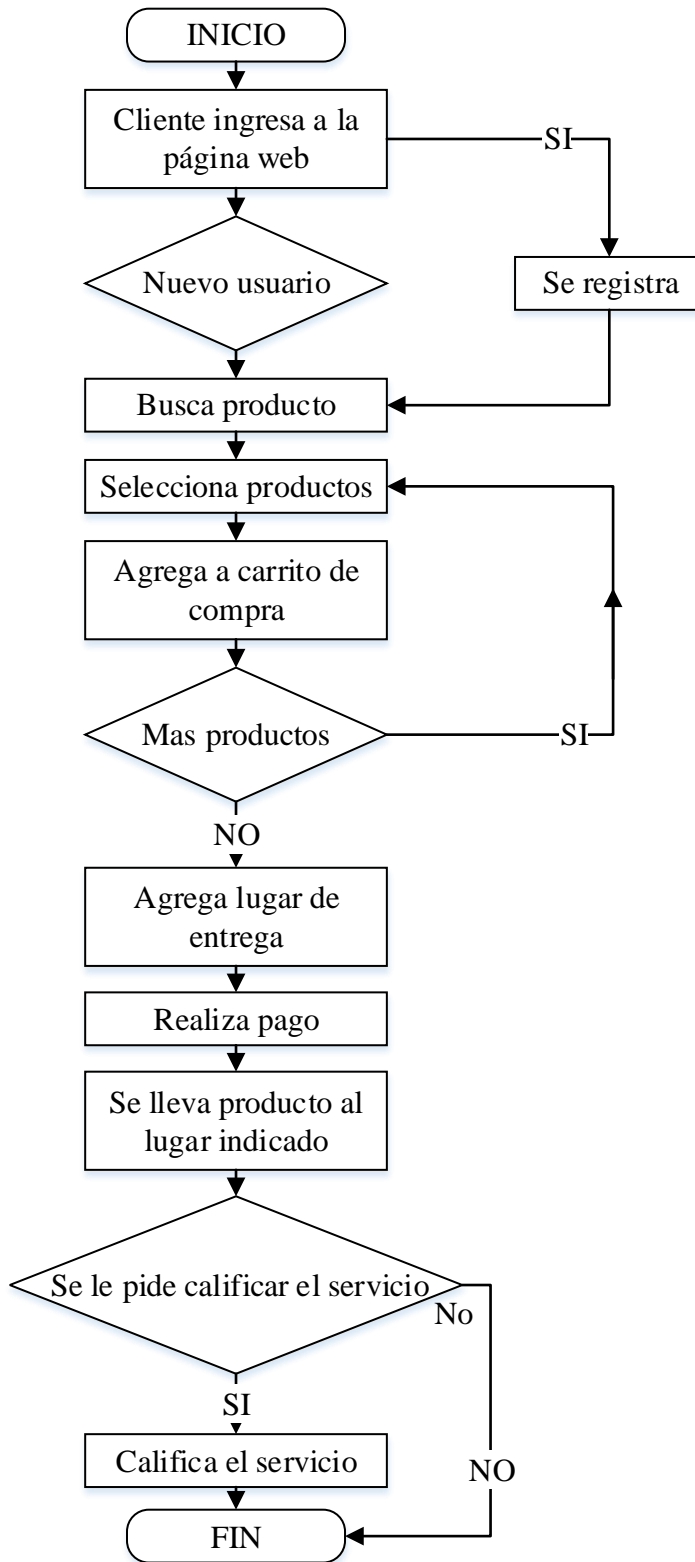
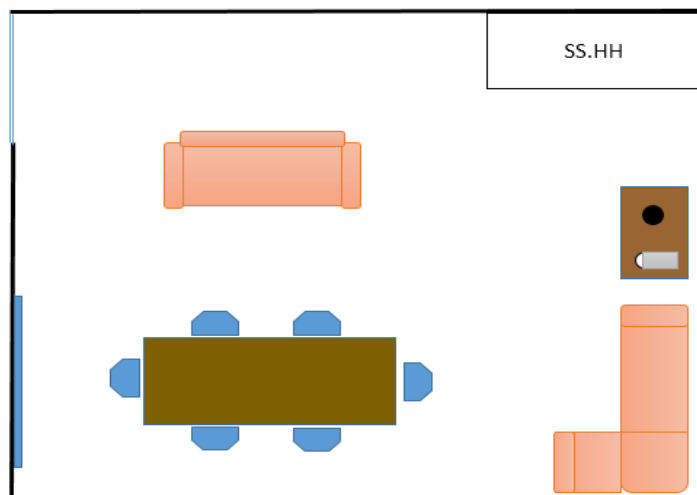


Figura 2. Flujograma

c. Distribución de la Planta:

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



**Figura 3. Distribución de la planta**

d. Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software

Para diseñar los requisitos funcionales con los que debe contar el software de nuestra página web, tomamos como referencia la investigación de Gonzales (2016).

**Tabla 12***Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software*

Datos Generales	
Descripción	Punto Market cuenta con una página web que brinda el servicio de comida rápida (pollo a la brasa, pizzas y hamburguesas). Para ellos, necesita que los usuarios se registren en la plataforma virtual, a fin de poder recibir la solicitud de sus pedidos, así como también, su posterior pago por el servicio delivery.
Nombre	Descripción
Búsqueda de productos	La plataforma web va permitir que los usuarios puedan mediante un ordenador ubicar el o los productos que deseen comprar, así mismo, para adquirir algún producto deberá poner los siguientes datos: Nombre y precio del producto.
Gestión de carrito de compras	La plataforma web va permitir la gestión adecuada del carrito de compras. Se podrá agregar, eliminar o cancelar los productos solicitados. Así mismo, se deberá especificar la cantidad de productos que se desea adquirir.
Registro de clientes	La página web registrara a las personas que deseen solicitar el servicio de comida rápida por delivery, para ello deben de completar los siguientes datos: Nombre y apellidos, DNI, Dirección, teléfonos, correo electrónico, fecha de nacimiento.
Compra de productos	Al momento de comprar algún producto, la plataforma web permitirá agregar al carrito de compras todo lo que el usuario está solicitando. Además, es importante que los usuarios seleccionen la fecha, hora y el tipo de pago que realizará al momento de la entrega.
Pago de productos	Para la realización del pago por los productos solicitados, se aceptaran tarjetas de débito o crédito.
Comprobante de pago	Después que los usuarios realicen los pagos respectivos por los productos solicitados, podrán verificar en la plataforma el respectivo comprobante de pago. De esta manera, podrán visualizar la fecha y hora del pago, el número de compra, el tipo de pago, el nombre del cliente, los productos solicitados, así como también, la cantidad y precio de los productos.
Gestión de productos	En el proceso de selección, la plataforma web brindará la opción de eliminar o modificar ciertos productos. En consecuencia, se podrá modificar los siguientes datos: Promociones de los productos, cantidad de los productos, duplicar algunos acompañamientos de los productos y por ultimo seleccionar el restaurant que ellos gusten.

