

UNIVERSIDAD ESAN



**PLATAFORMA VIRTUAL DE INTERMEDIACIÓN DE SERVICIOS
PARA EVENTOS SOCIALES EN LAS ZONAS 6 Y 7
DE LIMA METROPOLITANA**

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

por:

José Martín, Chávez Cruzado

Luciano Esteban, Peña Carhuancho

Programa de Maestría en Administración a Tiempo Parcial 57

Lima, 25 octubre de 2016

RESUMEN EJECUTIVO

Maestría en	:	Administración
Título de tesis	:	Plataforma virtual de intermediación de servicios para eventos sociales en las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana
Autores	:	José Martín, Chávez Cruzado Luciano Esteban, Peña Carhuancho

El objetivo general de la presente tesis es efectuar el plan de negocios de una empresa dedicada a la intermediación de servicios para eventos sociales a través del uso de una plataforma web y app, siendo los objetivos específicos efectuar el diagnóstico del entorno, definir el modelo de negocio y la propuesta de valor y diseñar las estrategias para la viabilidad del negocio.

El crecimiento económico sostenido que ha venido experimentando el Perú y en particular la provincia de Lima, reflejado en la mejora del poder adquisitivo de sus habitantes, ha favorecido el incremento de las celebraciones de eventos sociales por parte de las familias peruanas y en consecuencia también un aumento de la demanda de los servicios que se requieren para la celebración de estos eventos, demanda que ha originado el surgimiento de un número importante de proveedores que ofrecen dichos servicios, los cuales vienen difundiendo sus servicios por distintos medios siendo uno de los más utilizados internet a través de las redes sociales y páginas web propias o de terceros dedicados a la publicidad de este tipo de servicios.

Por otra parte, las tecnologías de la información han incidido en la forma como los peruanos y limeños acceden a la información y se comunican, esto se evidencia en el número de personas que actualmente se conectan a internet y en quienes lo hacen a través de un dispositivo móvil, según cifras de IPSOS del 2016, el 85% de la población limeña se conecta a internet y 70% tiene celular, de los cuales un 49% utiliza un Smartphone. Las tecnologías de la información también han influenciado en modificar los canales de interacción entre usuarios y proveedores de servicios, transformando el mercado de servicios y constituyéndose en una excelente oportunidad para generar nuevos negocios.

En el presente Plan de Negocios se efectúa el análisis, evaluación y planificación de un negocio de intermediación de servicios para eventos sociales entre usuarios y proveedores mediante el uso de una plataforma web y App. El negocio estará enfocado en lograr la satisfacción de los usuarios ofreciéndoles la posibilidad de elegir a los proveedores desde donde se encuentren, atendiendo sus solicitudes de cotización de forma rápida mediante proveedores confiables y exhaustivamente seleccionados, en un esquema de competencia que le otorgue al usuario la posibilidad de obtener precios competitivos. Asimismo, se propone a los proveedores de servicios la posibilidad de construir una reconocida reputación e incrementar el número de clientes e ingresos a través de un mayor campo de acción en el mercado de servicios para eventos sociales mediante los canales virtuales.

El negocio proporcionará las facilidades para poner en contacto a los usuarios con los proveedores de los servicios de catering, animación, decoración, alquiler o venta de accesorios, tales como menaje, mantelería, inflables, camas saltarinas; etc y especialistas en servicios de apoyo como por ejemplo líder de eventos, barman, mozos, fotógrafos, filmadores entre otros.

Para validar la idea de negocio, se realizó un estudio de mercado conformado por un análisis exploratorio a través del cual se efectuó la revisión de fuentes secundarias y entrevistas con proveedores de servicios de eventos sociales, asimismo se llevó a cabo un análisis cuantitativo mediante una encuesta a 150 personas, considerada como una muestra representativa de las 187,400 familias que corresponden a los niveles socioeconómicos B y C de las zonas 6 y 7 de la Provincia de Lima, conformadas por los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel, Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina, población a la que se enfocará el negocio en sus inicios; según la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (APEIM) los niveles socioeconómico B y C agrupan el 60% de los hogares de Lima Metropolitana. Con respecto a la encuesta, el 87 % de los encuestados manifestó encontrar atractivo el concepto del negocio propuesto, siendo los atributos más valorados: 1) contar con el presupuestos de varios proveedores, 2) controlar y calificar el cumplimiento de los proveedores y 3) proporcionar información

actualizada, precisa y útil; asimismo con relación a la intención de contratar los servicios a través del negocio, el 67% manifestó que si lo haría.

A través del presente plan de negocio se describen también las estrategias que serán implementadas para alcanzar y mantener la rentabilidad prevista, asegurar el crecimiento, captar el mayor número de clientes y ser reconocida como una empresa confiable que ofrece servicios con rapidez y calidad. Dichas estrategias están dirigidas principalmente a: 1) desarrollar canales web y app para interactuar con los clientes, las cuales generen una experiencia agradable y de fácil uso, 2) desarrollar procedimientos rigurosos de selección y contratación del personal de atención al cliente, 3) contar con personal especializado que promueva la innovación 4) disponer medios de pago electrónico seguros y de fácil uso, 5) establecer campañas efectivas de marketing digital y 6) estar constantemente monitoreando el mercado nacional e internacional con la finalidad de implementar las mejores prácticas del mercado.

Se tiene previsto un periodo de 13 meses en actividades previas antes del inicio de la puesta en operación comercial del negocio, en dicho periodo se llevará a cabo el desarrollo y pruebas de la plataforma web y app, así como la captación de los proveedores de servicios para eventos sociales y campañas de publicidad. Si bien se llevará a cabo inversiones intensas en capital para el desarrollo de la plataforma web y app, en lo que respecta a la infraestructura correspondiente a los servidores que serán requeridos, se contratarán los servicios de soporte, mantenimiento y alquiler de servidores que proporcionan empresas de tecnología de información a través de la nube (cloud computing).

La inversión requerida asciende a 1,361,359 soles de los cuales 1,055,509 soles corresponde a capital de trabajo, el negocio es rentable considerando que la TIR evaluada a 5 años asciende a 21.42 %, mayor al costo de oportunidad del capital estimado en 18.38%, generándose asimismo en dicho periodo un VAN positivo igual a 106,846 soles. Cabe precisar que el costo de oportunidad del capital corresponde a aquel que contemplaría la empresa Angie's list en caso decidiera incursionar en Perú, Angie's list es una empresa que proporciona el contacto con diversos proveedores de servicios en el mercado norteamericano.