

Universidad de Lima  
Facultad de Ingeniería  
Carrera de Ingeniería Industrial



# **ESTUDIO DE MEJORA INTEGRAL EN LA EMPRESA PURPOSE EIRL, PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL E-COMMERCE DE JOYERÍA DE NICHOS**

Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial

**Madeleine Duvalid Araceli Barriga Espinoza**

**Código 20141615**

**Asesor**

**Jorge Antonio Corzo Chávez**

Lima – Perú

Julio del 2023

## RESUMEN

Purpose EIRL es una empresa dedicada a la comercialización de bisutería y joyería a un mercado nicho. Tiene como marca el nombre Duvali The Label con el cual es conocido en el mercado. Empezó sus operaciones allá por el año 2019 a mediados de agosto con una primera línea de productos, la línea de bisutería, desde entonces entró en despliegue y gozó de buena aprobación. Fue entonces que, en 2021, integró una segunda línea de productos, la línea de joyería, cuando la empresa estaba en pleno crecimiento; lo cual desvió su enfoque y comenzó a reportar pérdidas.

Con el trabajo actual se busca desarrollar un diagnóstico y mejora organizacional que permita una recuperación de la situación de la empresa y aumentar su rentabilidad y utilidad neta.

Se divide en nueve capítulos, los cuales permiten conocer los principales procesos de índole estratégica, comercial, operativa, financiera y de recursos humanos. Para el análisis de cada uno se utilizan las herramientas de gestión de procesos aprendidos a lo largo de la carrera. Además, se usa repetidamente los diagramas de causa raíz que facilita la búsqueda y obtención de respuestas a los principales problemas de cada proceso, los cuales son: disminución del nivel de ventas, bajo alcance de los anuncios pagados con Facebook Ads, desinterés por la gestión financiera y falta de capacitación en el proceso de selección y contratación. Asimismo, se proponen alternativas de solución que aborden las causas raíz y a través de un enfrentamiento de factores en matrices de evaluación se elige a las más acertadas. Se desarrolla a detalle las soluciones elegidas para la implementación, las cuales son la implementación de una nueva estrategia comercial y de marketing: la estrategia Inbound; la optación de generación de gran alcance orgánico a través de contenido relevante para el cliente o prospecto de cliente, la implementación de una gestión financiera y la implementación de un proceso de selección y contratación completo. Finalmente, se evalúa económica-financieramente su viabilidad, encontrando un VAN positivo de 42,128 y un TIR de 57,63% en el escenario moderado.

**Palabras clave:** comercio electrónico, joyería nicho, estrategia de marketing, marketing de entrada, marketing de contenidos.

## ABSTRACT

Purpose EIRL is a company dedicated to the marketing of costume jewelry and jewelry to a niche market. Its brand name is Duvali The Label with which it is known in the market. It began its operations back in 2019 in mid-August, since then it entered deployment and enjoyed good approval. It was then that in 2021 it integrated a second line of products, leaving aside the first that was in full growth and began to report losses.

The current work seeks to develop a diagnosis and organizational improvement that allows a recovery of the company's situation and increase its profitability and net profit.

It is divided into nine chapters, which provide information on the main processes of a strategic, commercial, operational, financial and human resources nature. For the analysis of each one, the process management tools learned throughout the degree are used. In addition, root cause diagrams are used repeatedly, which facilitates the search and obtaining answers to the main problems of each process, which are: decrease in the level of sales, low reach of paid ads with Facebook Ads, lack of interest in management and lack of training in the selection and hiring process. Likewise, solution alternatives are proposed that address the root causes and through a confrontation of factors in evaluation matrices, the most successful are chosen. The solutions chosen for the implementation are developed in detail, which are the implementation of a new commercial and marketing strategy: the Inbound strategy; the option of generating powerful organic reach through relevant content for the client or client prospect, the implementation of financial management and the implementation of a complete selection and hiring process. Finally, its economic-financial viability is evaluated, finding a positive NPV of 42,128 and an IRR of 57,63%.

**Keywords:** e-commerce, niche jewelry, marketing strategy, inbound marketing, content marketing.

# ESTUDIO DE MEJORA INTEGRAL EN LA EMPRESA PURPOSE EIRL, PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DEL E-COMMERCE DE JOYERÍA DE NICHO

## INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

11%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.ulima.edu.pe">repositorio.ulima.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
2	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	1%
4	<a href="https://doi.org">doi.org</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="https://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="https://vsip.info">vsip.info</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="https://www.ulima.edu.pe">www.ulima.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%