



Universidad ESAN

Maestría en Administración Tiempo Parcial 62

Plan de Negocios para una plataforma de entretenimiento pago musical en vivo

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

Calderón Parra Xavier 07100143

Asesores

Profesor Alfredo Mendiola

Profesor Carlos Aguirre

Lima, 19 de enero del 2021

RESUMEN EJECUTIVO

Grado: Maestro en Administración de Negocios

Título de la tesis: “Plan de Negocios para una plataforma de entretenimiento pago musical en vivo”

Autor: Calderón Parra, Xavier Alexandro

Dentro de un contexto de pandemia, vemos cómo distintas herramientas de entretenimiento digital van ganando espacio en un contexto donde cada vez es más popular el servicio de streaming, acompañado por modelos de pago como los servicios de suscripción, que vienen ganando espacio en el tiempo, especialmente en el mundo de la música.

Al considerar cómo se vienen adaptando los artistas al entorno y los cambios en los gustos de las personas debido a la digitalización del consumo, se ve también que actualmente los músicos no tienen un contexto muy favorable para rentabilizar su producción al deberse normalmente de conciertos y presentaciones como fuente principal de ingresos.

Es en este contexto que se busca ofrecer una plataforma de entretenimiento digital a través de streaming que permita a los espectadores ver contenido en vivo y lograr altos niveles de interacción a través de herramientas innovadoras que les permitan estar más cerca de sus artistas favoritos, brindando a la vez varias opciones de monetización que en su mayoría van al creador para recompensar la interacción y suscribirse a los artistas en búsqueda de contenido exclusivo, así también como buscando más contenido en la plataforma, con el fin de pasar más y generar nuevas opciones de rentabilización y análisis de datos para el crecimiento del ciclo de desarrollo de la empresa. En suma, busca brindarse una experiencia nueva y diferenciada dentro de la plataforma, que permita a los artistas rentabilizar su creación, llegando a un público creciente y desarrollándose dentro de la plataforma.

Inicialmente se realizará un análisis de fuentes secundarias basadas en la literatura y un análisis contextual con el fin de tener una vista integral del mercado y las tendencias a considerar en el crecimiento y adaptación de la herramienta, buscando siempre solucionar los problemas de los

usuarios de música en vivo dentro del segmento de mercado elegido, peruanos entre 18 y 39 años que suelen escuchar música, pertenecientes a los NSE A, B y C.

A partir del análisis de fuentes se establecerá una investigación primaria, la cual consiste en una entrevista exploratoria a profundidad a músicos que vengan navegando el mundo digital y tengan experiencia en esta industria, así como la validación de la idea a través de una encuesta a un total de 428 personas, a quienes también se les realizó preguntas respecto a preferencias en función a alinear la plataforma a sus preferencias y principales necesidades.

A partir de la investigación se estableció que Laif.pe será una plataforma centrada en entregar contenido relacionado a la música en vivo, con un 79% de nivel de aceptación entre los encuestados quienes prefieren ver contenido en vivo y escuchar música en segundo plano dentro de la plataforma, y quienes preferentemente consideran se debe llegar a ellos a través de las redes sociales para una comunicación efectiva.

La organización interna empresarial estará basada en generar un ciclo incremental de generación de valor, a través de procesos de promoción y desarrollo que permitan el pivoteo necesario de la plataforma para la consecución de sus objetivos empresariales, basados en valores compartidos y una comunicación colaborativa, que acompañados de procesos de apoyo eficientes permitan la consecución de los objetivos empresariales.

Finalmente, a través de una serie de supuestos se realizó un estudio de factibilidad financiera en base al plan estratégico plasmado, el cual indicó que el proyecto es viable, considerando un costo de capital de los accionistas de 25%, obteniendo un valor actual sobre flujos de caja económicos de 1'623,397 soles y una tasa interna de retorno de 90% en un horizonte temporal de cinco años.