



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIOS: PERÚ RÁPIDO SAC**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de  
Bachiller en Administración de Empresas

Presentado por:  
Francisco Máximo Ramírez Mendoza  
Jennyfer Paola Mercedes Torres  
Maritza Manuela Fernández Quispe  
Gustavo Adolfo Becerra Contreras

LIMA- PERÚ  
2020

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ANEXO 6**

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: \_16/\_08\_/2019

<b>TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:</b>	<b>“PLAN DE NEGOCIOS: “PERÚ RÁPIDO”</b>
<b>COMENTARIO/ SUGERENCIAS/ RECOMENDACIONES/ OBSERVACIONES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la información del Plan considerando datos prácticos propios del desarrollo, suprimir la teoría en la presentación ya que nos es una monografía.</li> <li>• Presentar la información del análisis económico y financiero de acuerdo con el modelo propuesto en clase.</li> <li>• Adecuar el desarrollo del trabajo a la estructura propuesta en la universidad.</li> </ul>

<b>RESULTADO DEL TRABAJO FINAL</b>					
<b>*CODCAR</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>ALUMNO</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>**NOT A FINAL</b>
ADMC	100037949	Francisco Máximo Ramírez Mendoza	framirezmm@hotmail.com	943519335	16
ADMC	100027865	Jennyfer Paola Mercedes Torres	Pt8244362@gmail.com	980784561	16
ADMC	100027631	Maritza Fernández Quispe	marthiago22@gmail.com	972032975	15
ADMC	100005807	Gustavo Adolfo Becerra Contreras	Adolfobecerra1212@gmail.com	986077775	15

**\*\*Nota final del curso aprobatoria (Excluir a quienes hayan desaprobado el curso)**

**Leyenda:**

<b>NOTA</b>	<b>CALIFICACION</b>
13-15	Aprobado
16-18	Aprobado – Muy Buena
19-20	Aprobado – Sobresaliente

<b>CODCAR</b>	<b>CARRERA</b>
ISE	Ingeniería de Sistemas Empresariales
ISIG	Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión - CPE
IEN	Ingeniería Económica y de Negocios
ANI	Administración de Negocios Internacionales
MYA	Marketing y Administración
ADM	Administración de Empresas
ADMC	Administración de Empresas - CPE


---

**Profesor del curso**  
 Mg. Alvarez Pejerrey José Antonio

\*Este documento debe ser enviado por correo electrónico a [smezab@cientifica.edu.pe](mailto:smezab@cientifica.edu.pe)

### **Dedicatoria**

A nuestra Universidad Científica del Sur, que nos ha brindado el conocimiento y las herramientas para tener una vida profesional satisfactoria. Mediante la adquisición de conocimientos, desarrollo de valores morales, construcción de una ética profesional, y reforzamiento de un buen criterio

### **Agradecimiento**

Agradecimiento a nuestros maestros, que nos han dado el conocimiento, apoyo y motivación para el cumplimiento de los estudios universitarios

## Índice

Dedicatoria .....	2
Agradecimiento.....	3
Índice.....	4
Lista de Tablas .....	6
Lista de Figuras .....	7
Resumen .....	8
1. Descripción de la compañía.....	9
2. Análisis del entorno .....	10
2.1. Sondeo en el Mercado.....	15
2.2. Análisis de la industria .....	16
3. Plan Estratégico de la empresa .....	18
3.1. Visión.....	18
3.2. Misión.....	18
3.3. Valores .....	18
3.4. Objetivos Estratégicos .....	18
3.5. Estrategia de Negocio .....	19
3.6. Fuentes generadoras de ventaja competitiva.....	19
4. Plan de Marketing.....	21
4.1. Objetivos de marketing .....	21
4.2. Marketing mix .....	22
4.2.1. Estrategia de precio.....	22
4.2.2. Estrategia de distribución.....	23
4.2.3. Estrategia de promoción.....	23
4.2.4. Estrategia de postventa .....	23
4.2.5. Estrategia de posicionamiento.....	24
5. Plan de operaciones .....	25
5.1. Objetivos de operaciones .....	25
5.2. Actividades previas al inicio de la producción .....	27
5.3. Proceso de producción del bien o servicio .....	29
6. Plan de recursos humanos .....	32

6.1.	Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal .....	32
6.2.	Estrategia de inducción, capacitación y evaluación del personal .....	33
6.3.	Estrategia de motivación y desarrollo del personal .....	42
6.4.	Políticas de remuneraciones y compensaciones .....	43
7.	Plan financiero .....	44
7.1.	Historia financiera de la empresa.....	44
7.2.	Datos, supuestos y políticas económicas y financieras.....	44
7.3.	Plan de ventas de la nueva unidad de negocio .....	45
7.4.	Análisis de costos .....	45
7.5.	Inversión inicial .....	50
7.6.	Fuentes de financiamiento .....	51
7.7.	Flujo de caja .....	52
7.8.	Análisis de rentabilidad .....	53
7.9.	Punto de Equilibrio y Análisis de sensibilidad .....	53
8.	Conclusiones y recomendaciones .....	55

