Escuela de Administración de Negocios para Graduados

Plan de negocio para la comercialización de motos eléctricas tipo scooter en Lima Metropolitana

Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magister en Marketing.

por:

Ascón Jimenez, Alex Bernardo

Balarezo Pilco, Oscar Augusto

Laura Quispe, Edwin Teodoro

Uculmana Cabrejos, Daniel Antonio

Programa de la Maestría de Marketing a tiempo parcial 15-1

Lima, 17 de marzo de 2017

Maestría en :	Magíster en Marketing
Título de la tesis:	Plan de negocio para la comercialización de motos eléctricas tipo scooter en Lima Metropolitana
Autor(es):	Ascón Jiménez, Alex Bernardo Balarezo Pilco, Oscar Augusto Laura Quispe, Edwin Teodoro Uculmana Cabrejos, Daniel Antonio

RESUMEN

El objetivo del plan de negocios es evaluar la viabilidad técnica y financiera del proyecto, para la comercialización de motos eléctricas de la marca VOLTRA, en los distritos de la zona 7 de Lima metropolitana, para desarrollar este trabajo se realizó investigación cuantitativa y cualitativa por nuestro grupo de estudios de la maestría de marketing de la universidad ESAN.

Los integrantes de esta investigación son profesionales con experiencia en la administración de empresas comerciales lo que ha permitido desarrollar un plan de negocios viable de acuerdo a la demanda estimada en el perfil del consumidor estudiado.

La investigación realizada podemos enunciar que existe la oportunidad de un mercado por satisfacer; nos referimos a la necesidad que tienen los jóvenes en edad universitaria de 18 a 24 años que viven y estudian en la zona 7 de Lima metropolitana, de tener nuevas alternativas de transporte para los recorridos cortos y constantes propios de su etapa estudiantil.

El plan de negocios propone la creación de la empresa Voltra Motors S.A.C. que ofrecerá la comercialización de motos eléctricas tipo Scooter como una nueva alternativa de transporte, permitiendo manejar sus tiempos, lidiar de forma rápida con el exceso de tráfico, que logre ser el primer vehículo que compran los jóvenes estudiantes y que les otorgue el placer de conducir una moto eléctrica moderna, eficiente y ecológica.

Actualmente existen 02 empresas que en los últimos dos años han incursionado en la venta de motos eléctricas en Lima metropolitana con diferentes modelos, precios y enfocado a diferentes segmentos, con mediano éxito a la fecha.

Dentro de los hallazgos más relevantes se identificó que ambas empresas importadoras y comercializadoras resaltan y enfocan su comunicación en el tema "ecológico", sin embargo el target motivo de nuestro estudio a pesar de considerar este factor como importante, no es lo más determinante para su decisión de compra, existiendo otras variables, factores o intereses que son mucho más relevantes en el proceso de compra de una moto eléctrica.

La investigación realizada nos señala que los elementos diferenciadores respecto a la competencia y factores claves para el éxito de este plan de negocios se sustentan en los siguientes puntos identificados:

Cliente potencial:

Enfoque en un Target definido: Jóvenes en edad estudiantil de 18 a 24 años que viven y estudian en los distritos de la zona 7 de Lima metropolitana y que pertenecen al NSE – B.

Los factores de éxito en los que se basará el plan de negocios son los siguientes:

Enfoque en un tipo de motos: Tipo scooter con tres modelos únicos.

Diseños personalizados: Los usuarios pueden elegir stickers autoadhesivos de acuerdo a sus gustos y preferencias para personalizar la moto.

Innovación tecnológica: Cuentan con una App desarrollada y patentada por el fabricante, que permite al usuario poder tener la ubicación en tiempo real, el nivel de carga de la batería, presión de aire en las llantas entre otros parámetros.

Este plan de negocios incluye levantamiento de información de mercado y análisis estratégicos y en base a los resultados obtenidos se elaboraron planes de marketing, operaciones y de finanzas que nos demuestra la viabilidad y rentabilidad económica del negocio.

El presente plan de negocios requerirá una inversión inicial de S/. 368,161.00, por ser una empresa que recién inicia sus operaciones y sin historial crediticio, el financiamiento será con recurso propio.

En cuanto al análisis financiero el plan de negocios da como resultado un VAN de S/. 296,081.00, un TIR de 45% considerando un COK de 20%; lo que hace de este plan de negocios un proyecto financieramente viable.