Historial de compras	Los usuarios así como también la empresa, podrá visualizar a través de la plataforma virtual el historial de compras que tiene cada cliente. De esta manera, se podrá conocer la fecha, el número de pedidos y los productos que han solicitado anteriormente.
Gestión de usuarios	Los usuarios que se han registrado en la plataforma web, tendrán la opción de modificar sus datos o también eliminarlos después de haber terminado el proceso de compra y entrega de los productos.
Gestión de delivery	La plataforma web brindará la opción de realizar algunas modificación o borrarlo totalmente los datos para el proceso del servicio delivery.
Reporte de ventas	La empresa podrá visualizar el reporte de ventas de manera ordenada según las fechas de los productos solicitados, es así, que tendrán los siguientes datos: nombre del cliente, cantidad del producto, nombre del producto, código del producto y precio unitario.
Reporte de entrega	La empresa podrá visualizar el reporte de venta listo para la distribución a través de la plataforma web, es así, que podrán identificar los siguientes datos: nombre del cliente, DNI, número telefónico cantidad de productos, fecha de entrega y número del producto.
Impresión de boleta / factura	La plataforma web dará acceso para imprimir las facturas o boletas físicas según los datos que se han procesado al momento de solicitar la compra.
Impresión de guías de remisión	La plataforma web dará acceso para imprimir las guías de remisión físicas según los datos que se han procesado al momento de solicitar la compra.
Funcionabilidad	La plataforma web podrá visualizarse y tener un funcionamiento adecuado en los navegadores de internet que soporten HTML5 y JavaScript.
Nivel de seguridad	Los usuarios que desean registrarse en la plataforma web deberán escribir su correo electrónico y posteriormente crear una contraseña.
Modificar información personal	La plataforma web brindara la opción de modificar algún dato personal que los usuarios quieran reemplazar. De esta manera, pueden cambiar la contraseña, número telefónico, dirección e incluso su correo electrónico.
Copia de seguridad	Semanalmente la plataforma web realizará una copia de seguridad automática.
Normativa Vigente de la SUNAT	La página web tomará como referencia las normativas vigentes de la SUNAT, a fin de cumplir adecuadamente con los datos necesarios al momento de imprimir las boletas, facturas y guías de remisión.

---

*Nota:* Gonzales (2016).

### 3. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO

#### 3.1. Terrenos y Edificaciones:

El centro de operaciones de Punto Market estará ubicado en la Av. Los Tumbos #144 Urb. Santa Victoria.

#### 3.2. Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y Vehículos

Para el proceso productivo de la página web de Punto Market se consideró la inversión de los siguientes activos.

**Tabla 13**

*Descripción de los activos*

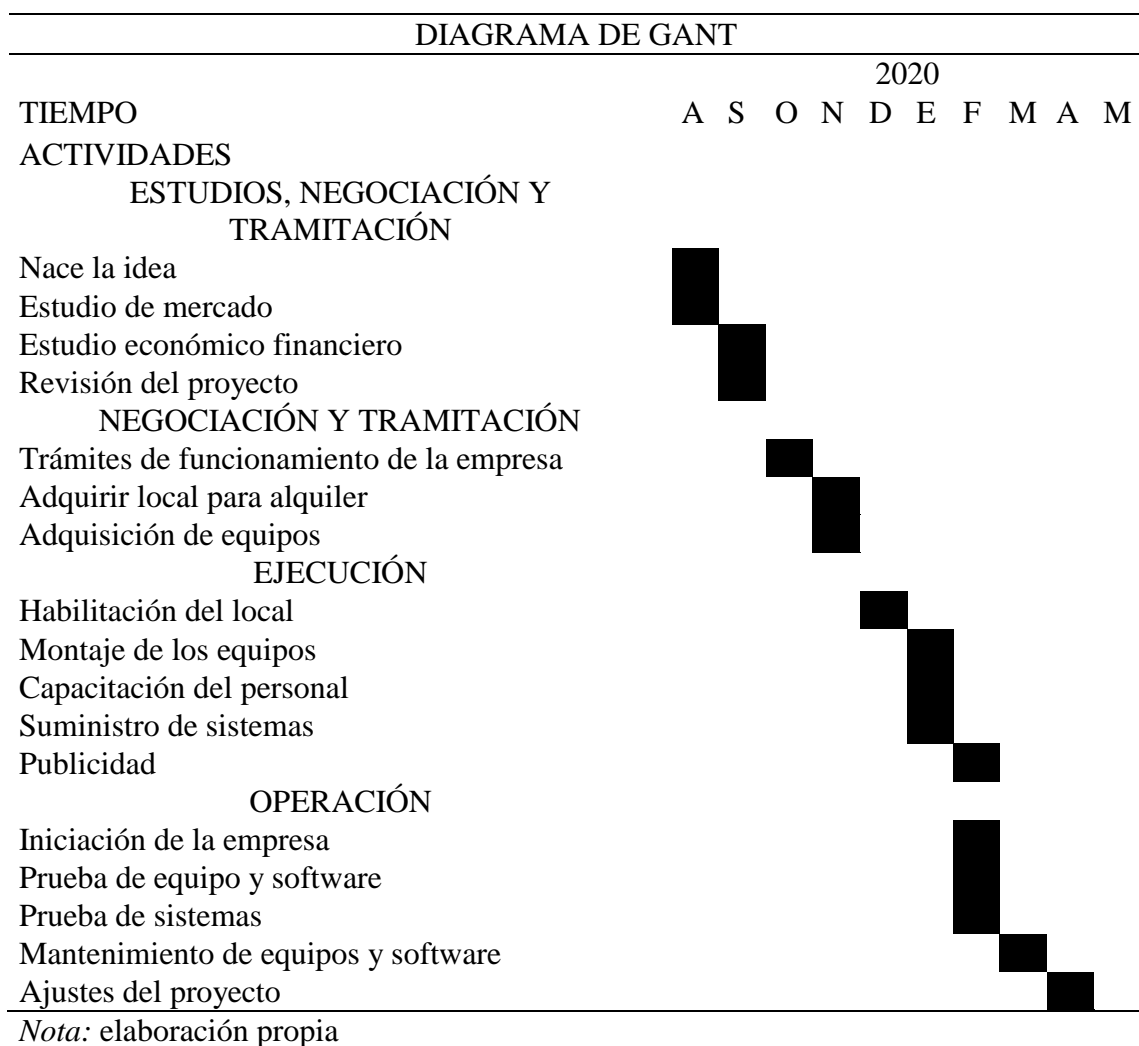
Equipos	Unidad
Laptops	2
Celulares	2
Servidores	1
Impresora	1
Pos	1
<b>Muebles y Enseres</b>	
Mesa para reuniones	1
Caja delivery	3
Escritorios	1
Sillas de madera	5
Sillas giratorias	1
Extinguidor	1
Tacho para desperdicios	2
Archivador de madera	1

*Nota:* elaboración propia

#### 4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Tabla 14**

*Cronograma de actividades*



*Nota:* elaboración propia

#### 5. PROGRAMA

Para el presente proyecto, la empresa Punto Market EIRL ha considerado para los años 2021-2025 una participación de mercado del 0.3%.

**Tabla 15**

*Programa*

Año	Servicios Solicitador	Participación del M.	Tamaño del mercado
2021	10,955,219.00	0.3%	32866
2022	11,015,640.00	0.3%	33047
2023	11,076,394.00	0.3%	33229
2024	11,137,483.00	0.3%	33412
2025	11,198,909.00	0.3%	33597

*Nota:* elaboración propia

## CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN

### 1. ASPECTO LEGAL

#### 1.1. Tipo de Empresa

Para el presente proyecto se ha considerado constituir una empresa bajo el tipo de sociedad “Empresa Individual de Responsabilidad Limitada” (Punto Market).

