

UNIVERSIDAD ESAN



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LAS
BODEGAS TRADICIONALES EN LIMA MODERNA, COMO
MECANISMO DE DIFERENCIACIÓN FRENTE A LA EXPANSIÓN DE
LOS SUPERMERCADOS**

**Tesis presentada en satisfacción de los requerimientos para obtener el grado de
Magister en Marketing por:**

Gonzalo Carreño van Oordt

Liliana Herrera Cueva

Rafael Macías Arditto

Marisabel Portella Cruz

Programa de la Maestría de Marketing

Lima, 30 de septiembre de 2016

RESUMEN:

La presente tesis tiene como objetivo evaluar la viabilidad del servicio de gestión de la información generada a través de la solicitud de pedidos a bodegas (delivery) mediante una plataforma digital que utiliza como herramienta de comunicación una aplicación móvil.

Para esto se analizó el contexto actual de la comercialización los productos abarroteros en los intermediarios minoristas de Lima Moderna y de los servicios complementarios que ofrecen. Así como, se analizarán los factores internos, externos y de competencia que puedan influenciar en el negocio planteado.

Con la finalidad de conocer el público objetivo al que estaría enfocado el proyecto, se realizaron entrevistas a expertos así como un estudio de mercado para detectar las zonas geográficas donde se ubiquen los hogares más sensibles a un servicio de entrega a domicilio.

También se investigó la necesidad que cubriría la aplicación móvil para los intermediarios minoristas, considerando que es un servicio que actualmente dan las bodegas a través de llamadas telefónicas pero que no les permite gestionar la información captada.

De acuerdo a los resultados de la investigación y análisis del entorno se procedió a generar el plan de marketing del servicio de gestión de la información recopilada a través de la aplicación móvil. Diseñando la propuesta de valor que haga atractivo el servicio para los intermediarios minoristas. Se plantearon las estrategias y acciones tácticas buscando alcanzar los objetivos y asegurando la viabilidad económica del negocio.

Así mismo, se estableció la estructura de la plataforma web y el aplicativo móvil necesarios para soportar la idea de negocio. De manera conjunta se proponen las cualidades y funciones que tendrá la aplicación móvil para la recopilación y gestión de la información de clientes. Y se detalló los distintos puntos clave en el diseño y funcionalidad de la aplicación móvil y los procesos que incluye cada uno de sus procesos internos de afiliación y uso.

Se definió la gestión de recursos humanos de la empresa AtPuerta S.A.C. considerando al personal como el principal valor para el crecimiento de la compañía y enfocando las estrategias a lograr un ambiente agradable de trabajo con motivaciones y asegurando el desarrollo personal y profesional.

El análisis financiero realizado contempla el análisis del capital de trabajo, para posteriormente determinar la dinámica del negocio a través de los ingresos percibidos y egresos ejecutados en los primeros 24 meses. Se planteó el flujo de caja para determinar el valor actual neto del proyecto (VAN) a la tasa de descuento recomendada y se determinó el punto muerto del proyecto (nivel de venta en el cual el VAN es cero). El análisis de sensibilidad para evaluar el efecto del cambio de las variables críticas en cada uno de los tres escenarios (base, optimista y pesimista); estableció el rango de ajuste de las variables frente a los cuales se podría enfrentar el proyecto.

Como conclusiones de las investigaciones cualitativas y cuantitativas, los hogares de Lima Moderna tienen como principal fuente de abastecimiento los autoservicios y mercados tradicionales, sin embargo, sólo uno de cada 5 manifiesta regresar a estos puntos de venta en caso de rotura de stock. Esto define a las bodegas como el principal punto de venta para la reposición. El concepto de AtPuerta.com por parte de los hogares y bodegueros fue recibido de forma positiva. La herramienta principal para el desarrollo de nuestras actividades es la aplicación móvil la cual recopilará las transacciones y deberá procesarla de forma

adecuada y en tiempo real convirtiéndose en información útil a nuestros clientes (principales fabricantes de consumo masivo) y a los bodegueros.

Finalmente, con el análisis financiero el modelo muestra que para realizar el proyecto se requiere un capital de trabajo de S/. 410,000. El flujo de caja genera un valor actual neto de (VAN) S/. 708,018 con una tasa de descuento del 20%, siendo la variable crítica de mayor incidencia el porcentaje de estimación de las ventas. Estos resultados financieros, nos confirman la alta probabilidad de éxito de este proyecto, con los análisis y supuestos trabajados por los investigadores.