



FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Empresarial

“IMPLEMENTACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO ITALTACONES EIRL - 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Ingeniero Empresarial

Autor:

Marco Antonio Javes Vasquez

Asesor:

ING. Jorge Alfredo Bojorquez Segura

Trujillo - Perú

2021

TABLA DE CONTENIDOS

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS	2
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO.....	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
ÍNDICE DE ECUACIONES.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	30
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	52
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES.....	73
REFERENCIAS	74
ANEXOS.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Métodos, fuentes y técnicas empleadas en la recolección de datos.....	Página 35
Tabla 2: Estado de resultados de Harod S.A.C.....	Página 51
Tabla 3: Costo de inversión de Implementación.....	Página 53
Tabla 4.....	Página 17

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N ^o 14 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	Pág 68
FIGURA N ^o 15 DIAGRAMA DE RECORRIDO DE LA EMPRESA.....	Pág 70
FIGURA N ^o 16 DIAGRAMA DE PROCESO DE VENTAS.....	Pág 71
FIGURA N ^o 17 DIAGRAMA DE PROCESO DE CAJA.....	Pág 72
FIGURA N ^o 18 DIAGRAMA DE PROCESO DE CAJA.....	Pág 73
FIGURA N ^o 19 DIAGRAMA DE PROCESO DE ATENCIÓN.....	Pág 75

ÍNDICE DE ECUACIONES

ROI – RETORNO DE INVERSION EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Página 53
ROI=VENTA CAPTADA /INVERSION EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN....	Página 53
PEDIDOS GENERADOS SIN PROBLEMAS.....	Página 53
VENTAS CON INFLUENCIA DEL MARKETING.....	Página 53
GASTOS EN FINANZAS Y OPERACIONES.....	Página 54
GASTOS ENTRE VENTAS Y MARKETING.....	Página 54

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

Ampuero, L. & Calderón, J. (2017) "Implementación de Tienda virtual de regalos exclusivamente para caballeros y brindar el servicio de envío de arreglos y regalos a domicilio." Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/622794>

Alejos, A. Choquevilca C. Segura M. & Yamamura C. (2019) "TRABAJO DE INVESTIGACION: "TIENDA VIRTUAL TALLAS Y COLORES." Universidad Tecnológica del Perú Recuperado de: <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/UTP/2076>

Alzamora, N. (2018). "Prospección socioeconómica de un supermercado online para los consumidores de la ciudad de Trujillo en el año 2017." Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/11533>

Arenal Laza, C. (2016). Venta online (UF0032). Logroño, Spain: Editorial Tutor Formación. Recuperado de <https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/44211?page=72>.

Asto, A. & Pimentel, J. (2019). "Plan de negocios para el desarrollo de una empresa de e-commerce de calzado femenino en la ciudad de trujillo." Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11948/Asto%20Sifuentes%20%2CJeisser%20Augusto%3B%20Pimentel%20Castillo%2C%20Jos%C3%A9%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ayala, G. (2019) "Análisis de factores determinantes de marketing digital para empresas que ofertan productos electrónicos y electrodomésticos."

Universidad andina Simón Bolívar. Sucre – Bolivia. Recuperado de:

<http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1003>

Barandirán, Castillo & Hidalgo (2017). "Plan de marketing para la implementación de una tienda virtual de regalos." Universidad del pacifico Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/11354/1931>

BlackSip. (2019). Reporte de Industria: El e-commerce en el Perú 2019. Recuperado de:

<https://asep.pe/wp-content/uploads/2019/08/Reporte-de-industria-deleCommerce-Peru-2019-eBook.pdf>

Bhatia, R. (2017). Obtenido de www.Businees.com :
<https://www.business.com/articles/10-of-the-largest-ecommerce-markets-in-the-world-b/>

Bonilla, L. (2017). Generalidades del marketing. Recuperado de Generalidades del marketing: <https://luisbonilla.com>

BORJA, José. 2014. Tiendas Online. s.l. : J.Borja, 2014.

Cabanillas, Y. (2018). "Percepción del servicio de ventas on-line en la página web de Saga Falabella en la ciudad de Trujillo 2018." Universidad César Vallejo.

Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/26841>

Cabrera, S. Capurro, A. Gambetta, A. & Otiura, D. (2019) "Plan de negocios para el lanzamiento de una tienda virtual de calcetines exclusivos en la ciudad de Lima."

