ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA “ZEGEL”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

PROYECTO DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL “VISUALISA”

PLATAFORMA DE EMPODERAMIENTO INTERACTIVO EN CREACIÓN DE CONTENIDO VISUAL PARA MYPES QUE SE DESARROLLARÁ EN EL DISTRITO DE PIURA, 2025

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en Administración de Negocios

ALVARADO CONTRERAS JUAN CARLOS
(0009-0001-6125-2864)
OLAYA CORDOVA LADY ROSSMARY
(0009-0000-4847-9709)

Piura – Perú

2025

Índice General

Resumen Ejecutivo **9**

Introducción **10**

Capítulo I: Identificación del Problema u Oportunidad **12**

Problemas Identificados. 12

Problema validado 29

Descripción del Cliente 49

Capítulo II: Diseño del Producto o Servicio Innovador **51**

Aplicación de la Metodología Desing Thinking 51

Características del producto o servicio innovador validado 76

Capítulo III: Elaboración del Modelo de Negocio **79**

Lienzo propuesto de valor 79

Lienzo de modelo de negocio canvas 86

Descripción del Prototipo de Lanzamiento 90

Capítulo IV: Validación del Modelo de Negocio **96**

Aplicación de la Metodología Lean Startup 96

Descripción del Modelo de Negocio Validado 101

Capítulo V: Análisis de la Rentabilidad **107**

Estimación del Tamaño del Mercado, Demanda Proyectada y Proyección de Ingresos 107

Determinación de las Necesidades de Inversión y Financiamiento 113

Estimación de Costos, Clasificación de Costos en Fijos y Variables. 118

Determinación del Punto de Equilibrio 128

Flujo de Caja Proyectado 130

Evaluación Económica y Financiera: Calculo de VAN y TIR 133

Conclusiones.....137

Recomendaciones 139

Referencias Bibliográficas 141

Anexos 145

Índice de Tablas

Tabla 1 *Evaluación de problemas*.....19

.Tabla 2 *Lista de potenciales clientes* 29

Tabla 3 Hipótesis cliente – problema.....32

Tabla 4 *Criterios de selección de muestra* 35

Tabla 5 *Dimensiones, subdimensiones e ítems del cuestionario* 36

Tabla 6 *Ficha exploración prueba entrevista*.....42

Tabla 7 *Ficha exploración aprendizaje entrevista* 45

Tabla 8 *Focus group* 53

Tabla 9 *Ficha de observación*.....58

Tabla 10 *Ficha sumergirse* 60

Tabla 11 *Insights*.....64

Tabla 12 *Usuarios de reto creativo*.....65

Tabla 13 *Cuadro comparativo de ideas* 68

Tabla 14 *Datos generales del focus group* 74

Tabla 15 *Malla receptora* 75

Tabla 16 Ficha de prueba 94

Tabla 17 *Malla receptora de información* 99

Tabla 18 *Ficha de aprendizaje* 100

Tabla 19 *Pregunta 1 Escala de Likert*.....101

Tabla 20 *Pregunta 2 Escala de Likert*.....102

Tabla 21 *Pregunta 3 Escala de Likert*.....103

Tabla 22 *Pregunta 4 Escala de Likert*.....104

Tabla 23 *Mercado potencial* 107

Tabla 24 *Tabla Mercado disponible* 107

Tabla 25 *Mercado efectivo y objetivo* 108

Tabla 26 *Mercado objetivo y demanda por cada versión de la plataforma* 108

Tabla 27 *Proyección de ventas mensuales* 112

Tabla 28 *Proyección de ventas mensuales en soles* 112

..... Tabla 29 *Inversión*

..... 113

Tabla 30 *Depreciación* 114

Tabla 31 *Amortización intangible* 115

Tabla 32 *Financiamiento del proyecto* 115

Tabla 33 *Financiamiento por el banco BCP* 116

Tabla 34 *Financiamiento y Amortización* 117

Tabla 35 *Promedio de dólar* 118

Tabla 36 *Licencias de pago* 118

Tabla 37 *Desarrollo de la plataforma* 119

Tabla 38 *Módulos especializados* 119

Tabla 39 *Inversión inicial para la plataforma* 119

Tabla 40 *Planilla* 120

Tabla 41 *Gastos operativos mensuales* 120

Tabla 42 *Gastos Administrativos anuales* 121

Tabla 43 Gasto de ventas mensuales 122

Tabla 44 *Gasto de venta anuales* 122

Tabla 45 *Gastos operativos mensuales* 122

Tabla 46 *Gastos operativos anuales* 123

Tabla 47 *Precio de venta promedio* 126

Tabla 48 *Punto de equilibrio* 128

Tabla 49 *Detalle de punto de equilibrio* 129

Tabla 50 *Estado de resultados* 131

Tabla 51 *Flujo de caja proyectado* 132

Tabla 52 *Valor actúa neto económico y financiero* 134

Tabla 53 *Tasa interna de retorno* 135

Índice de Figuras

Figura 1 Exportación y mercado local de arándanos 13

Figura 2 *Población adulta mayor que hace uso de internet, según área de residencia* 15

