

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN GESTIÓN DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

IMPLEMENTACIÓN DE DASHBOARD PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN COMERCIAL Y CONTROL DE STOCK PARA LA EMPRESA CHITOKU S.A.C EN EVENTOS ORGANIZADOS EN ARENA 1 (COSTA VERDE)

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de Profesional Técnico en Gestión de Producción Industrial

SARA LANDEO ROJAS

(0009-0007-4307-7963)

GINA HELLEN HUAYTA HUAMALI

(0009-0002-3619-8218)

Lima – Perú

2026

Dedicatoria

A nuestros padres. A Sammy, Michote y Lara, quienes nos motivan a seguir adelante.

Índice General

Índice General ---- 3

Índice de Tablas ---- 8

Índice de Figuras ---- 10

Resumen Ejecutivo ---- 11

Introducción ---- 12

Capítulo I: Generalidades ---- 13

Planteamiento del Problema ---- 13

Realidad Problemática ---- 14

Problema General ---- 14

Justificación del Estudio ---- 15

Antecedentes del Proyecto ---- 15

Antecedentes Nacionales ---- 16

Antecedentes Internacionales ---- 18

Normativa y Reglamentación Internacional ---- 20

Normas Técnicas Nacionales ---- 20

Normas *Técnicas Internacionales* ---- 21

Capítulo II: Objetivos y Soluciones ---- 23

Objetivos ---------- 23

Objetivo General ---------- 23

Objetivos Específicos ---------- 23

Hipótesis ---------- 23

Identificación de Variables ---------- 24

Planteamiento de Soluciones ---------- 24

Soluciones alternativas: ---------- 24

Solución Elegida y Justificación ---------- 25

Técnicas de investigación ---------- 28

Planificación de Tiempo y Actividades del Proyecto ---------- 29

Marco Teórico ---------- 32

Selección de Teorías y Modelos Relevantes ---------- 33

Teorías Utilizadas ---------- 33

Métodos Utilizados ---------- 34

Justificar la Selección Teórica ---------- 35

Capítulo III: Diseño y Desarrollo ---------- 37

Estudio de Mercado ---------- 37

Definición Comercial del Servicio ---------- 37

Características del Servicio o Producto ---------- 37

Determinación el Área de Influencia del Servicio o Producto ---------- 38

Análisis del Sector ---------- 38

Análisis de la Demanda ---------- 38

Análisis de la Oferta ---------- 39

Determinación de la Demanda para el Proyecto ---------- 39

Definición de la Estrategia de Comercialización ---------- 40

Localización del Servicio ---------- 41

Identificación y Análisis Detallado de los Factores de Localización ---------- 41

Identificación y Descripción de las Alternativas de Localización ---------- 42

Evaluación y Selección de Localización ---------- 43

Dimensionamiento del Servicio ---------- 46

Relación Tamaño-Recursos ---------- 46

Relación Tamaño-Tecnología ---------- 47

Relación Tamaño-Inversión ---------- 48

Relación Tamaño-Punto de Equilibrio ---------- 49

La mayor parte de la inversión se centra en la adquisición de la infraestructura tecnológica y en la mano de obra participante en el desarrollo de cada evento. ---------- 49

Selección de la Dimensión del Servicio o Producto ---------- 50

Proyecto Técnico ---------- 51

Selección y Descripción de la Tecnología, Maquinaria, Herramienta y Equipo ---- 52

Calidad del Proceso del Servicio y/o Medidas de Resguardo de la Calidad --------- 54

Niveles de Satisfacción del Cliente ---------- 55

Capítulo IV: Validación de la Propuesta ---------- 57

Descripción General del Proyecto ---------- 57

Organización Empresarial ---------- 57

Mapa de Procesos de la Empresa ---------- 58

Lean Canvas ---------- 63

Propuesta de Valor ---------- 63

Segmento de clientes ---------- 63

Relación con Clientes ---------- 64

Fuente de Ingresos ---------- 65

Actividades Claves: ---------- 65

Socios Claves ---------- 66

Estructura de Costos ---------- 66

Implementación del modelo ---------- 68

Plan de implementación final detallado ---------- 68

Planteamiento de implementación del proyecto ---------- 68

Implementación del planteamiento del proyecto ---------- 69

Gestión de la calidad en los procesos. ---------- 69

Lista de Inversiones Necesarias---------- 72

Inversiones *en la Implementación del Servicio* ---------- 72

Capital de Trabajo ---------- 74

Costos de las Operaciones del Servicio ---------- 74

Costos de los Servicios---------- 74

Costos del Personal ---------- 75

Presupuestos Operativos de Costos ---------- 75

Resultados ---------- 80

Análisis de Costos ---------- 80

Wacc, Van y Tir---------- 83

Conclusiones ---------- 84

Recomendaciones---------- 85

Anexos ---------- 90

Índice de Tablas

Tabla 1: 25

Tabla 2: 26

Tabla 3: 38

Tabla 4: 39

Tabla 5: 40

Tabla 6: 44

Tabla 7: 46

Tabla 8: 47

Tabla 9: 49

Tabla 10: 49

Tabla 11: 50

Tabla 12: 52

Tabla 13: 70

Tabla 14: 72

Tabla 15: 72

Tabla 16: 73

Tabla 17: 73

Tabla 18: 74

Tabla 19: 75

Tabla 20: 75

Tabla 21: 75

Tabla 22: 76

Tabla 23: 80

Tabla 24: 80

Tabla 25: 80

Tabla 26: 81

Tabla 27: 81

Tabla 28: 82

Tabla 29: 83

Índice de Figuras

Figura 1:..... 31

Figura 2:..... 50

Figura 3:..... 58

Figura 4:..... 62

Figura 5:..... 67

Figura 6:..... 71

Figura 7:..... 78

Resumen Ejecutivo

La empresa Chitoku S.A.C, que se dedica a la comercialización de productos de bebidas alcohólicas en eventos, enfrenta dificultades en la gestión de su stock, toma de decisiones en tiempo real y la coordinación entre las áreas operativas y comerciales. Estos inconvenientes provocan quiebres de stock, sobrecostos operativos y una experiencia de cliente no óptima.

Por ello, el presente proyecto tiene como objetivo principal en optimizar la gestión de inventarios y la gestión comercial de la empresa Chitoku S.A.C mediante la implementación de un sistema digital centralizado para el control de stock en tiempo real en eventos y puntos de venta. Esta propuesta nace como respuesta a las deficiencias detectadas en los procesos actuales tales como la falta de información oportuna, la existencia de quiebres de stock y la dependencia de controles manuales.

Para la validación de la propuesta se utilizaron herramientas de análisis estratégico y operativo entre las que se encuentran el análisis FODA y la matriz de evaluación multicriterio ponderada que permitieron realizar comparativas entre distintas alternativas de solución. Como resultado se determinó que la implementación de una herramienta digital centralizada era la opción más eficiente y sostenible frente a otras alternativas, como el incremento de personal o el uso de medios de comunicación tradicionales.

Palabras clave: Gestión de inventarios, control de stock, eventos, puntos de venta.