



Plan de negocio para la implementación de un espacio comercial virtual en 3d “Virtual Tradeshows”

Trabajo de investigación presentado en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magister en Administración por:

Frank Paulino Espejo Barrios

Patricia Matilde Jiménez Winchonlong

Jaime Angel Toribio Arrieta

Jeanette Maritza Valer Guizado

**Programa de la Maestría en Administración
a Tiempo Parcial Weekends 06**

Lima, 12 Julio 2022

RESUMEN EJECUTIVO

Desde que se declaró una pandemia mundial y luego de experimentar un confinamiento, nuestras vidas cambiaron, así como nuestros comportamientos, que probablemente no volverán a ser los mismos.

A efectos de ello, hoy en día nos enfrentamos a una acelerada transformación digital, la pandemia Covid -19 propició el desarrollo de más tecnología innovadora, así mismo, impulsó a que los comercios implementen QR para poder ofrecer y vender sus productos, realicen mayor cantidad de transacciones comerciales online, utilizan diferentes canales para poder llegar a sus clientes, utilización de redes sociales, WhatsApp, teléfono, etc., conllevando a que las personas superen rápidamente las barreras del manejo y uso de diferentes plataformas para lograr comunicarse o interactuar es así que se viene desarrollando teletrabajo, reuniones virtuales, etc. Siendo necesario brindar mejorar las experiencias de los usuarios en espacios virtuales.

Por tal motivo, el objetivo principal del presente documento es elaborar un plan de negocio para la creación de “Virtual TradeShows” que es un espacio virtual en 3D el cual pueda brindar una experiencia diferente e inolvidable a los usuarios, donde puedan interactuar, concretar negocios, recibir y brindar capacitaciones, realizar ferias, conferencias, etc. Por otro lado, y no menos importante, ofrecer al inversionista una rentabilidad económica financiera alineada a su perfil de riesgo.

Para determinar la viabilidad del modelo de negocio, primero se realizó un estudio de mercado para determinar las preferencias de las empresas medianas y grandes encontrándose que el 88% muestra interés en realizar eventos virtuales, que actualmente el 47% destina más de dos mil soles en alquiler de espacios para eventos institucionales (ferias o capacitaciones). Luego, en base al estudio de mercado y la cantidad de empresas medianas o grandes, se estimó un tamaño potencial de mercado de 83 mil empresas.

En base al análisis del entorno y el estudio de mercado, se elaboró el Business Model Canvas (BMC) de la empresa, donde la propuesta de valor de “Virtual Tradeshows” se basa en brindar una experiencia de usuario innovadora, calidad de servicio y personalización de

los espacios virtuales. Luego de ello se elaboraron los planes Marketing, Operaciones y Recursos Humanos que permitirán sostener el negocio y cumplir la propuesta de valor.

La viabilidad del proyecto y su sostenibilidad se sustenta en el análisis financiero en el cual se comprobó que el modelo de negocio tiene una tasa de retorno del 94%, con un periodo de recuperación de 2 años. Este modelo de negocio entra en la categoría de Startups, donde se esperan retornos altos, pero se asumen riesgos altos. En este caso al ser un modelo de negocio basado en tecnología, el riesgo está en lograr el product-market-fit en los primeros años.