

UNIVERSIDAD ESAN



**PLATAFORMA DE E-COMMERCE DE PRODUCTOS FLASH DE ALTA
CAPACIDAD Y DESEMPEÑO**

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

Por:

Pedro Martin Chavez Camargo

Roberto Durand Palacios

Milagros Scarlet Gutiérrez Pajares

Diego Rojas Sihuay

Programa de la Maestría en Marketing

Lima, 17 de Abril de 2017

Resumen Ejecutivo

Gracias al vertiginoso avance de la tecnología, los teléfonos inteligentes se han hecho indispensables. Facilitado por el acceso al internet, cada vez más barato, con mayor alcance y con mejor velocidad, estos dispositivos permiten en la actualidad a sus usuarios pagar cuentas, comunicarse con sus familiares y amigos, ordenar comida, comprar entradas al cine, conocer la efectividad de su rutina de ejercicios, comprar pasajes de avión y un largo etcétera. Todo esto es posible gracias a la infinidad de aplicaciones para realizar estas actividades, además de las potentes capacidades que tienen para capturar fotos y videos. Para que estos dispositivos funcionen en todo su potencial necesitan capacidad de almacenamiento. Los usuarios de Android tienen muchas alternativas para suplir esta necesidad. En cambio, para los usuarios de iPhone de Apple esto representa un problema. Es por esto, que se ha detecto una oportunidad de negocio.

La presente tesis propone un plan de negocio en base a la venta del producto iXpand de SanDisk, un dispositivo exclusivo para iPhone cuya función principal es expandir su memoria, por medio de una plataforma de comercio electrónico de nombre iMemory. Todo esto, apoyado por publicidad en línea en medios usada diariamente por el público objetivo como los son Facebook y Google. Para identificar la necesidad concreta dentro de los usuarios potenciales se realizaron dos focus group. Con la información obtenida de estos se construyeron dos encuestas con el objetivo medir la viabilidad del negocio. La primera, para determinar la proporción de usuarios de iPhone en el público objetivo y la segunda para explorar su atractivo y determinar la intención de compra.

Como resultado de esta investigación se identificó que el 83% tiene la intención de comprar del producto mediante la plataforma de comercio electrónico a implementar. A partir de ahí, se analizaron los costos para evaluar la rentabilidad del negocio. Mediante un capital de trabajo de 170,000 soles, compuesto por un préstamo bancario de 20,000 soles y un aporte de la sociedad por 150,000 se obtienen ganancia a partir del tercer año de operaciones. Al cierre de quinto año, iMemory tiene una facturación anual de 202,687.40.