

**UNIVERSIDAD ESAN**



**Experiencias vivenciales para superar paradigmas: Plan de negocios para la  
apertura de un local licenciado de Dialogue in the Dark**

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

**por:**

Arévalo Borlinic, Patricia

Patrón Gamboa, César Eugenio

**Programa de la Maestría en Administración**

**Lima, 28 de febrero de 2017**

## **RESUMEN:**

Sabiendo que en la ciudad de Lima Metropolitana existe un déficit de propuestas o alternativas para entretenimiento y teniendo como motivación generar la toma de conciencia sobre personas con capacidades diferentes, se plantea, como idea de negocio, la creación de escenario sensorial ideal para que las personas puedan experimentar sus sentidos al máximo: sabores, aromas, texturas, música y movimiento. Se trata de exhibiciones guiadas por personas ciegas, en total oscuridad. Se ofrecerían dos conceptos en simultáneo: cenas en la oscuridad y exhibiciones permanentes.

Entonces, se consideró como objetivo primordial el desarrollo del plan de negocio para el lanzamiento y puesta en marcha de una organización dedicada a la generación de experiencias vivenciales para superar paradigmas, con énfasis en el consumidor final, proponiendo estrategias para su implementación y evaluación integral de su atractivo.

Para tal efecto se plantea los siguientes objetivos específicos:

- Efectuar un análisis del entorno y la situación actual de los posibles competidores o sustitutos en las ramas de negocio que plantea el mix de servicios.
- Desarrollar el estudio de mercado para la propuesta.
- Diseñar el mix o mezcla de servicios a ofrecer, características y atributos de cada uno. Establecer, con claridad, la propuesta de valor y diferenciación, tanto de todos los elementos de la mezcla como de la empresa.
- Evaluar y determinar las estrategias para la implementación exitosa del modelo de negocio.
- Realizar una evaluación integral de atractivo del negocio.

En líneas generales, se reconoce que el contexto actual se encuentra en buen momento para la generación de inversión, en particular, en el rubro previsto. Asimismo, se reconoce la implicancia de los medios digitales, la importancia de la gastronomía para el mercado limeño y el nivel de relego que se tiene con respecto a la toma de conciencia y trato a las personas con algún tipo de discapacidad, especialmente, aquellas personas con limitaciones visuales. Igualmente, como elementos claves de éxito, la empresa tendrá énfasis en los recursos humanos, la ubicación, el financiamiento inicial, la gestión de costos (operativos), el marketing de la propuesta, aspectos de seguridad al público y el cumplimiento normativo.

Ahora bien, el mercado objetivo previsto se traduce en hombres y mujeres entre los 26 y 45 años, de los niveles socioeconómicos A y B, que vivan en zonas de Lima tradicional y que tengan un estilo de vida “sofisticado”, siendo personas jóvenes, cazadoras de modas, con ingresos más elevados que el promedio y que se encuentran en constante búsqueda de innovación en el consumo. Tomando en cuenta esta descripción, se confirmó que el segmento previsto tiene una fuerte orientación a la prueba del concepto y cuya capacidad y disposición de pago estaría entre los rangos previstos, según la empresa.

Por otra parte, se considera que, para la ejecución del negocio, hay que tomar ciertos aspectos críticos: marketing, operaciones y la gestión de la implementación. En el primer caso, se resalta la importancia de los medios sociales y de las recomendaciones de usuario (tanto en medio digitales como el boca-a-boca). Adicionalmente, será estratégica, como en cualquier establecimiento de naturaleza similar, la ubicación y algunas alianzas estratégicas. En el segundo punto, se resalta la necesidad de tener una organización orientada a la satisfacción del cliente, la elaboración de platos de calidad (para el caso de las cenas) y en enfoque en una experiencia única. Por último, se considera que para la implementación, será crucial gestionar adecuadamente los costos, tiempo y la capacitación del personal, tomando en cuenta los riesgos que pudieran impactar negativamente a la gestión prevista.

Con la información considerada y las estrategias elaboradas, se evaluó el proyecto para determinar su viabilidad económica, siendo rentable dentro de los parámetros establecidos para la evaluación. Asimismo, se consideró un análisis de sensibilidad que arrojó, como principal resultado, la criticidad de los costos totales y la demanda como variables a controlar en el tiempo.

De otro lado, considerando las características innovadoras y sociales del emprendimiento, se plantearon una serie de recomendaciones para que este negocio sea sostenible en el tiempo, generando su propia caja y sea atractivo para el inversionista.