Figura 3 *Datos y estadísticas sobre la transformación digital en América Latina* 16

Figura 4 *Árbol de problemas* 25

Figura 5 *Frecuencia con la que los emprendedores crean contenido visual* 37

Figura 6 *Percepción de la calidad del contenido visual actual* 38

Figura 7 *Uso de herramientas digitales* 39

Figura 8 *Disposición de los emprendedores para aprender creación de contenido visual* 40

Figura 9 *Emprendedores que han recibido capacitación previa* 41

Figura 10 *Emprendedores que consideran útil una capacitación* 42

Figura 11 *Entrevista implementada* 44

Figura 12 *Clasificación en matriz de priorización* 48

Figura 13 *Arquetipo de cliente* 49

Figura 14 *Speed boat* 52

Figura 15 *Emprendedora seleccionando plantilla en canva sin criterio definido* 59

Figura 16 *Emprendedora mostrando frustración al editar en canva* 59

Figura 17 *Mapa de empatía* 62

Figura 18 *Lluvia de ideas* 67

Figura 19 *Storyboard de visualisa básico* 70

Figura 20 *Sección principal de la plataforma* 71

Figura 21 Sección de dashboard 72

Figura 22 *Sección del modo visual labs* 72

Figura 23 *Sección de recompensas* 73

Figura 24 *Focus groups aplicada* 75

Figura 25 *Lienzo propuesto de valor* 84

Figura 26 *Mapa de valor* 85

Figura 27 *Modelo canvas* 89

Figura 28 *Sección principal* 90

Figura 29 *Sección de cómo usar adecuadamente la plataforma* 91

Figura 30 *Testimonios* 91

Figura 31 *Prueba gratis por 7 días para el plan Pro* 92

Figura 32 *Preguntas frecuentes* 92

Figura 33 *Plataforma formularia de comentarios* 93

Figura 34 *Pagina de la red social Facebook* 95

Figura 35 *Pagina de Facebook* 96

Figura 36 *Estadísticas de interacción, visitas y seguidores* 97

Figura 37 *Tabla de indicadores de Fan page* 98

Figura 38 *Satisfacción de la plataforma* 102

Figura 39 *Utilidad de la plataforma* 103

Figura 40 *Adecuación de suscripciones de la plataforma* 104

Figura 41 *Continuidad de uso de plataforma* 105

Figura 42 *Planes visualisa* 127

Resumen Ejecutivo

VISUALISA, tiene como finalidad de implementar una plataforma interactiva gamificada donde los usuarios puedan empoderarse en crear y editar contenido visual para las redes sociales para esos emprendedores y dueños de las micro y pequeñas empresas que operan en el sector comercio y servicios del distrito de Piura. En los últimos años, las MYPEs han enfrentado una creciente desventaja competitiva en un mercado visual como las redes sociales, donde las decisiones de compra están influenciadas por la calidad de las publicaciones y de la manera como retiene a su audiencia. Aunque hay herramientas disponibles muy conocidas, los emprendedores carecen de empoderamiento que les permita comprender como es que funcionan los algoritmos de las redes sociales, que principios de diseño y estilo aplicar, o como pueden optimizar su tiempo de creación. Esto se traduce en contenido visual de baja calidad, desconfianza en los clientes y limita su crecimiento. Se propone una solución que combina gamificación mediante desafíos prácticos y sistema de puntajes, visual labs como un laboratorio interactivo donde se empoderan en practicar edición paso a paso con un agente de inteligencia artificial que actúa como guía sin hacer todo por ellos, si no que ellos comprendan a crear contenido de manera profesional y rápida. Los estudios realizados respaldan la iniciativa, el 87% mostraron interés en empoderarse. Se obtuvo información de primera mano del mercado objetivo confirmó que el producto, creado utilizando metodologías, se ajustaba a las necesidades reales del mercado del distrito de Piura. Con un VAN económico de 96,685.65 soles y una TIR del 61.75% del proyecto, demuestra ser una solución no solo necesaria para el fortalecimiento de las MYPEs, sino también una unidad de negocio altamente rentable y escalable.

Palabras clave: Empoderamiento digital; Contenido Visual; MYPEs; Gamificación; Redes Sociales; Plataforma