



Desarrollo de un Plan de Negocios para la Implementación de una Empresa de Comercialización de Combustible al Crédito a Personas Naturales

Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado
Maestro en Dirección de Tecnologías de la Información

Por:

José Paz Aliaga

Miguel Angel Aliaga Alvarez

Steve Jasson De la Cruz Ninapaitán

Jorge Jonathan Vigil Farfán

Programa Maestría en Dirección de Tecnologías de la Información 2015-2

Lima, 04 de abril de 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento está elaborado bajo la modalidad de plan de negocios, el cual buscará sustentar la viabilidad de implementación de una empresa de comercialización de combustible al crédito para personas naturales, denominada TANQUEA S.A.C. A través de la elaboración de un modelo y plan de negocio, mediante una propuesta de negocio innovadora que facilite a las personas naturales bancarizadas la adquisición de combustibles en las principales cadenas de grifos de la ciudad de Lima a través de una plataforma móvil.

Dicho documento considera como un objetivo general, apoyado en los siguientes objetivos específicos: (i) Elaborar un modelo de negocio para la propuesta, (ii) Diseñar un plan de negocio para la propuesta y (iii) Determinar la posible aceptación del producto.

En tal sentido, con el fin de desarrollar un sustento para el presente documento de tesis, se ha relevado y analizado información sustancial dentro de cada uno de sus capítulos tales como: Un marco provee información necesaria para permitir al lector ingresar al contexto de la idea central de la tesis presentándole, que existe un alto crecimiento en el uso de dispositivos móviles a nivel mundial, tal es así que a nivel nacional (aproximadamente cada habitante cuenta con un dispositivo móvil celular), así como también nos presenta el crecimiento de consumo de combustible (aproximadamente en un 50% en los últimos años).

En paralelo desarrollamos un estudio de mercado con el fin de conocer el perfil del consumidor y la aceptación de nuestro producto por parte de nuestro posible público objetivo en el mercado, como herramienta de testeo, se desarrolló una encuesta provista de 15 preguntas, las mismas que fueron respondidas por 165 personas. De los resultados obtenidos se verifica que el 96.89% están interesadas en el producto. Asimismo, de forma análoga, se realizó benchmarking con productos similares del mercado nacional e internacional, cuyo fin era investigar la existencia del mismo producto a nivel nacional e internacional, con el fin de contar de evaluar estándares, características, falencias y debilidades de los actuales productos similares; con el fin de fomentar nuevas ideas que se traduzcan en estrategias de respuesta a las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas provenientes de nuestro entorno.

De lo mencionado en el párrafo anterior, podemos plantear un modelo de negocio; por lo tanto para tal fin definimos la idea de negocio, la cual es la constitución de una empresa digital orientada a la venta de combustible a crédito para personas naturales bancarizadas a través de una plataforma móvil que permita al cliente final contar con el beneficio de la adquisición de combustible a precios diferenciados en cualquier estación de servicio afiliada a nuestra red, proporcionando una solución a la problemática encontrada; la misma que es la constante búsqueda de precios competitivos para el abastecimiento de combustible.

Posteriormente desarrollamos el plan estratégico, donde definimos la misión, visión, objetivos estratégicos, factores claves de éxito; seguidamente realizamos un análisis del macro y micro entorno usando las cinco fuerzas de Porter.

Con el estudio de mercado y el análisis de las cinco fuerzas de Porter, se realiza un análisis FODA para así realizar una matriz FODA cruzada y obtener las estrategias que nos permitirán alcanzar el cumplimiento de los objetivos estratégicos, y a su vez desarrollar el plan organizacional, plan de marketing, plan de operaciones y TI y el Plan financiero, tal como se detalla a continuación:

- El plan organizacional describirá la estructura organizacional de la empresa TANQUEA S.A.C. que permita la operatividad del servicio, así como la gestión de recursos humanos.
- El plan de marketing propuesto desarrollará una estrategia basada en la utilización de herramientas digitales de marketing.
- El plan de Operaciones y TI, define el producto y la infraestructura tecnológica para el soporte de la aplicación Móvil.
- En el plan financiero, realizamos una evaluación financiera de nuestro modelo de negocio, el mismo que cuenta con una inversión de S/. 313,457.50 y un beneficio actual neto de los cinco primeros años de S/. 1, 670,965.97 en un escenario moderado (VAN de S/. 96,708.21, TIR de 18.18%) y un beneficio actual neto de los cinco primeros años de S/. 4, 033,519.09 en un escenario optimista (VAN de S/. 1, 749,918.01, TIR de 53.74%), lo cual indica que el nivel financiero que proporciona nuestro servicio es rentable.

Por lo tanto, es meritorio mencionar que se concluye que el modelo de negocio y plan de negocio propuesto es viable y rentable, teniendo un valor diferenciado tanto en calidad y costo del servicio.