



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**¡CAMBIA YA! APLICATIVO DE INTERCAMBIO DE
ARTÍCULOS**

**Proyecto de innovación Empresarial para optar el Grado Académico de Bachiller en
Administración de Negocios**

**MAYRA ARACELY ALEJO CUSICHE
(0009-0007-3603-1078)**

**MAYDA PAMELA AQUIJE MARCOS
(0009-0001-8436-6530)**

**Ica – Perú
2024**

Dedicatoria

A Dios

Indice General

Resumen Ejecutivo

Introduccion

Capítulo I Identificación del problema u oportunidad

Selección del problema o necesidad a resolver.....	10
Validación del problema.....	12
Descripción del cliente.....	21

Capítulo II Diseño del producto o servicio innovador

Aplicación de la metodología Design Thinking	22
Características del producto o servicio innovador validado	32

Capítulo III Elaboración del modelo de negocio

Definición de la propuesta de valor de negocio.....	35
Elaboración del lienzo modelo de negocio	40
Descripción del prototipo de lanzamiento	42

Capítulo IV Validación del modelo de negocio

Aplicación de la metodología Lean Startup.....	45
Descripción del modelo de negocio validado	54

Capítulo V Analisis economico financiero

Estimación del tamaño del Mercado, Demanda proyectada y Proyección de ingresos.	76
Determinación de las necesidades de Inversión.....	82
Estimación de Costos, Clasificación de Costos en Fijos y Variables, Determinación del punto de Equilibrio	87
Flujo de caja proyectado	92
Evaluación económica y financiera: Calculo de VAN TIR.....	93

Conclusiones95

Recomendaciones96

Referencias bibliográficas97

Anexos98

Indice de Tablas

Tabla 1 <i>Definición del cliente</i>	21
Tabla 2 <i>Definición de Insigth</i>	24
Tabla 3 <i>Macro Filtro de ideas</i>	26
Tabla 4 <i>Micro filtro de ideas</i>	26
Tabla 5 <i>Totalidad de personas de 25 a 50 años</i>	76
Tabla 6 <i>Determinación del Mercado Potencial</i>	76
Tabla 7 <i>Determinación del Mercado Disponible</i>	77
Tabla 8 <i>Determinación del Mercado Efectivo</i>	78
Tabla 9 <i>Determinación del Mercado Meta</i>	78
Tabla 10 <i>Determinación de la Demanda Inicial</i>	78
Tabla 11 <i>Ventas del Primer año</i>	79
Tabla 12 <i>Promedio de gasto</i>	80
Tabla 13 <i>Interrogante sobre el costo</i>	80
Tabla 14 <i>Precio de Comisión</i>	80
Tabla 15 <i>Ventas Netas en soles</i>	81
Tabla 16 <i>Ventas Proyectadas</i>	81
Tabla 17 <i>Estructura de Inversiones</i>	82
Tabla 18 <i>Gasto en Inversión Tangible</i>	84
Tabla 19 <i>Gasto en Inversión Intangible</i>	85
Tabla 20 <i>Gasto administrativo mensual</i>	86
Tabla 21 <i>Proyección de costos</i>	87
Tabla 22 <i>Proyección de costos indirectos</i>	87
Tabla 23 <i>Proyección de gastos administrativos</i>	88
Tabla 24 <i>Proyección de gastos de ventas</i>	89

Tabla 25 <i>Estructura de costos y gastos</i>	91
Tabla 26 <i>Cuadro de costos y gastos</i>	91
Tabla 27 <i>Punto de equilibrio mensual</i>	92
Tabla 28 <i>Flujo de caja proyectado</i>	92
Tabla 29 <i>Determinación de indicadores de rentabilidad</i>	93
Tabla 30 <i>Determinación de indicadores de rentabilidad</i>	94
Tabla 31 <i>Estado de Situación Financiera</i>	98
Tabla 32 <i>Estado de Resultados Integrales</i>	99
Tabla 33 <i>Planilla de la empresa</i>	100