Universidad Esan. Recuperado de:

<https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1747>

Centeno, J (2020). Desarrollo De Tienda Virtual Para La Venta De “Calzado Roche”

Escuela Politécnica Nacional. Quito. Recuperado de:

<http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/21114>

Cobo, A. Gómez, P. Pérez, D. & Rocha, R. (2005) PHP y MySQL Tecnologías para el desarrollo de aplicaciones web. Spain. Ediciones Diaz de santos. Recuperado de:

<https://drive.google.com/file/d/1wqViG3jBQSNhzhkJyU00Pr3RLfk82IMx/view>

Chacón, W. (2017). “El comportamiento del consumidor digital de Calzado en el Distrito de Trujillo Año 2017.” Universidad César Vallejo. Recuperado de:

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/11495>

Cheng, G. & Paredes, K. (2018). “Herramientas del marketing digital como estrategia de ventas en una empresa Distribuidora de Agroquímicos en el mercado Trujillano en el año 2018”. Universidad Privada del Norte. Recuperado de:

<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13712>

Chino, J (2018). Sistema de información para el comercio electrónico de equipos y accesorios de celulares en Juliaca – 2018. Universidad Nacional del Altiplano. Recuperado de:

<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/7470>

Correa, A & Gonzales, J. (2018). "El comportamiento digital de los consumidores en las tiendas por departamento: Saga Falabella y Ripley del Mall Aventura Plaza Trujillo, 2018." Universidad César Vallejo. Recuperado de:
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/26836>

Cruz, P. (2016) "Desarrollar Un Prototipo De Una Tienda Virtual En Un Ambiente Web Para La Toma De Pedidos En La Compañía Vivandi S.A." Universidad de Guayaquil Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/11449>

García, J. (2015). Comunicar en la sociedad red. Teorías, modelos y prácticas. Editorial UOC. Barcelona.

Godoy Anda, S. C. (2015). Factores críticos del E-Commerce para las MYPES y PYMES limeñas. Obtenido de Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales - Universidad Ricardo Palma: http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/766/1/godoy_as.pdf

Gonzalez, A. (2015). "El comercio electrónico: Diseño e implantación de una tienda online" Universidade do Coruña. Recuperado de:
https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/16332/GonzalezRodriguez_Alex_T_FG_2015.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Gutarra, G (2019). E-Commerce basada en la Metodología Scrum para el proceso de ventas en la Empresa Grupo Vialumix S.A.C. Universidad César Vallejo. Recuperado de:

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/49822>

Fernandinho Domingos, S. (04 de abril de 2013). Comercio electrónico y pago mediante tarjeta de crédito en el ordenamiento jurídico español : una propuesta para su implementación en el ordenamiento jurídico de Guinea-Bissau. Obtenido de Universidad Carlos III de Madrid. Departamento de Derecho Privado:

<https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/16963>

Huamani, A. & Salazar, I. (2017) Desarrollo de un sistema e-commerce, utilizando software libre, para mejorar las ventas de la tienda "Joselito Jacket´s" Recuperado de <http://repositorio.uch.edu.pe/handle/uch/157>

KABIR, Mohammed. La Biblia del Servidor Apache 2. España, Anaya Multimedia, 2003. Recuperado de

<https://drive.google.com/file/d/13cHDWedzBxoof1wNe6Xm9-YWFblLDi5e/view>

Kothler, Philip, & Armstrong, Gary. (2013). Fundamentos del Marketing. Mexico: Pearson.

[https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundament](https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos)

os

[%20del%20Marketing-Kotler.pdf](#)

Landauro Julián, D. J., & Sánchez Yañez, R. A. (18 de octubre de 2016). Propuesta de un modelo ONLINE B2B para el area de compras de la Empresa RESEDISA E.I.R.L de la Ciudad de Trujillo, 2014. Obtenido de Universidad Privada Antenor Orrego - UPAO: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/1957>

Latamclick. (2018). Comercio electrónico: estadísticas del 2017 y tendencias para el 2018 Recuperado de: <https://www.latamclick.com/estadisticas-comercio-electronico-2017-tendencias-2018/>

León Alcalde, M. S. (19 de octubre de 2016). Factores que mejoran el estilo de compra por Internet de los Estudiantes de la Escuela de Administracion de la Universidad Privada Antenor

Orrego Ciudad Trujillo Año 2016. Obtenido de Universidad Privada Antenor Orrego UPAO: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/1967>

Moya, E. (2013). Inteligencia en redes sociales. UOC (Universitat Oberta de Catalunya). Recuperado de: <file:///C:/Users/UsuarioPC/Downloads/TESIS%20JEANNINE%20MENDOZA%20SAN%20MIGUEL.pdf>

Martinez, M. (2014). Plan de marketing digital para PYME. Universidad Católica de Córdoba. Córdoba, Argentina. Recuperado de: <http://pa.bibdigital.ucc.edu.ar/1379/>

Myers, A. Allen, F & Brealey, R (2010). Principios De Finanzas Corporativas.
México. Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. Recuperado de

<https://drive.google.com/file/d/0B9JVy1ZVbPovNXRbWmk1YVZFU1E/view>

Nass De Ledo, I. (3 de Julio de 2012). La página web. Revista venezolana de
oncología, 24(3). Caracas, Venezuela.

