

**UNIVERSIDAD ESAN**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE SERVICIOS,  
ESPECIALIZADA EN IMPLEMENTAR EQUIPOS SANITARIOS DE  
BAJO CONSUMO DE AGUA.**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener  
el grado de Magíster en Administración de Negocios**

**Por:**

**Yves Alvarado Flores**

**Yuri Jim Mamani Ardiles**

**Julio Ángel Peraltilla Fernández Baca**

**Jesús Benigno Salvador Reyes**

**Programa de la Maestría en Administración a Tiempo Parcial Weekends  
01 - 2014**

**Lima, 16 de diciembre de 2016**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Partiendo de una idea de negocios, acerca de generar una oportunidad comercial a través del reemplazo de urinarios convencionales por urinarios eco eficientes, el presente plan de negocios parte de la premisa que una vez que los potenciales clientes son informados de la situación real del efecto producido por el cambio climático y los acuerdos a los que arribó las Naciones Unidas para mitigar este efecto, existe un interés por ser partícipes de manera efectiva y real en los procesos de mitigación, siendo en este caso el tema a desarrollar el ahorro del agua para consumo humano, a través de una gestión eficiente del mismo en el caso específico de los equipos convencionales instalados en las oficinas o pantas de los posibles clientes, que consumen de manera innecesaria cerca de 150,000 litros de agua potable al año, por equipos eco eficientes, que solo usan cincuenta litros de agua al años, para sus procesos de limpieza.

El análisis de esta oportunidad de negocio, pasa por desarrollar un estudio de mercado que nos muestra claramente que cerca del 86% de los entrevistados que pertenecen al ranking de las empresas top 10,000 del Perú, segmentadas en los distritos financieros de Lima metropolitana, como grupo de interés actual, y seguro luego puede esto expandirse a otro tipo de empresa y en otro distritos de todo el país, pero para efectos de este estudio, una vez delimitado el segmento, y confirmado el estudio, se presenta un plan de marketing que a través de un marketing mix, nos permite establecer la oferta de valor que debemos transmitir para que la idea de negocio, sea en primer lugar conocida por nuestros clientes objetivo, luego sea rentable y finalmente sostenible en el tiempo. También obtenemos del plan de marketing, nuestras estimaciones de ventas, que nos darán los valores con los cuales realizaremos la simulación económica del modelo de negocio.

Para soportar esta idea se estudia y analiza un modelo de negocio que está pensado para prestar el servicio integral propuesto en el plan de marketing, además se presenta una propuesta de modelo de empresa que es la que vamos a utilizar todo esto desarrollado en un plan de administración y un plan de operaciones, los cuales están alineados a los objetivos comerciales del negocio y generan las informaciones de costos en los que se va a incurrir.

Con esta información realizamos un modelo financiero que estime los ingresos alineados a los ahorros que generamos en los clientes, con la instalación de los equipos

en un sistema llave en mano, entonces la propuesta de negocio es ofrecer un contrato a dos años, con cuotas mensuales, que cubran el costo de inversión en el que incurrimos y genere rentabilidad para la empresa, como se verá en el modelo esto es posible, en base a estimados de venta establecidos en el plan de marketing.