#### 1.2. Proceso de Constitución de la Empresa

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

##### **Paso 1: Reunión del titular y los interesados**

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

##### **Paso 2: Identificación de la razón social**

1) Seleccionar el nombre

2) Identificar el nombre propuesto

2.1. Tramitar identificación de razón social en la oficina de los Registros Públicos, previo pago.

2.3. Recibir constancia de búsqueda (CERTIFICADO DE BÚSQUEDA MERCANTIL), que señala si hay o no otra empresa con ese nombre.

2.4. Resultado:

Negativo: Nombre procede; Positivo: Escoger otro nombre y reiniciar el trámite.

##### **Paso 3: Elaboración de la minuta**

3.1. Datos personales del titular, domicilio legal de la empresa, aportes del capital social.

3.2. Discutir el contenido del estatuto, para esto contar con asesoría legal.

3.3. Un abogado redacta la minuta con el fin de entender cada uno de los términos del compromiso.

3.4. Aprobar la minuta.

3.5. Suscribir la minuta, con la firma del abogado.

##### **Paso 4: Escritura Pública**

4.1. Realizar un depósito bancario en cuenta corriente a nombre de la empresa por el 25% del capital declarado en la minuta.

4.2. Pagar al fondo mutual del abogado el 1/1000 del capital social suscrito. Este pago se deposita en la cuenta del Colegio de Abogados.

4.3. Llevar a la notaria la minuta, los comprobantes de los pagos anteriores para que el notario elabore el testimonio de constitución.

4.4. El titular irá a la notaria para firmar y poner su huella digital.

#### **Paso 5: Inscripción SUNAT (RUC)**

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

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

6.1. Régimen Especial

6.2. Régimen General del Impuesto a la Renta.

#### **Paso 7: Licencia de funcionamiento municipal**

7.1. Formato de solicitud

7.2. Registro Único del Contribuyente (RUC)

7.3. Certificado de compatibilidad de uso.

7.4. Copia certificada notarial o legalizada por el fedatario de la Municipalidad del Testimonio de Constitución de la empresa.

7.5. Declaración Jurada de ser microempresa o pequeña empresa.

7.6. Recibo de pago por los derechos correspondientes.

#### **Paso 8: Autorización del libro de planillas ante el MTPS**

8.1. Solicitud según formato debidamente llenada.

8.2. Comprar el libro de planillas.

8.3. El mismo libro u hojas sueltas.

8.4. Copia del RUC

8.5. Pago del derecho del trámite

**Paso 9: Legalización de libros contables ante notario**

9.1. Solicitud requiriendo la legalización respectiva

9.2. Copia del RUC

9.3. Copia del DNI del representante legal de la empresa

9.4. Pago por el derecho de trámite

**2. ASPECTO ORGANIZACIONAL**

4.1. Acta de Constitución de la Empresa:

**ACTA CONSTITUTIVA DE PUNTO MARKET**



En la localidad de Chiclayo a los 10 días del mes de Julio de 2020 siendo las 4pm horas, se resumen las personas cuyos nombres, domicilios y números de documentos figuran en la planilla adjunta, a fin de constituir una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada con fines de lucro, así como para aprobar el Estatuto social que regirá a la entidad y designar sus autoridades, resolviendo:

1°) Designar Presidente y Apoderado de la empresa a las siguientes personas: Luis Fernando Chimoy Muñoz y al apoderado: Víctor Alonso Chimoy Muñoz, para suscribir la presente ACTA:

2°) Las personas reunidas dejan constituida la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada denominada PUNTO MARKET EIRL con sede en la ciudad de Chiclayo con calle Pimentel N°144 de la urbanización Santa Victoria, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

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

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

<b>CARGO</b>	<b>APELLIDO Y NOMBRE</b>	<b>FIRMA</b>
PRESIDENTE	LUIS FERNANDO CHIMOY MUÑOZ	
APODERADO	VICTOR ALONSO CHIMOY MUÑOZ	

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

5°) Se fija la cuota social para el socio activo en la suma de S/ 66 828.67 y se autoriza a la Comisión Directiva, durante su mandato a elevarla, si fuera necesario, en hasta un 50%.

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

PRESIDENTE



SECRETARIO



#### 4.2. Minuta de Constitución

Señor Notario

Sírvase usted extender en su registro de escrituras públicas una de constitución de empresa individual de responsabilidad limitada, que otorga: LUS FERNANDO CHIMOY MUÑOZ, de nacionalidad peruana, con documento de identidad número 71433265, ocupación: estudiante, estado civil: soltero, señalando domicilio para efectos de este instrumento en CHICLAYO, en los términos siguientes:

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

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

**Tercera.** - El capital de la empresa es de S/212 067 nuevos soles, constituido por el aporte en efectivo del titular.

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

**Quinta.** - La gerencia es el órgano que tiene a su cargo la administración y representación de la empresa. Será desempeñada por una o más personas naturales. El cargo de gerente es

indelegable. En caso de que el cargo de gerente recaiga en el titular, éste se denominará titular gerente.

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

**Séptima.** - Corresponde al gerente:

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

12. Conceder licencia al personal de la empresa.
13. Cuidar de la contabilidad y formular el estado de pérdidas y ganancias, el balance general de la empresa y los demás estados y análisis contables que solicite el titular.
14. Solicitar, adquirir, transferir registros de patentes, marcas, nombres comerciales conforme a ley, suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados, que conlleve a la realización del objeto de la empresa.
15. Participar en licitaciones, concursos públicos y/o adjudicaciones, suscribiendo los respectivos documentos, que conlleve a la realización del objeto de la empresa.

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

Disposición transitoria. – LUIS FERNANDO CHIMOY MUÑOZ, identificado con DNI N° 71433265, ejercerá el cargo de titular gerente de la empresa, peruano, con domicilio señalado en la introducción de la presente.

Así mismo, se nombra como apoderado a VICTOR ALONSO CHIMOY MUÑOZ, identificado con documento de identidad número: 72644758, quien tendrá las mismas facultades que el gerente.

Chiclayo, veinte de junio del dos mil veinte.

#### 4.3. Manual de Organización y Funciones

En el Manual de organización y funciones, tomamos como referencia la investigación de Lucero Ramírez, Piscoya Hernández, Reinoso Chávez, & Rivera Tunque (2018), a fin de realizar una descripción adecuada en los puesto de trabajo que se necesitan para el proyecto Punto Market.

##### A. ADMINISTRADOR:

Objetivo del Puesto:

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

Funciones:

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

Perfil y competencias:

1. Formación:

- Egresado de Administración.
- Maestría de preferencia.
- Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.
- Experiencia mínima de 5 años desempeñando el puesto.

2. Competencias:

- Pensamiento estratégico.
- Dirección de equipos de trabajo.
- Innovación y creatividad.
- Construcción de relaciones de negocios.
- Competencia del náufrago.
- Franqueza, confiabilidad e integridad.
- Liderazgo.

**B. GERENTE DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA**

Objetivo del Puesto: Encargado del funcionamiento correcto de los procesos operativos y logísticos.

Funciones:

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

Perfil y Competencias:

a. Formación:

- Egresado de Administración, Ingeniería Industrial y carreras afines.
- Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.
- Experiencia mínima de 5 años desempeñando el puesto.

b. Competencias:

- Orientación a resultados.
- Pensamiento estratégico.
- Liderazgo.
- Gestión y manejo de conflictos.