<https://www.redalyc.org/pdf/3756/375634873001.pdf>

Nole, E (2019). Diseño E Implementación De Un Sistema De Gestión De Ventas En
La Tienda De Abarrotes Nico – Talara, 2019. Universidad Católica Los Ángeles
Chimbote. Recuperado de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18401>

O'Brien, J & Marakas, G. (2006). Sistemas De Información Gerencial. México.
Mcgraw-hill/interamericana Editores, S.A. Recuperado de

<https://drive.google.com/file/d/0B9JVy1ZVbPovTE02NGpVNIlmdIU/view>

Olivos Villasis, C. L. (16 de febrero de 2015). Solución digital para marketing online
caso: programas académicos de postgrado-Chiclayo Perú. Obtenido de Universidad
de Piura: <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/2046>

Perez, E. (2016). "Estrategia digital para dar a conocer a la fundación hechos para
trascender en las redes sociales" Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, D.C.

Recuperado de:

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/19713>

Ponce, J. & Ronquillo, M. (2019). "MODELO DE NEGOCIO E-COMMERCE PARA LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA "JODI DIGITAL". AÑO 2019"

Universidad de Guayaquil. Ecuador. Recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38910>

Povis, P. & Perez, D. (2020). "Influencia del e-commerce en la iniciativa

de compra de los consumidores de tiendas departamentales en el área de ropa en lima moderna, 2019." Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de

<http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/10024>

Publishing, M. (2007). Objetivo: rentabilidad. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de:

<https://elibronet.eu1.proxy.openathens.net/es/ereader/upnorte/52900?page=34>.

Puelles, J. (2014). Fidelización de marca a través de redes sociales: Caso del Fanpage de Inca Kola y el público adolescente y joven. Pontificia Universidad Católica

del Perú. Recuperado de:

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5784>

Puelles García, V. C., & Torres Pérez, O. Y. (2015). Actitud del profesorado de la Universidad

Católica Santo Toribio de Mogrovejo ante la aceptación del e-commerce como

herramienta de compra periodo 2013-2014. Obtenido de Universidad Católica Santo

Toribio de Mogrovejo: <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/155>

Rivera Cazares, G. (21 de setiembre de 2015). Plan de Marketing digital; análisis de mercado;

estrategias de marketing digital. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad

de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7981>

Rubio, j. (2018). "plan de negocio para la implementación de una tienda online de productos electrónicos en la ciudad de Chachapoyas 2016". Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/44544>

Sapag, N. & Sapag, R. (2008). Preparación y evaluación de proyectos. Colombia. McGraw-Hill/interamericana Editores, S.A. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0B9JVy1ZVbPovZ1huWEFHQINvWW8/view>

Selman, H. (2017). Marketing Digital. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=kR3EDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Silvestre, L (2018). Implementación De Un Comercio Electrónico Para Usarlo Como Modelo En Futuros Proyectos. Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/8741>

Uribe, Macías, Mario Enrique, and Lastra, Juan Fernando Reinoso. Indicadores de gestión, Ediciones de la U, 2014. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upnpe/detail.action?docID=5513663>.

Tilkas, A (2018). Desarrollo de una aplicación web de gestión de billetes para compañía aérea + Apk Android + tienda en WordPress. Universidad Complutense Madrid. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/56606/>

Torres Hernández, A. (octubre de 2012). Análisis de las tendencias del E-Commerce en el sistema

financiero colombiano frente al fenómeno de la globalización. Obtenido de Universidad

Tecnológica de Bolívar - Cartagena - Colombia:

<http://biblioteca.unitecnologica.edu.co/notas/tesis/0063828.pdf>

Vega, J (2020). "Plan de negocio para la creación de una tienda online de artículos tecnológicos." Universidad EAN. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10882/9985>

VILLASECA, David. 2014. Innovación y marketing de servicios en la era digital.

España : ESIC, 2014. 978-84-15986-50-8.

Welsch, G. Hilton, R. Gordon, P. & Rivera, C (2005). Presupuestos Planificación y control. Pearson Educación de México, S.A. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0B9JVy1ZVbPovb3doRHFmUDZoLVk/view>

Yautibug, P. (2018). Desarrollo De Una Tienda Virtual Para La Venta De

Muebles En La Empresa "Muebles Paola" De La Parroquia

Huambaló. Universidad Tecnológica Indoamérica. Recuperado de:

<http://repositorio.uti.edu.ec//handle/123456789/1062>