UNIVERSIDAD ESAN

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA MIXNOR EN LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CONCRETO PRE MEZCLADO EN LA REGION PIURA.

Aprobado Asesor:

Víctor Fernández Guzmán _____

El presente trabajo ha sido realizado de acuerdo a los Reglamentos de Universidad ESAN por:

Cynthia Isabel Huarac Cuizano 0804744

Juan Carlos Vasquez Cabanillas 1208216

Programa Magíster en Administración.

Lima, 12 de enero del 2017

RESUMEN EJECUTIVO

Hasta la actualidad en la Región Piura en el mercado de la autoconstrucción se elabora el concreto artesanal obtenido de una mezcla en proporciones deficiente que genera un resistencia de baja calidad a un precio igual o mayor al del mercado, debido a ello surge la idea de negocio de producir concreto pre mezclado como sustituto al concreto artesanal que ofrezca calidad y buen precio; es así que hemos establecido como objetivo ver la viabilidad de producir y comercializar concreto pre mezclado en la Región Piura, para ello se ha considerado realizar un estudio de mercado para definir el público objetivo específico y realizar un análisis de las preferencias, y posteriormente de acuerdo a ello, elaborar una propuesta de plan de negocio.

Durante el desarrollo de esta propuesta se realizó un estudio de mercado mediante una fase cualitativa (focus groups) y otra cuantitativa (encuestas), determinando que el mercado objetivo específico son los maestros de obra de la región Piura que estarían dispuestos a sustituir el concreto artesanal por el concreto pre mezclado a menor precio. Se realizó la consolidación de los datos de la muestra poblacional y cuadros de tendencia de las principales necesidades del producto y la preferencia del cliente con un margen de confianza del 85% y un margen de error de 10%; para tener una mejor comprensión del entorno competitivo y económico, se planteó el análisis de las potenciales Fortalezas, Oportunidades, potenciales Debilidades y Amanezcas (FODA) y así conocer la estrategia de mercado de ofrecer un producto de “mayor calidad a menor precio”; es así que se desarrolló el Plan de negocio (plan de marketing en el sector, plan de operaciones con la logística y procesos a realizar, y calculo financiero de retorno de capital y margen de ganancia).

Concluido el plan de negocio, se determinó que el concreto pre mezclado sustituto generará un ahorro en promedio de 12% a los maestros de obra; es decir, que por metro cúbico (m^3) ahorrarían un valor de S/47.00 nuevos soles, que términos simples significaría que un techado (23 m^3) ahorrarían alrededor de 900 nuevos soles.

El plan de negocio considera un volumen de producción trimestral de 1200 m3, donde el cálculo del volumen considera a todas las estructuras (zapata, sobre cimiento, columna, viga y losa aligerada) donde se utilice concreto pre mezclado, y 14400 m3 el primer año con una tasa de crecimiento de la demanda del sector C y D de 4%.

Finalmente, debido al análisis de costos positivos obtenidos en los tres escenarios estudiados (Pesimista, Normal, Optimista), con VANF que oscila en el rango de $. 49 000 al $. 1 614 000 podemos decir que este plan de negocio es viable con un TIRF de 13% en un escenario pesimista. Razón por la cual se hace atractiva ante los inversionistas que estén interesados en ingresar el negocio del sector construcción.