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Árbol del Problema</i>	11
Figura 2 <i>Genero de encuestado</i>	16
Figura 3 <i>Pregunta sobre compras constantes</i>	17
Figura 4 <i>Pregunta sobre el intercambio de productos</i>	17
Figura 5 <i>Pregunta sobre valoración</i>	18
Figura 6 <i>Pregunta sobre productos sin usar</i>	18
Figura 7 <i>Pregunta sobre inconvenientes</i>	19
Figura 8 <i>Pregunta sobre temores</i>	19
Figura 9 <i>Pregunta sobre necesidad de vender</i>	20
Figura 10 <i>Mapa de empatía</i>	23
Figura 11 <i>Filtros del aplicativo</i>	27
Figura 12 <i>Prototipo inicial de muestra</i>	27
Figura 13 <i>Informacion del aplicativo</i>	28
Figura 14 <i>Productos del aplicativo</i>	28
Figura 15 <i>Segunda seccion de productos</i>	28
Figura 16 <i>Pregunta sobre presentación del prototipo</i>	29
Figura 17 <i>Pregunta sobre diseño del prototipo</i>	30
Figura 18 <i>Pregunta sobre novedad del prototipo</i>	30
Figura 19 <i>Pregunta sobre descarga del prototipo</i>	31
Figura 20 <i>Pregunta sobre mejoras del prototipo</i>	31
Figura 21 <i>Encaje de la Propuesta de Valor</i>	39
Figura 22 <i>Lienzo Canvas</i>	41
Figura 23 <i>Presentación del prototipo de lanzamiento</i>	42
Figura 24 <i>Segunda sección del prototipo de lanzamiento</i>	43

Figura 25 Tercera sección del prototipo de lanzamiento	44
Figura 26 <i>Concierge MVP</i>	47
Figura 27 <i>Presentación del prototipo de lanzamiento</i>	48
Figura 28 <i>Presentación del prototipo de lanzamiento</i>	49
Figura 29 Validación de entrevista	52
Figura 30 <i>Malla Receptora de Información</i>	53
Figura 31 <i>Segmento de Mercado</i>	54
Figura 32 <i>Presentación del prototipo final</i>	56
Figura 33 <i>Presentación del prototipo final</i>	57
Figura 34 <i>Presentación del prototipo final</i>	58
Figura 35 <i>Presentación del prototipo final</i>	59
Figura 36 <i>Presentación del prototipo final</i>	60
Figura 37 <i>Presentación del prototipo final</i>	61
Figura 38 <i>Presentación del prototipo final</i>	62
Figura 39 <i>Presentación del prototipo final</i>	63
Figura 40 <i>Presentación del prototipo final</i>	64
Figura 41 <i>Presentación del prototipo final</i>	65
Figura 42 <i>Presentación del prototipo final</i>	66
Figura 43 <i>Presentación del prototipo final</i>	67
Figura 44 <i>Presentación del prototipo final</i>	68
Figura 45 <i>Presentación del prototipo final</i>	69
Figura 46 <i>Organigrama empresarial</i>	71
Figura 47 <i>Proveedor Evolbit</i>	72
Figura 48 <i>Presentación del Lienzo Canvas</i>	74

Resumen Ejecutivo

¡CAMBIA YA! Se presenta como una opción novedosa y diferente para las personas que requieran intercambiar un producto que no suelen utilizar, no solo ello, también poder hacer la venta del producto con tal solo publicarlo en el aplicativo y contactarse con ofertantes, en tal sentido, la propuesta radica con el crecimiento del e-commerce, a su vez relacionado con los hábitos y preferencias de las personas al momento de comprar y vender, el público al cual nos dirigimos es de 25 a 50 años, con un estilo de vida sofisticado y progresista, en su mayoría son jóvenes adultos que trabajan y estudian a la vez, ubicados en su mayoría en el Distrito de Ica, pertenecientes al Nivel Socioeconómico C y D. Para la definición del proyecto, se tomaron en cuenta diferentes aspectos y herramientas de investigación como Focus Group, entrevistas y encuestas, que permitieron obtener información acerca de la situación que tienen los usuarios, se detalló la metodología Design Thinking, teniendo como base el problema central y también al usuario que forma parte del proceso, encontrando puntos importantes de mejora que sirvieron para presentar un prototipo ideal y que se adapte a las necesidades de la persona, el proyecto se relaciona a un tema de investigación específico, donde al emplear los presupuestos de inversión, se observa que es apto para su puesta en marcha, al obtener indicadores que evidencian la rentabilidad en un periodo determinado.