### Lista de Tablas

Tabla N° 1. Índice de desempeño logístico Total (IDL) por componente, según país.....	12
Tabla N° 2. Evolución del IDL, peruano .....	12
Tabla N° 3. Ranking de Comercio Transfronterizo .....	12
Tabla N° 4. Estrategia de Precio.....	22
Tabla N° 5. Política de Remuneraciones para Mano de Obra Indirecta .....	43
Tabla N° 6. Política de Remuneraciones para administradores .....	43

## Lista de Figuras

Figura N° 1. Modelo de las 5 Fuerzas aplicado al transporte de cargas.....	16
Figura N° 2. Canal de distribución para servicios de consumo.....	23
Figura N° 3. Modelo de Furgoneta de 2 Tn., de carga de mercadería.....	26
Figura N° 4. Modelo de Furgoneta de 5 Tn de Capacidad .....	26
Figura N° 5. Modelo de Furgoneta de 8 Tn de capacidad .....	27
Figura N° 6. Plan de ubicación de la empresa para realizar la carga de bultos de nuestros clientes. ....	28
Figura N° 7. vista de entrada a la empresa Perú Rápido SAC .....	28
Figura N° 8. Modelo de distribución física .....	29
Figura N° 9. Modelo de atención al cliente.....	30
Figura N° 10. Taller de mantenimiento de vehículos de Perú Rápido SAC. ....	31

## Resumen

Las perspectivas económicas, son favorables, para la economía peruana, a pesar del efecto del corona virus hará dejar de crecer en un 5% según estimaciones este 2020. Sin embargo para el 2021 se espera crecer en 5.5% esto debido a las políticas anti cíclicas que el gobierno ha implementado. Así mismo, se espera que China crezca en 7% para el próximo año, enfocándose en el consumo interno, esto debido a la guerra comercial que enfrenta China con los Estados Unidos. Debido a esto el crecimiento económico, para Perú, es favorable.

En el mercado interno, debido a que nuestra economía está ligada a lo que hace China, se espera un consumo interno en el Perú, para los próximos 10 años, por ello, el mercado habrá mucha demanda de bienes y servicios, entre ellos el servicio logístico crecerá de manera importante. Asegurando el crecimiento de la empresa, pues solo quedaría la gestión de las ventas sean agresivas para sostener este crecimiento de la empresa.

Financieramente, se espera en 5 años generar un VAN de 65,000 soles en promedio, y una tasa de recuperación de la inversión en 4.5 años en promedio, siendo un negocio que se necesita en el Perú, por la cantidad de paquetes que se trasladan en el mercado interno y considerando que se ha estimado que inicialmente se trabajaría al 65% de su capacidad, se espera que en tres años se puedan adquirir más unidades y con ello se lograría mejores ingresos, pero eso depende de la capacidad de los vendedores para colocar las ventas, y por ello, es un eje del desarrollo de este negocio.

## 1. Descripción de la compañía

Se plantea que el negocio a formar cubra esa necesidad para los pequeños y medianos empresarios. Además, se planea ofrecer trasladar documentos, pequeños paquetes, perecibles, fardos de tela, y muestras para la exportación.

Para una empresa en marcha

Se ha observado que gente con pequeños negocios no consiguen quien les ayude con la logística de transportar su mercadería y en vez de eso usan taxis, y estos vehículos no están hechos trasladar lo que quieren llevar. Tampoco pueden pagar a empresas que cobran por su servicio precios altos.

Para una nueva iniciativa empresarial

Se ha considerado que el rubro logístico es uno de los procesos más importantes para una empresa tanto de bienes como de servicios, todas las entidades necesitan llevar a cabo procesos logísticos. Como se sabe, esta actividad sirve para abastecer a la organización de materias primas o inputs para su cadena de valor, que a su vez está conectada con la cadena de valor de la empresa proveedora. Para luego convertirlo en un producto final, esto es para empresas industriales. Para empresas comerciales, solo almacenan el producto para luego pasarlo a los estantes según su forma de Layout para el consumidor.