- Dirección de equipos de trabajo.
- Orientación hacia el cliente.
- Positivismo.
- Sentido de efectividad.

### C. RECEPCIONISTA

Objetivo del Puesto: Encargado de atender la central telefónica y a clientes, en forma presencial o virtual.

Funciones:

- Manejo de central telefónica.
- Recibir y organizar documentos.
- Coordinación de reuniones.
- Atención de quejas y reclamos de los usuarios.

Perfil y Competencias:

a. Formación:

- Técnico – Egresado de la Carrera de Secretariado, Administración o Marketing.
- Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.
- Experiencia mínima de un año desempeñando el puesto.

b. Competencias:

- Capacidad de negociación.
- Proactividad.
- Búsqueda de información.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Tolerancia a la presión.
- Manejo de relaciones de negocio.
- Orientación al servicio.
- Orientación al cliente.
- Aprendizaje continuo.
- Colaboración.

### D. MOTORIZADOS

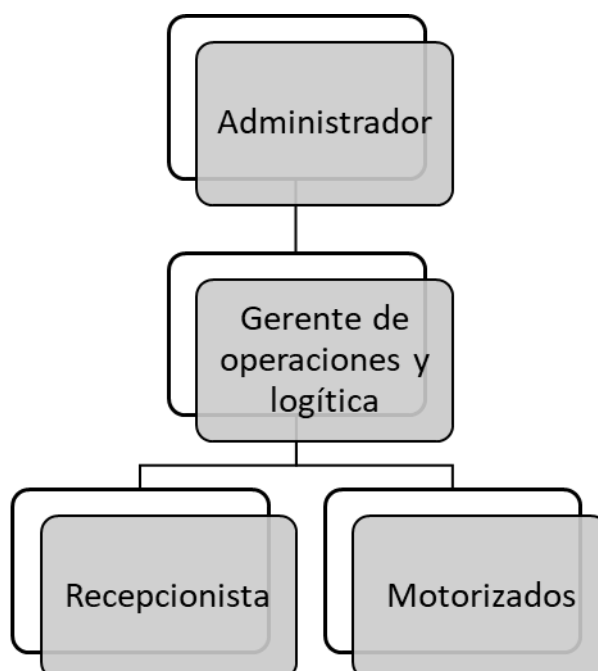
Objetivo del Puesto: Encargado de hacer llegar el pedido al cliente

Funciones:

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

Perfil y Competencias:

- a. Formación
- Estudios técnicos y superiores de preferencia.
  - Experiencia mínima de un año desempeñando puestos similares.
- b. Competencias
- Trato amable.
  - Proactividad.
  - Comunicación.
  - Colaboración.
  - Trabajo en equipo.
  - Orientación de servicio.
- 2.4. Organigrama.



**Figura 4. Organigrama de Punto Market**

## 2.5. Requerimiento del Personal

**Tabla 16***Requerimiento Administrador*

ADMINISTRADOR	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente Administrativo
Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	Planificar el crecimiento y rentabilidad de la empresa, desarrollar la estrategia y liderar la realización de los objetivos organizacionales
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Lic. Administrador de empresas
Experiencia	No menor a 5 años
Otros	Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.
Habilidades	Liderazgo Trabajo en equipo Orientación a resultados Visión estratégica
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 2 500
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

*Nota:* elaboración propia

**Tabla 17**  
*Requerimiento Gerente de Operaciones y Logística*

GERENTE DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente Operaciones y logística
Reporta a: Apoderado	
Objetivo: Encargado del	funcionamiento correcto de los procesos operativos y logísticos.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Lic. Administración de empresas o Ing. Industrial
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Conocimiento MS Office avanzado y dominio del idioma inglés
Habilidades	Orientación a resultados. Pensamiento estratégico. Liderazgo. Gestión y manejo de conflictos. Dirección de equipos de trabajo. Orientación hacia el cliente. Positivismo. Sentido de efectividad.
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 2 000
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

*Nota:* elaboración propia

**Tabla 18**  
*Requerimiento Recepcionista*

RECEPCIONISTA	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Recepcionista
Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	Encargado de atender la central telefónica y a clientes, en forma presencial o virtual.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Técnico – Egresado de la Carrera de Secretariado, Administración o Marketing
Experiencia	Mínimo 1 años
Otros	Conocimiento MS Office nivel intermedio
Habilidades	Capacidad de negociación. Proactividad. Búsqueda de información. Capacidad de trabajo en equipo. Tolerancia a la presión. Manejo de relaciones de negocio. Orientación al servicio. Orientación al cliente.
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato determinado
Remuneración	S/. 1 800
Ubicación Fijación	Atención al cliente
Beneficios sociales	No
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

*Nota:* elaboración propia

**Tabla 19**  
*Requerimiento Motorizado*

MORTORIZADOS	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Motorizados
Reporta a:	Apoderado
Objetivo del Puesto:	Encargado de hacer llegar el pedido al cliente
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Administrador de empresas Economista
Experiencia	1 año desempeñando puestos similares.
Habilidades	Trato amable. Proactividad. Comunicación. Colaboración. Trabajo en equipo. Orientación de servicio.
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato determinado
Remuneración	S/. 1 800
Ubicación Fijación	Campo
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 20:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual
<i>Nota:</i> elaboración propia	

## CAPÍTULO VII: INVERSIÓN

### 1. INVERSIÓN

#### 1.1. Estructura de la Inversión

La inversión total del proyecto a ejecutar tiene un monto de S/ 222 762, compuesta por el activo fijo tangible de S/ 8 886 que representa un 4% de la inversión. Así mismo, el activo intangible tiene un monto total de S/ 1 809 que constituye el 0.8% de la inversión, finalmente, el capital de trabajo posee un monto de S/ 212 067 y representa un 95.2% de la inversión.

**Tabla 20**

*Estructura de la Inversión*

	TOTAL	
INVERSION TANGIBLE	S/	8 886
INVERSION INTANGIBLE	S/	1 809
CAPITAL DE TRABAJO	S/	212 067
TOTAL	S/	222 762

*Nota:* Elaboración Propia

#### 1.2. Programa de Inversiones

En el presente proyecto, se ha realizado el siguiente programa de inversión que se desarrollara en el año 2020 a partir del mes de octubre a diciembre.

**Tabla 21**

*Programa de Inversión*

CONCEPTO	MESES			TOTAL	%
	1	2	3		
INVERSION TANGIBLE			S/. 8 885.96	S/. 8 885.96	3.99%
INVERSION INTANGIBLE	S/719.00	S/370.00	S/. 720.00	S/. 1 809.00	
CAPITAL DE TRABAJO			S/. 212 067.27	S/. 212 067.27	95.20%
TOTAL	S/719.00	S/370.00	S/. 221 673.24	S/. 222 762.24	100%

*Nota:* Elaboración Propia

## CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO

### 1. Fuentes de Financiamiento

La inversión total del presente proyecto, estará conformado por un 60% en aporte propio, y un 40% que será financiado por el Banco de Crédito del Perú (BCP).

