

Maestría en

**Dirección financiera con mención en
mercados Internacionales**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del título de
Magíster en Dirección financiera con mención en Negocios Internacionales**

AUTORES:

Jairo Fabián Cáceres Guazhima
Jessica Priscila Flores Collaguazo
Joselyn Arianna Jiménez López
Alyson Dejaneyra Moposita Lema

TUTORES:

Docentes de titulación

**ANÁLISIS FINANCIERO DEL PLAN DE EXPANSIÓN DE “CHALLENGER EC” AL MERCADO
PERUANO MEDIANTE LA INTEGRACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA
SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL.**

Quito, Julio 2025

RESUMEN

El presente trabajo desarrolla un plan de negocios para la expansión de la empresa **Challenger EC** al mercado peruano, con el objetivo de consolidar su presencia regional y asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Con más de 25 años operando en Ecuador y el respaldo de una marca con más de 60 años de trayectoria en Colombia y Latinoamérica, Challenger busca replicar su modelo exitoso de producción y comercialización de electrodomésticos en un nuevo entorno económico.

La investigación, de enfoque mixto (cuali-cuantitativo), analiza el entorno macroeconómico del Perú, la evolución del sector de electrodomésticos, la competencia directa, los aspectos legales, logísticos y laborales, así como las proyecciones financieras de la operación. Se plantea una estrategia de ingreso escalonada, comenzando con alianzas comerciales (retailers como Falabella, Ripley, Linio y La Curacao) con la creación de una subsidiaria denominada **Challenger Electric S.A.C** y culminando con la entrada a los canales: e-commerce y tradicionales.

A nivel financiero, se determinaron los montos de inversión inicial, se diseñó una estructura organizativa con 34 colaboradores, y se proyectaron los estados financieros para los primeros cinco años. El análisis arrojó resultados positivos en términos de rentabilidad (VAN, TIR y periodo de recuperación), acompañados de un plan de mitigación de riesgos cambiarios y operativos. Además, se incluyó un plan de sostenibilidad empresarial con criterios ESG, incorporando prácticas de eficiencia energética, economía circular, financiamiento verde y fortalecimiento de proveedores locales.

Se concluye que el ingreso de Challenger al mercado peruano es viable, oportuno y estratégicamente favorable. Este plan servirá de guía para una implementación sólida y progresiva, considerando tanto el entorno competitivo como las exigencias del consumidor peruano.

ABSTRACT

This study presents a business plan for the expansion of Challenger EC into the Peruvian market, aiming to strengthen its regional presence and ensure long-term sustainability. With more than 25 years of operations in Ecuador and the support of a brand with over 60 years of experience in Colombia and Latin America, Challenger seeks to replicate its successful model of appliance production and commercialization in a new economic environment.

The research, with a mixed qualitative-quantitative approach, analyzes Peru's macroeconomic environment, the evolution of the home appliance sector, direct competition, legal, logistical, and labor aspects, as well as the operation's financial projections. A phased entry strategy is proposed, beginning with commercial alliances (retailers such as Falabella, Ripley, Linio, and La Curacao) with the creation of a subsidiary called Challenger Electric S.A.C., and culminating with the entry into both e-commerce and traditional channels.

From a financial standpoint, the project identifies the initial investment required, outlines an organizational structure of 34 staff members, and presents five-year financial projections. The analysis reveals positive profitability indicators (NPV, IRR, and payback period), complemented by risk mitigation plans addressing currency volatility and operational challenges. The proposal also incorporates an ESG-based sustainability strategy, including energy efficiency, circular economy practices, green financing, and the development of local suppliers.

The study concludes that Challenger's entry into the Peruvian market is feasible, timely, and strategically sound. This business plan provides a solid and scalable roadmap for implementation, taking into account both the competitive environment and consumer demands in Peru.

Keywords:

International Expansion

Process by which a company extends its operations to markets outside its country of origin; in this case, the entry of Challenger EC into the Peruvian market.

Business Plan

A strategic document that outlines objectives, market analysis, financial projections, and operational strategies to implement a new project or business unit.