

Plan de negocios:

“Concurso de planes de negocios para estudiantes de enseñanza media”

Seminario de título de Ingeniero Comercial
Mención Administración

Participantes:

Viviana Aguirre Vargas

Lisette Gómez Valenzuela

Isabel Guajardo Retamales

PROFESOR GUIA: Gustavo Amtmann Darras

Santiago de Chile

Otoño 2011

Autorizado por los autores, pero con restricción para ser publicado a texto completo en Cybertesis hasta el año 2012

Resumen . .	4
Tesis con restricción de acceso en línea, según petición de su autor . .	6

Resumen

El presente plan de negocios describe el proyecto de concurso de ideas de negocios “Vende tu idea y GANA”, donde estudiantes de enseñanza media presentan sus ideas de negocios con el objetivo de ganar una gira de estudio o fiesta de fin de año. La participación se lleva a cabo a través de una plataforma web en tres etapas, cada una guiada por un tutorial o asistente online.

Nuestra ventaja competitiva y factor fundamental de éxito proviene de las características de nuestro concurso como producto ampliado, ya que de este se deriva un elemento educativo que acompaña a la experiencia de los estudiantes y al mismo tiempo un fortalecimiento de la relación de marketing entre los agentes así como un cierto engagement de la audiencia general con las marcas de los auspiciadores.

Nuestra misión es entregar una alternativa de financiamiento para sus viajes de estudios o fiestas de fin de año y que al mismo tiempo se generen conocimientos de negocios a través de la experiencia práctica del concurso.

Nuestra visión es ser un referente dentro de las actividades extracurriculares de los alumnos de enseñanza media de aquí a 4 años. Que la audiencia activa del concurso esté representada por al menos un tercio de los colegios privados de la región metropolitana de Chile. Como consecuencia de lo anterior, ser el top of mind de las organizaciones que busquen hacer publicidad para este segmento objetivo.

El grupo objetivo al cual se dirige el concurso representa un segmento de consumidores activos y rentables a largo plazo, lo cual resulta atractivo para los auspiciadores que se interesen en participar.

Nuestros objetivos son ser nexo entre los alumnos de colegios privados y empresas y al mismo tiempo ganar reconocimiento como una empresa líder en el fomento de actividades de emprendimiento juvenil.

Nuestra estrategia busca aprovechar el interés de los estudiantes en concursar por una gira de estudios o fiesta de graduación y su familiaridad con los sistemas web para entregar conocimientos de negocios y herramientas que nos permitan entregar valor adicional y diferenciarnos de otros concursos.

El equipo está formado por tres alumnas de último año de ingeniería comercial que cuentan con conocimientos de negocios quienes se asociarán como empresa para reunir y administrar recursos que permitan la ejecución exitosa del proyecto.

La inversión requerida para la etapa inicial asciende a \$5.200.000.- siendo el costo total para este piloto un estimado de \$42.150.000.- Su rentabilidad esperada es superior a cero ya que cuenta con un VAN esperado de \$ 7.783.600 una vez gestionado un acuerdo con los auspiciadores para conseguir el financiamiento de los premios para los ganadores del concurso. Los flujos fueron descontados una tasa del 35% anual que representa el tamaño y el horizonte de inversión del negocio así como el riesgo implícito sobre la tasa de interés bancaria.

En conclusión, el proyecto se diferencia en dos aspectos:

1. Debido a la externalidad positiva derivada de su aporte tanto al entorno emprendedor como a la agenda educativa de los colegios involucrados.
2. Beneficio adicional de los auspiciadores gracias los aprendizajes que permanecerán en el largo plazo asociados con las marcas involucradas.

Tesis con restricción de acceso en línea, según petición de su autor

Autorizado por los autores, pero con restricción para ser publicado a texto completo en Cybertesis hasta el año 2012