**Tabla 22**

*Fuentes de Financiamiento*

	TOTAL	60%	40%
INVERSIÓN TANGIBLE	S/. 8 885.96	S/. 5 331.58	S/. 3 554.39
INVERSIÓN INTANGIBLE	S/. 1 809.00	S/. 1 085.40	S/. 723.60
CAPITAL DE TRABAJO	S/. 212 067.27	S/. 127 240.36	S/. 84 826.91
TOTAL	S/. 222 762.24	S/. 133 657.34	S/. 89 104.90

*Nota:* Elaboración Propia

### 2. Evaluación del Préstamo

Para evaluar la mejor opción de financiamiento que favorezca al proyecto de inversión, se consideró los datos que nos muestra la plataforma oficial de la Superintendencia de Banca, Seguro y AFP (SBS), de esta manera, se analizaron las diferentes tasas en moneda nacional para medianas empresas con un plazo mayor a 360 días. Finalmente, se optó por elegir la TEA del 9.66% del Banco de Crédito del Perú (BCP).

**Tabla 23**

*Evaluación Financiera*

EVALUACIÓN FINANCIERA	
TEA	9.66%
PRESTAMO	S/. 89 104.90
TIEMPO	5
CUOTA FIJA	S/. 23 301.83

*Nota:* Elaboración propia

**Tabla 24**

*Periodo del saldo financiado*

PERIODO	SALDO	INTERES	AMORTIZACION	RENTA
0	89104.90	0.00	0.00	0.00
1	89104.90	8607.53	14694.30	23301.83
2	74410.60	7188.06	16113.77	23301.83
3	58296.83	5631.47	17670.36	23301.83
4	40626.47	3924.52	19377.31	23301.83
5	21249.16	2052.67	21249.16	23301.83

*Nota:* Elaboración propia

## CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

### 1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

La empresa Punto Market tendrá un 0.3% de participación en el mercado, y pondrá a su disponibilidad la venta de hamburguesas que representa el 10%, pizzas que representa el 20% y pollo a la brasa que representa el 70% de las ventas estimadas. Así mismo, la comercialización de hamburguesas tendrá un precio de S/ 12.00, las pizzas tendrá un precio de S/ 35.00, y el pollo a la brasa tendrá un precio de S/ 55.00.

**Tabla 25**

*Participación del mercado*

Año	Participación del Mercado
2021	32866
2022	33047
2023	33229
2024	33412
2025	33597

*Nota:* Elaboración propia

Primer producto: Pollo a la brasa con una participación del 70% en el mercador

**Tabla 26**

*Presupuesto de ingresos del Pollo a la Brasa*

	2021	2022	2023	2024	2025
UNIDADES	23006	23133	23260	23389	23518
PRECIO DE VENTA	S/. 55	S/. 55	S/. 55	S/. 55	S. 55
INGRESOS	S/.1 265 327.8	S/.1 272 306.4	S/.1 279 323.5	S/.1 286 379.3	S/. 1 293 473.99

*Nota:* Elaboración propia

Segundo producto: Pizzas con una participación del 20% en el mercador

**Tabla 27**

*Presupuesto de ingresos de las Pizzas*

	2021	2022	2023	2024	2025
UNIDADES	6573	6609	6646	6682	6719
PRECIO DE VENTA	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35
INGRESOS	S/.230 059.60	S/. 231 328.44	S/. 232 604.27	S/. 233 887.14	S/. 235 177.09

*Nota:* Elaboración propia

Tercer producto: Hamburguesas con una participación del 10% en el mercador

**Tabla 28**

*Presupuesto de ingresos de las Hamburguesas*

	2021	2022	2023	2024	2025
UNIDADES	3287	3305	3323	3341	3360
VALOR DE VENTA	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/. 12	S/.12
INGRESOS	S/. 39 438.79	S/. 39 656.30	S/. 39 875.02	S/. 40 094.94	S/. 40 316.07

*Nota:* Elaboración propia

Consolidado de ingresos totales

**Tabla 29**

*Ingresos Totales*

	2021	2022	2023	2024	2025
POLLOS A LA BRASA	S. 1 265 327.79	S/. 1 272 306.42	S/. 1 279 323.51	S/. 1 286 379.29	S/. 1 293 473.99
PIZZAS	S/. 230 059.60	S/. 231 328.44	S/. 232 604.27	S/. 233 887.14	S/. 235 177.09
HAMBURGUESAS	S. 39 438.79	S/. 39 656.30	S/. 39 875.02	S/. 40 094.94	S/. 40 316.07
INGRESOS TOTALES	S/. 1 534 826.18	S/. 1 543 291.16	S/. 1 551 802.80	S/. 1 560 361.37	S/. 1 568 967.15

*Nota:* Elaboración propia

## 2. PRESUPUESTO DE EGRESOS

### 2.1. PRESUPUESTO ECONÓMICO

**Tabla 30**

*Presupuesto Económico*

	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS					
Ventas	S/.1 534 826.18	S/.1 543 291.16	S/.1 551 802.80	S/.1 560 361.37	S/.1 568 967.15
EGRESOS					
Mercadería	S/.1 087 853.25	S/.1 093 853.05	S/.1 099 885.92	S/.1 105 952.06	S/.1 112 051.66
Gastos					
Administrativos	S/.105 400.00	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00
Gastos de Venta	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40
Depreciación	1777.19	1777	1777	1777	1777
Amortización	361.8	361.8	361.8	361.8	361.8
TOTAL EGRESOS	S/.1 274 542.64	S/.1 280 542.44	S/.1 286 575.32	S/.1 292 641.45	S/.1 298 741.06
SALDO	S/. 260 283.54	S/. 262 748.72	S/. 265 227.48	S/. 267 719.91	S/. 270 226.09

*Nota:* Elaboración propia

## 2.2. PRESUPUESTO FINANCIERO

**Tabla 31***Presupuesto Financiero*

	2021	2022	2023	2024	2025
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	S/.1 534 826.18	S/.1 543 291.16	S/.1 551,802.80	S/.1 560 361.37	S/.1 568 967.15
<b>EGRESOS</b>					
Mercadería	S/.1 087 853.25	S/.1 093 853.05	S/.1 099,885.92	S/.1 105 952.06	S/.1 112 051.66
Gastos					
Administrativos	S/.105 400.00	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00
Gastos de Venta	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40
<b>AMORTIZACION</b>					
PRESTAMO	14 694.30	16 113.77	17 670.36	19 377.31	21 249.16
INTERESES	8 607.53	7 188.06	5 631.47	3 924.52	2 052.67
ESCUDO FISCAL	2 539.22	2 120.48	1 661.28	1 157.73	605.54
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>S/.1 298 244.7</b>	<b>S/.1 303 825.76</b>	<b>S/.1 309 399.4</b>	<b>S/.1 314 962.0</b>	<b>S/.1 320 509.4</b>
<b>SALDO</b>	<b>S/. 236 581.48</b>	<b>S/. 239 465.40</b>	<b>S/. 242 403.36</b>	<b>S/. 245 399.34</b>	<b>S/. 248 457.72</b>

*Nota:* Elaboración propia

## CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS

### 1. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

**Tabla 32**

*Estado de pérdidas y ganancias*

	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS	S/. 1 534 826.18	S/. 1 543 291.16	S/. 1 551 802.80	S/.1 560 361.37	S/.1 568 967.15
COSTO DE MERCADERIAS	S/. 1 087 853.25	S/. 1 093 853.05	S/. 1 099 885.92	S/.1 105 952.06	S/.1 112 051.66
MARGEN BRUTO	S/. 446 972.94	S/. 449 438.11	S/. 451 916.88	S/. 454 409.31	S/. 456 915.49
GASTOS OPERATIVOS					
*GASTOS ADMINISTRATIVO	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00	S/. 105 400.00
S *GASTOS DE VENTA	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40	S/. 79 150.40
DEPRECIACION	1 777.19	1 777	1 777	1 777	1 777
AMORTIZ. INTANG.	361.8	361.8	361.8	361.8	361.8
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 260 283.54	S/. 264 887.71	S/. 267 366.48	S/. 269 858.91	S/. 272 365.09
IMPUESTO RENTA	76 784	78 142	78 873	79 608	80 348
UTILIDAD NETA	183 500	186 746	188493	190251	192017

