



**Plan de negocio para determinar la viabilidad económica financiera de la
comercialización de pisos EVC en Lima**

Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de
Magíster en Administración por:

Germán Edgard Chen Díaz

Hernán Marco Antonio Espíritu Gurbillón

Luis Martín Inga Bermeo

Programa de la Maestría en Administración a Tiempo Parcial 67

Lima, 28 de Septiembre 2021

RESUMEN EJECUTIVO

El piso es uno de los acabados de interiores más importantes en los inmuebles que reflejan la estética, la arquitectura y la funcionalidad que caracteriza un ambiente y por consiguiente el estilo de vida de las personas. En Lima Metropolitana como en todo el país, a pesar de los rezagos del confinamiento y la pandemia, existe actualmente una diversa cantidad de proyectos multifamiliares desarrollados por las diferentes constructoras e inmobiliarias que tienen la necesidad de adquisición de pisos para cada requerimiento y necesidad del cliente final. Así mismo, la paulatina reactivación económica y la demanda insatisfecha de inmuebles durante estos años, ha permitido un contexto apropiado para incursionar con un producto innovador en cuanto a pisos se refiere.

En ese sentido, el presente trabajo tiene por objetivo evaluar la viabilidad de un plan de negocios para la comercialización de pisos Engineered Vinyl Core (EVC) en Lima Metropolitana en el mercado B2B.

El estudio de mercado y la segmentación de este se basó principalmente en información secundaria y entrevistas a expertos y potenciales clientes. A partir de la definición del mercado objetivo, se delimitaron las estrategias de marketing, las cuales estuvieron direccionadas al desarrollo de un mercado para el piso EVC. Bajo esa directriz, se generaron las estrategias de branding que permitieron estructurar un agresivo proceso de construcción de marca, lo suficientemente sólida para enfrentar en un futuro a los nuevos competidores entrantes.

Como parte del plan de marketing se generaron estrategias de posicionamiento y marketing mix, las cuales estuvieron alineadas y definidas en función de la información recogida y el análisis estratégico.

A partir del análisis del proceso de Distribución Física Internación (DFI), así como también los riesgos que conlleva la importación del piso, se elaboró un plan de operaciones y logístico enfocado en la eficiencia y efectividad. Asimismo, se estableció una matriz para la elección del proveedor principal, con el cual se buscará firmar un contrato de representación exclusiva para Perú.

Considerando que se trata de un emprendimiento MYPE que buscará ingresar al mercado con una estructura organizacional simple en la que se ha privilegiado la sinergia y multifuncionalidad de algunas posiciones; y la tercerización de servicios especializados o no relacionados con la esencia del negocio.

Finalmente, se estima que el proyecto requerirá una inversión inicial de S/. 180,135, la cuál será financiado al 100% por los accionistas. Asimismo, la evaluación económica – financiera en un horizonte de 5 años revela una rentabilidad esperada del 62,18% anual en soles y un VAN positivo de S/ 770 mil. Dada la incertidumbre relacionada a la pandemia y la coyuntura política actual, estos elementos exógenos se han incluido en un análisis de escenarios pesimista, medio y optimista como marco de referencia para la operación del proyecto.