

UNIVERSIDAD ESAN



“Venta Móvil: Plan de Negocios para la Comercialización de Artículos para el Hogar en los Segmentos C y D en la Ciudad de Arequipa”

Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magister en Administración

por:

Sheylath Astorga Paredes

André Buscaglia Antuñaño

Huber Muchica Pariapaza

Manuel Núñez Vera

Omar Paredes Torres

Programa de la Maestría en Administración

Lima, 29 de abril de 2017

RESUMEN:

La presente tesis sustenta un modelo de negocio innovador que consiste en la implementación de la venta móvil de electrodomésticos en los conos de la ciudad de Arequipa, dirigido a la población de los niveles socioeconómicos C y D, ofreciendo un fácil acceso al crédito, buscando mejorar la calidad de vida de dicha población. La venta móvil se realizaría por un remolque furgón, un camión furgón, una carpa plegable y otros componentes menores. En el remolque furgón se exhibirían los electrodomésticos. El camión furgón se encargaría de trasladar y abastecer el remolque furgón. La fuerza de ventas operaría en el mismo punto de ventas y en las zonas aledañas a éste.

No existen experiencias similares a este modelo de negocio en el mercado nacional de electrodomésticos. En relación al mercado internacional se conocen experiencias insipientes de venta móvil.

El mercado de electrodomésticos en la ciudad de Arequipa es altamente competitivo, existe gran cantidad de centros comerciales, tiendas por departamento, tiendas especializadas y mercadillos. Se llevó a cabo una investigación de mercado donde se determinó las características, comportamientos, perfiles de la población así como los atributos valorados que percibe el público objetivo; identificando los factores relevantes, oportunidades y amenazas del sector.

Se estimó una demanda potencial de electrodomésticos de S/.223, 965,978 para el año 2015 en los niveles socioeconómicos C y D de la ciudad de Arequipa, la cual se incrementa anualmente en 2.3% aproximadamente. Los resultados de la investigación de mercado son positivos, el 98.2 % de la población de los niveles socioeconómicos C y D le resulta atractivo realizar sus compras en una tienda de venta móvil; así mismo el 65.4% preferiría realizar las compras al crédito, lo cual refuerza el modelo de negocios que se propone. En base a la investigación de mercado se determinaron las características y atributos del servicio.

La estrategia principal que se aplicará en el negocio será la de diferenciación. En función a esta estrategia se definieron factores claves de éxito como son el control de gastos, el trato directo con los clientes, la entrega a domicilio de los productos y la cobertura en las zonas periféricas de la ciudad de Arequipa.

La estrategia de marketing se basa en los factores de posicionamiento, factores de expansión de productos y mercados y estrategia de marketing mix. La estrategia

operativa se basa en tener estándares y lineamientos operacionales que reducen costos y hacen eficiente el tiempo de los procesos. Consideramos que este plan de negocios operará como una unidad de negocio de Tiendas EFE.

La inversión requerida es de S/. 360,365. Del análisis financiero se concluye que el proyecto es viable con un Valor Actual Neto Económico de S/. 429,376 y un Valor Actual Neto Financiero de S/. 441,561. Se obtiene una Tasa Interna de Retorno Económica de 50,55% y una Tasa Interna de Retorno Financiera de 67,60%. La nueva unidad de negocio es altamente rentable, tanto desde el punto de vista económico como desde el punto de vista financiero.