*Nota:* Elaboración propia

### 2. FLUJO DE CAJA

Para la realización del flujo de caja económico, se tomó en cuenta los datos numéricos que se encontraron en los ingresos obtenidos por la venta de pizzas, hamburguesas y pollo a la brasa, además, se consideró los costos e impuesto a la renta que representa el 29%. Así mismo, para determinar el flujo de caja financiero, se consideró el flujo de caja económico junto con la estructura de financiación y el escudo financiero. Por último, el siguiente cuadro representa el proyecto en un periodo de 5 años, observando un flujo positivo y favorable para el proyecto.

**Tabla 33**  
*Flujo de caja económico y financiero*

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
INVERSION						
*TANGIBLE	-8 886					
*INTANGIBLE	-1 809					
*CAPITAL DE TRABAJO	-212 067					
CREDITO FINAL (IGV A PAGAR)		46 220	80 899	81 345	81 794	82 245
*RECUPERO CAPITAL DE TRABAJO						212 067
(+)DEPRECIACION		1 777.19	1 777.19	1 777.19	1 777.19	1 777.19
(+)AMORTIZACION INTANGIBLES		361.8	361.8	361.8	361.8	361.8
FLUJO ECONOMICO NETO	-222 762	139 419	107 986	109 287	110 596	111 912
FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
PRESTAMO	89 105					
AMORTIZACION PRESTAMO		13 614.43	15 452.38	17 538.45	19 906.15	22 593.48
INTERESES		12 029.16	10 191.21	8 105.14	5 737.45	3 050.12
ESCUDO FISCAL		3 548.60	3 006.41	2 391.02	1 692.55	899.79
FLUJO FINANCIERO NETO	-133 657	117 324	85 349	86 035	86 645	87 168

*Nota:* Elaboración propia

## CAPÍTULO XI: EQUILIBRIO DEL PROYECTO AÑO POR AÑO

La proyección del punto de equilibrio para el año 2021 nos indica que la empresa Punto Market debe cumplir con un mínimo de 18 722 ventas, que conforma la venta del 70% de pollos a la brasa, el 20% de pizzas y un 10% de hamburguesas, así mismo, se tendrá una retribución económica de S/. 874 320.02, a fin de no generar pérdidas pero tampoco ganancias. Para los años posteriores la cantidad mínima de unidades vendidas es menor.

**Tabla 34**

*Equilibrio del proyecto año por año*

	2021	2022	2023	2024	2025
POLLO A LA BRASA					
* EN UNIDADES FISICAS	13 105	14 701	14 716	14 731	14 746
*EN UNIDADES MONETARIAS	S/.612 024	S/.686 544	S/.687 250	S/. 687 955	S/.688 657
PIZZAS					
* EN UNIDADES FISICAS	3 744	4 200	4 205	4 209	4 213
*EN UNIDADES MONETARIAS	S/.174 864	S/.196 155	S/.196 357	S/. 196 558	S/.196 759
HAMBURGUESAS					
* EN UNIDADES FISICAS	1 872	2 100	2 102	2 104	2 107
*EN UNIDADES MONETARIAS	S/. 87 432	S/. 98,077	S/. 98,179	S/. 98,279	S/. 98,379

*Nota:* Elaboración propia

**Tabla 35**

*Equilibrio Total*

TOTAL	2021	2022	2023	2024	2025
* EN UNIDADES FISICAS	18 722.06	21 001.64	21 023.26	21 044.81	21 066.28
*EN UNIDADES MONETARIAS	S/.874 320	S/. 980,776	S/. 981,786	S/. 982 792	S/. 983,795

*Nota:* Elaboración propia

## CAPÍTULO XII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

### 1. TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA

La tasa de descuento (económica y financiera) es utilizada para traer al presente los flujos de caja proyectados. Para el cálculo de esta se tendrá en cuenta la mejor tasa efectiva anual otorgada por la SBS, la tasa con la que trabajaremos es de 9,66% del Banco de Crédito del Perú (BCP). Así mismo, se utilizó un Wacc del 12,86% y un Cok del 15%, siendo una tasa conservadora para actualizar los flujos de la inversión de capital propio.

**Tabla 36**

*Tasa de descuento Económico y Financiero*

FUENTES	INVERSION	%INVERSION	COSTO	WACC
A.PROPIO	133 657.34	0.6	15.00%	9.00%
PRESTAMO	89 104.90	0.4	9.7%	3.86%
TOTAL	222 762.24			12.86%

*Nota:* Elaboración propia

### 2. EVALUACIÓN ECONÓMICA

#### 2.1. Van

El valor actual neto (VAN) va ayudarnos actualizar los cobros y pagos del proyecto Punto Market, a fin de conocer si vamos a perder o ganar en esta inversión. Para ello, se tomó la tasa de descuento económica determinado en el punto anterior, teniendo como resultado un proyecto positivo al arrojar un VAN de S/170 856, que representa las ganancias descontadas de los egresos y la inversión total de ingresos. De esta manera, se puede decir que el proyecto se considera económicamente viable.

#### 2.2. Tir

La Tasa Interna de Retorno es la encargada de hacer que el VAN sea igual cero, en búsqueda que el TIR resulte ser mayor a la tasa mínima de retorno a fin de confirmar que el proyecto sea factible. En este caso, la TIR es mayor que la tasa de descuento económica, teniendo un 46% y sustentando la viabilidad del proyecto.

#### 2.3. B/C Económico

La relación Beneficio/Costo es un indicador de rentabilidad que nos va a permitir conocer cuánto de cada sol invertido se está recuperando, para ello, se calculó mediante el resultado del valor neto actual, restando y posteriormente dividiendo el total de la inversión tangible, intangible y capital de trabajo. La

evaluación B/C económica nos da como resultado que por cada sol peruano invertido se obtiene S/1.77 de beneficio.

2.4. Periodo de Recupero de Capital Económico.

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

2.5. Índice de Rentabilidad

El índice de rentabilidad, al igual que el B/C devuelve la ganancia obtenida del proyecto, en este caso, la empresa obtiene S/1.77 de retorno por cada moneda peruana invertida.

### 3. EVALUACIÓN FINANCIERA

3.1. Van

El valor actual neto financiero ha sido hallado con la tasa de descuento financiera (Wacc) del 22.51%, la cual da como resultado un VANF de S/. 203 808.8 lo que significa que como es mayor que cero es conveniente invertir en el proyecto dado que es rentable por sí mismo.

3.2. Tir

La Tasa Interna de Retorno financiera considera que con la estructura de financiamiento actual (40% deuda y 60% aporte propio), el proyecto puede soportar hasta una tasa del 71% para que luego su VANF pueda resultar negativo. El resultado actual favorece a la viabilidad del proyecto.

