

# **ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN**

**MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**Proyecto de Inversión para la creación de una  
Tienda Deportiva Online en la ciudad de Lima, 2023**

**Trabajo de Investigación**

**para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Administración de Negocios

**Autores:**

Ing. Vásquez Perales, Christian

**Director:**

Mg. Chura Quispe, Gilber

**TACNA – PERÚ**

**2023**

● **20% de similitud general**

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 16% Base de datos de Internet
  - 0% Base de datos de publicaciones
  - Base de datos de Crossref
  - Base de datos de contenido publicado de Crossr
  - 16% Base de datos de trabajos entregados
-

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

## Índice de Contenido

Resumen .....	10
Introducción.....	12
Capítulo I Antecedentes del Estudio .....	15
1.1 Título del Tema .....	15
1.2 Planteamiento del Problema.....	15
1.3 Objetivos de la Investigación .....	18
1.3.1 Objetivo General.....	18
1.3.2 Objetivos Específicos .....	18
1.4 Metodología.....	19
1.5 Justificación.....	20
1.5.1 Teórica .....	20
1.5.2 Metodológica .....	20
1.5.3 Práctica .....	20
1.6 Definiciones.....	21
1.6.1 Bienestar (Well-being).....	21
1.6.2 Mind .....	22
1.6.3 Fitness.....	23
1.6.4 Entrenamiento Funcional .....	23

1.6.5 MMA.....	24
1.6.6 Muay thai .....	24
1.7 Alcances y Limitaciones.....	24
1.7.1 Alcances .....	24
1.7.2 Limitaciones.....	25
Capítulo II Marco Teórico .....	26
2.1. Conceptualización de las variables o tópicos clave.....	26
2.1.1 Estudio de Factibilidad .....	26
2.1.2 Estudio de Mercado .....	27
2.1.3 Estudio Técnico.....	30
2.1.4 Estudio Legal.....	35
2.1.5 Estudio Organizacional .....	36
2.1.6 Evaluación Económica.....	38
2.1.7 Evaluación Financiera.....	39
2.1.8 Estudio Ambiental .....	43
2.1.9 Proyecto de Inversión .....	47
2.1.10 eCommerce – Comercio Electrónico (Tienda online) .....	48
2.2 Importancia de las variables o tópicos clave .....	51
2.3 Análisis comparativo .....	52
2.4 Análisis crítico .....	56
Capítulo III Marco Referencial.....	58
3.1. Reseña histórica .....	58

3.1.1 La compra online.....	58
3.1.2 El poder adquisitivo en Perú.....	60
3.1.3 La actividad física para la mejora de la salud.....	61
3.1.4 Proveedores de productos deportivos online.....	62
3.2. Filosofía organizacional.....	64
3.3. Diseño organizacional.....	65
3.4. Productos de la empresa.....	67
3.5. Diagnóstico organizacional.....	69
Capítulo IV Resultados.....	71
4.1. Estudio de Mercado.....	71
4.2. Estudio Legal.....	80
4.3. Estudio Organizacional.....	82
4.4. Estudio Técnico.....	85
4.5. Estudio Financiero.....	91
4.5.1 Gastos Pre-Operativos.....	91
4.5.2 Activos Fijos.....	91
4.5.3 Capital de Trabajo.....	92
4.5.4 Inversión Inicial.....	93
4.5.5 Financiamiento.....	94
4.5.6 Flujo de caja (Año 1).....	95
4.5.7 Flujo de caja (a 5 Años).....	96
4.5.8 Punto de Equilibrio.....	96

4.5.9 Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	99
4.5.10 Indicadores de Rentabilidad .....	100
4.6. Estudio Ambiental .....	101
Capítulo V Sugerencias .....	103
Conclusiones.....	103
Recomendaciones .....	107
Bibliografía .....	109
Anexos .....	114
Anexo 01: Encuesta de Productos deportivos de altas prestaciones .....	114

## Índice de Tablas

Tabla 1: Análisis comparativo del estudio de factibilidad .....	53
Tabla 2: Análisis comparativo del Proyecto de inversión .....	54
Tabla 3: Análisis comparativo del eCommerce .....	55
Tabla 4: Productos de la Empresa y su utilidad .....	67
Tabla 5: Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas ....	70
Tabla 6: Mercado Potencial.....	73
Tabla 7: Compra productos deportivos .....	74
Tabla 8: Compraría productos deportivos con altas prestaciones.....	75
Tabla 9: Compraría de manera online .....	75
Tabla 10: Cuánto pagarías por un producto deportivo de altas prestaciones .	76
Tabla 11: Frecuencia de compra de productos deportivos .....	77
Tabla 12: Consumo Per Cápita .....	78
Tabla 13: Demanda Potencial .....	79
Tabla 14: Demanda potencial en valores .....	80
Tabla 15: Gastos Pre-operativos.....	91
Tabla 16: Unidades promedio según participación de mercado .....	98



## Índice de Figuras

Figura 1: Estudio financiero en proyectos de inversión.....	41
Figura 2: Ventas online en el Perú.....	59
Figura 3: Organigrama de la empresa.....	65
Figura 4: Lima 2022. Población por Sexo, Edad y NSE.....	72
Figura 5: Uso de internet según NSE 2020 - APEIM.....	72
Figura 6: Cálculo de la muestra.....	73
Figura 7: Compra productos deportivos.....	74
Figura 8: Compraría productos deportivos con altas prestaciones.....	75
Figura 9: Compraría de manera online.....	76
Figura 10: Cuánto pagarías por un producto deportivo de altas prestaciones.....	77
Figura 11: Frecuencia de compra de productos deportivos.....	78
Figura 12: Demanda potencial: Escenarios.....	80
Figura 13: Marca denominativa y Figurativa.....	81
Figura 14: Organigrama de la empresa.....	83
Figura 15: Capacidad Normal y Máxima.....	86
Figura 16: Requerimientos técnicos (activos fijos).....	87
Figura 17: Requerimientos de personal.....	87
Figura 18: Factores para la localización.....	88
Figura 19: Calificación y puntaje para la localización.....	88
Figura 20: Matriz de localización.....	88
Figura 21: Diseño espacial.....	90
Figura 22: Activos fijos.....	92

Figura 23: Capital de Trabajo .....	92
Figura 24: Inversión Inicial.....	93
Figura 25: Detalle de la financiación .....	94
Figura 26: Flujo de Caja (Año 1) .....	95
Figura 27: Flujo de Caja (a 5 años).....	96
Figura 28: Productos y su participación en el mercado .....	97
Figura 29: Margen de contribución por producto.....	97
Figura 30: Punto de equilibrio en unidades promedio (Peup) .....	98
Figura 31: Estado de Ganancias y Pérdidas (en punto de equilibrio).....	98
Figura 32: Valor Actual Neto (VAN), COK y TIR (Año 1) .....	100
Figura 33: Valor Actual Neto (VAN), COK y TIR (a 5 años).....	101