3.3. B/C Financiero

Para la relación beneficios costo financiero se tomó en cuenta el valor presente de los ingresos y egresos, lo cual da como resultado 1.27 y como es mayor a uno, el proyecto es rentable económicamente, significa que por cada sol que se invierta se gana 1.27 soles.

3.4. Periodo de Recupero de Capital Financiero

En comparación al período de recupero del capital con el flujo de caja financiero, con la opción de un porcentaje de la inversión financiada con deuda se proyecta recuperar el capital en 1 año.

3.5. Índice de Rentabilidad Financiero

Para este apartado de tomo en cuenta el flujo de caja actualizado acumulado y la inversión total, lo que arrojó un IR de S/ 2.52 y como es mayor a uno significa que por cada sol invertido se está generando al proyecto una mayor rentabilidad

## CAPÍTULO XIII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

### 1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

Para desarrollar el análisis de sensibilidad económica, nos hemos puesto en los diferentes panoramas que el proyecto de inversión puede enfrentar, de esta manera, el proyecto aún es viable si disminuye sus ventas en un 30%. Por otro lado, si las ventas caen en un 40% a más, el proyecto se debe rechazar por no cumplir con las expectativas de rentabilidad esperadas.

**Tabla 37**

*Análisis de Sensibilidad Económica*

	PORCENTAJ				
	E	VAN	TIR	B/C	IR
DISMINUCIÓN DE VENTAS	-40%	-57 384.2239	-1.87%	0.66	66%
	-30%	10 041.89747	17.42%	1.05	105%
	-20%	63 646.59745	28.73%	1.32	132%
VENTAS PLANIFICADAS	100%	17 0855.9974	45.91%	1.77	177%
AUMENTO VENTAS	+20%	30 9070.2114	60.13%	2.16	216%

*Nota:* Elaboración propia

### 2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

Para desarrollar el análisis de sensibilidad financiera, nos hemos puesto en los diferentes panoramas que el proyecto de inversión puede enfrentar, de esta manera, el proyecto puede llegar a soportar hasta un 30% del incremento del costo de adquisición, conservando aún la rentabilidad. Por otro lado, si llega aumentar en más del 40%, el proyecto no será viable y por ende se debe rechazar.

**Tabla 38**

*Análisis de Sensibilidad Financiera*

	SENSIBILIDAD FINANCIERA				
	PORCENTAJE	VAN	TIR	B/C	IR
DISMINUCION VENTAS	-40%	-42 318.7471	-9.59%	0.94	58%
	-30%	30 476.2268	24.87%	1.04	127%
	-20%	88 253.7646	43.22%	1.12	174%
VENTAS PLANIFICADAS	100%	203 808.84	70.59%	1.27	252%
AUMENTO VENTAS	+20%	353 983.2	93.24%	1.47	321%

*Nota:* Elaboración propia

## CONCLUSIONES

- El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una Tasa Interna de Retorno de 46% por encima del costo de oportunidad del capital y con una Tasa Interna de Retorno Financiera de 71% 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 un brecha del 0.03% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de una empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida, dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.
- La empresa de servicio delivery con enfoque a la comida rápida, tendrá una capacidad efectiva de 90 servicios delivery diarios.
- El proyecto estará ubicado estratégicamente en la Av. Los Tumbos #144 Urb. Santa Victoria.
- El proceso del servicio delivery de comida rápida se encuentra diseñado con las mejores prácticas para cubrir su programación, optimizando costos y tiempos enfocados a la calidad.
- El tipo de sociedad que desarrollara el proyecto será la de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada denominada PUNTO MARKET EIRL, que garantiza la viabilidad administrativa y organizacional del proyecto cuya estructura funcional y jurídica contara con personal especializado.
- El proyecto tiene una inversión total de S/ 222 762 siendo su capital de trabajo S/ 212 067 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el Banco de Crédito del Perú (BCP), por un monto de S/ 89 104.9 representando el 40%.
- Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró el COK y el WACC como tasas de actualización de 15% y 12% respectivamente resultando un VANE de S/. 170 856 VANF de S/. 203 808.8, TIRE de 46% y TIRF de 71%, evidenciando la viabilidad del proyecto.
- Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en el precio del producto, cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad de proyecto resultando el VANE varía en S/. 309 070.21 aprox. y la TIRE en 60.13%, VANF en S/ 353 983.2 y el TIRF en 93.24% por un incremento en 20%.

## RECOMENDACIONES

- Ejecutar el presente proyecto en el más breve plazo ya que se evidencia un mercado en crecimiento dándose las condiciones favorables para su implementación creando valor para los clientes, trabajadores e inversionistas; así mismo generando impacto social y económico al país, dentro del cumplimiento del marco legal vigente.
- Considerar permanentemente protocolos de seguridad que se activen y enfrente a situaciones de actuales de salubridad.
- Evaluar alianzas estratégicas con instituciones privadas y del estado y con empresas de servicios complementarios que generen una mayor participación de mercado.
- Mantener un enfoque continuo en su plan de marketing a fin de garantizar el cumplimiento de las proyecciones realizadas y considerar permanentemente la documentación de los clientes
- Realizar de manera continua capacitaciones y charlas informativas de las nuevas tendencias para potenciar el valor agregado del servicio

## BIBLIOGRAFÍA

- Barranzuela, I. (19 de Diciembre de 2019). *Limeños invierten hasta 75 soles en compras por delivery*. Obtenido de Mercado Negro: <https://www.mercadonegro.pe/marketing/limenos-invierten-hasta-75-soles-en-compras-por-delivery/>
- Desarrollo, G. d. (5 de Abril de 2020). GRADE. *Obtenido de Potenciales focos de contagio del COVID-19: mercados y supermercados*: <http://www.grade.org.pe/novedades/potenciales-focos-de-contagio-del-covid-19-mercados-y-supermercados/>
- Fattorini, V. O. (11 de Agosto de 2019). *Gestión*. Obtenido de *Se desaceleraría crecimiento de mercado de fast food y delivery*: <https://gestion.pe/economia/se-desaceleraria-crecimiento-de-mercado-de-fast-food-y-delivery-noticia/?ref=gesr>
- García, P. M. (13 de Mayo de 2020). *¿Qué es el servicio delivery en restaurantes?* Obtenido de enlaCOCINA: <https://enlacocina.telemesa.es/marketing-restaurantes/que-es-el-servicio-delivery-en-restaurantes/>
- Gonzales, A. S. (Noviembre de 2016). *ANÁLISIS Y DISEÑO DE UN SISTEMA E-COMMERCE PARA LA GESTIÓN DE VENTAS: CASO EMPRESA WORLD OF CAKES*. Obtenido de Universidad de Piura: [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2740/ING\\_571.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2740/ING_571.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- INEI. (2017). *Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. Obtenido de <http://censo2017.inei.gob.pe/>
- Lucero Ramírez, I. K. (20 de Febrero de 2018). *Proyecto Empresarial Top Delivery*. Obtenido de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624118/LUCERO\\_RI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624118/LUCERO_RI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Peruano, E. (28 de Abril de 2020). *Apuntalando a las mypes*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-apuntalando-a-mypes-95072.aspx?fbclid=IwAR2JO6ER6eMZtpNP5zpmPkSQcv7CHVSZwgx4yWBzPmN24yLpzR-mE49PUEE>
- PerúRetail. (01 de Abril de 2020). *5 RAZONES PARA USAR UNA APP DE DELIVERY*. Obtenido de PerúRetail: <https://www.peru-retail.com/repartos-por-delivery-una-alternativa-en-tiempos-de-coronavirus/>
- Quintana, M. (22 de Octubre de 2017). *Marco legal del sector digital en Perú*. Obtenido de <http://quintanacastro.com/marco-legal-del-sector-digital-en-peru/>

SUPERINTENDENCIA DE BANCA, S. Y. (27 de Julio de 2020). *TASA DE INTERÉS PROMEDIO DEL SISTEMA BANCARIO*. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPportal/Paginas/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?tip=B>

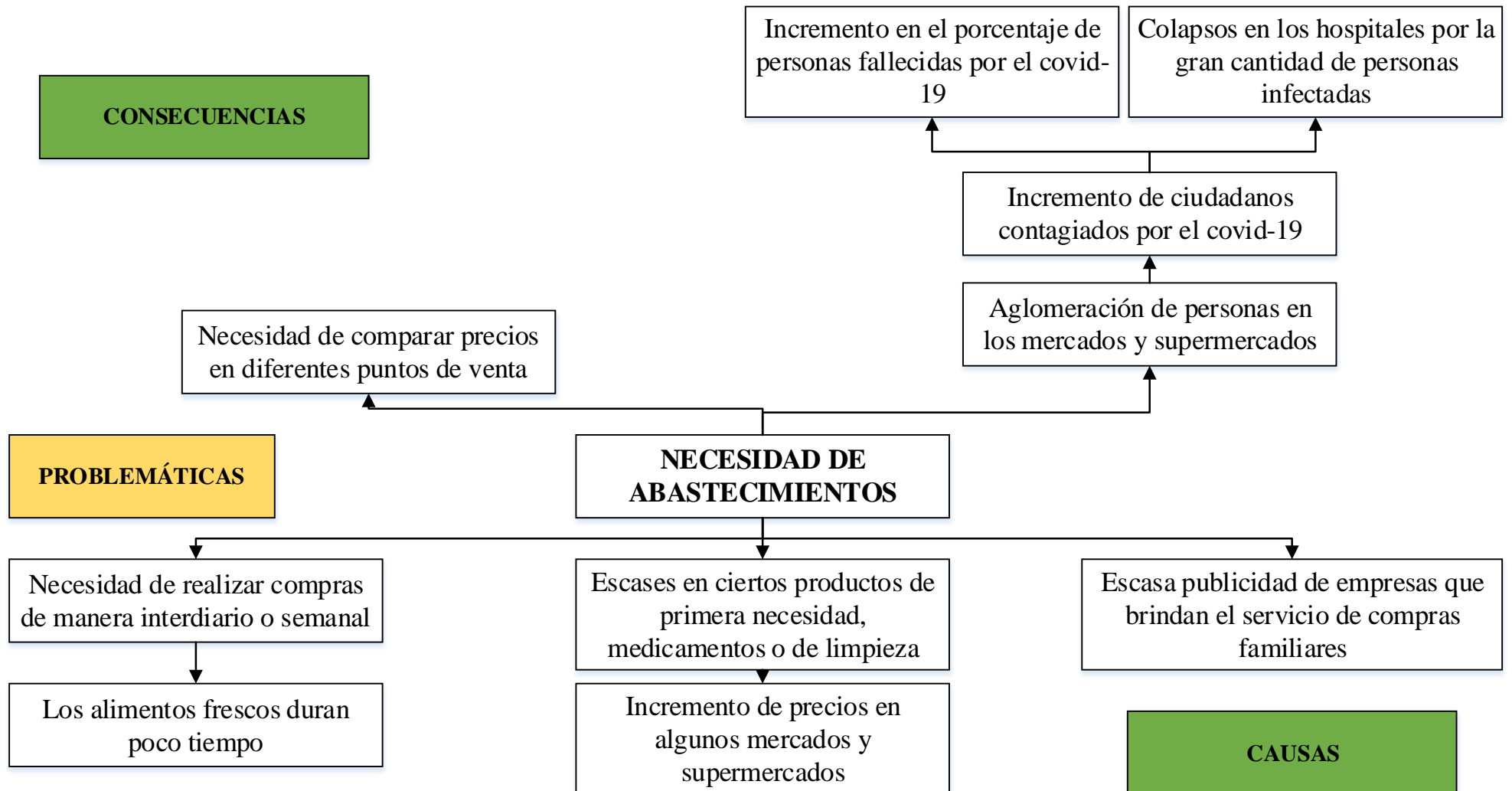
Tecnológica, A. (26 de Agosto de 2018). *5 RAZONES PARA USAR UNA APP DE DELIVERY*. Obtenido de Agenda Tecnológica: <http://agendatecnologicaweb.com/5-razones-para-usar-una-app-de-delivery/>

Trigoso, M. (01 de Mayo de 2019). *El 19% de las amas de casa ya utiliza los aplicativos de delivery*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/empresas/19-amas-casa-utiliza-aplicativos-delivery-265686-noticia/?ref=gesr>

Verona, J. (24 de Abril de 2020). *Los servicios de delivery y su forma de trabajo por la pandemia de coronavirus*. Obtenido de Grupo Verona: <https://grupoverona.pe/los-servicios-de-delivery-y-su-forma-de-trabajo-por-la-pandemia-de-coronavirus/>

## ANEXOS

## Anexo 1: Árbol de problema



**Anexo 2:** Inversión detallada

## 1. Inversión tangible

**Tabla 39***Inversión Tangible*

	SUB TOTAL		TOTAL		IGV	
INVERSION TANGIBLE			S/	8 886		
LAPTOPS	S/	3 000.00			S/.	540.00
SERVIDORES	S/	4 000.00			S/.	720.00
IMPRESORA	S/	500.00			S/.	90.00
MESA PARA REUNIONES	S/	293.10			S/.	52.76
ESCRITORIOS	S/	68.97			S/.	12.41
SILLAS DE MADERA	S/	310.34			S/.	55.86
SILLAS GIRATORIAS	S/	86.21			S/.	15.52
EXTINGUIDOR	S/	117.24			S/.	21.10
TACHO PARA DSPERDICIOS	S/	20.00			S/.	3.60
ARCHIVADOR DE MADERA	S/	96.55			S/.	17.38
POS	S/	96.55			S/.	17.38
3 CAJAS DELIVERY	S/	297.00			S/.	53.46

*Nota:* Elaboración propia

## 2. Inversión intangible

**Tabla 40***Inversión Intangible*

	SUB TOTAL		TOTAL	
INVERSION INTANGIBLE			S/	1,809
Inscripciones registros públicos	S/	76.00		
Compra de libros contables	S/	111.00		
Legalización de libros contables	S/	183.00		
impresión de facturas	S/	144.00		
Búsqueda y reserva de nombre (sunarp)	S/	19.00		
Registro e marca (INDECOPI)	S/	466.00		
Certificado de defensa civil	S/	127.00		
Licencia municipal definitiva	S/	127.00		

*Nota:* Elaboración propia

## 3. Capital de trabajo

**Tabla 41***Capital de trabajo*

	SUB TOTAL	TOTAL	IGV
3.-CAPITAL DE TRABAJO		S/ 212 067	
Mercadería	S/ 181 308.87		S/. 32 635.60
Gastos Administrativos	S/ 17566.67		
Gastos de Venta	S/ 13 191.73		

*Nota:* Elaboración propia