## 2. Análisis del entorno

### En el Aspecto Político

La política peruana es recurrente en las situaciones de conflicto entre el Poder Ejecutivo y el poder legislativo, esta situación históricamente ha sido así, pues durante el siglo XX el Perú atraviesa inestabilidades entre estos dos poderes. El presidente Vizcarra decretó el cierre del Congreso haciendo uso del artículo 134 de la Constitución Nacional, al entender que el Parlamento dio por rechazada la tercera moción de confianza presentada por su gobierno. El cierre del Congreso conlleva la convocatoria de elecciones parlamentarias para el 26 de enero de 2020. El congreso respondió votando la suspensión temporal del presidente y haciendo juramentar como presidenta a Mercedes Araoz, representante del poder económico aglutinado en la Confiep, exministra de economía de Alan García y exfuncionaria del Banco Mundial, quien hasta ayer ocupaba la Vicepresidencia de la República.

Se abre ahora un periodo de incertidumbre en el que el pulso entre el Ejecutivo y el Congreso se dirimirá dependiendo de la correlación de fuerzas y los posicionamientos que adopten a) el poder económico, b) las fuerzas armadas, c) la ciudadanía movilizada, d) los actores internacionales (embajada de EE. UU., OEA) y e) el Tribunal Constitucional, que podría tener que dirimir si es constitucional el cierre del Congreso decretado por Vizcarra o si prevalece el argumento de la mayoría parlamentaria fujiprista que sostiene que el presidente no estaba habilitado para activar tal mecanismo.

Se debe diseñar una constitución que permita que los poderes el legislativo y el ejecutivo puedan coexistir y que la balanza de poder se mantenga y se pueda gobernar sin mayores contratiempos. Para esto se puede tomar de modelos los sistemas políticos y España o Reino Unido, para lograr cierto equilibrio y se pueda mantener el rumbo, y los dos poderes puedan coexistir, en situaciones difíciles y poco amigables.

La presencia del fujimorismo entre los años 2015 al 2019, es fuerte, pues imponen sus condiciones o reglas de juego a los presidentes que les han tocado gobernar en esos

periodos, incluso en dos ocasiones han ido a segunda vuelta y en ambos casos con un margen bastante corto han perdido, sin embargo el desgaste de este partido, nos explica que en los próximos años su poder mengue, y con una lideresa en la cárcel y con la pérdida de su poder en el congreso, se espera que esta década de los 20's sea mucha más fácil de conseguir resultados.

Para el presidente Vizcarra, debemos observar que ya casi ha terminado su periodo presidencial, aunque le ha tocado lidiar situaciones extremas, primero el conflicto con el congreso, y luego la llegada del corona virus en el Perú, que hasta la fecha 30 de junio del 2020 se tiene confirmados 285,213 casos y en fallecidos 9,677 con un ratio de letalidad de 3.39% que es una tasa relativamente baja, comparado con la letalidad de los países europeos y Norteamérica, por lo cual, a pesar de tener un sistema de salud en malas condiciones se han logrado resultados mucho mejores que otros países, aunque los contagios aun no terminan en el Perú, es decir es muy pronto para dar por terminado esta crisis de salud originado por el Covid 19.

### **En el Aspecto Económico**

Durante la primera década del milenio, Perú creció a tasas de 6% y 8% inter anual, esto debido a que nuestro principal socio comercial China, crecía a tasas de 8% y 10% para la segunda década Perú ha crecido a tasas de 6% y 4% interanual, esto debido a que nuevamente China ha Crecido a tasas de 8% inter anual, para esta década 2020 al 2029 se espera que China Crezca a tasas de 6% por lo cual Perú podría crecer a tasas promedio de 3.5% anual, que ha pasado en el Perú en esto 20 años con sus exportaciones sucede que Perú ahora depende menos de la minería que antes, pues dependemos de la minería en 60% y el 40% es valor agregado del Perú, por lo cual los organismos internacionales nos consideran que estamos comenzando una etapa de convertirnos en un país industrializado. Quizás para finalizar esta década podría considerarse al Perú como un país industrializado, todo depende del crecimiento de nuestro país para los próximos años. En los años 2013, Perú llego a exportar bienes con un valor de US\$43,800 millones.

En 2013, los costos logísticos agregados del Perú fueron estimados en 12.6 por ciento del PBI, por encima de Chile (11.5%), Brasil (11.6%) y México (12%) (Figura 1). Se debe precisar que los transportes logísticos que incurrimos son los relacionados con la

minería y de por si estos costos son relativamente muy bajos en comparación con la logística de bienes y servicios en general.

Tabla N° 1. Índice de desempeño logístico Total (IDL) por componente, según país.

País	IDL	Eficiencia aduanera	Calidad de la infraestructura	Facilidad para coordinar embarques	Calidad de los servicios logísticos	Facilidad de seguimiento a los envíos	Frecuencia de arribo de embarques
Corea del Sur	3.67	3.47	3.79	3.44	3.66	3.69	4.00
España	3.72	3.63	3.77	3.51	3.83	3.54	4.07
Turquía	3.50	3.23	3.53	3.18	3.64	3.77	3.68
Portugal	3.56	3.26	3.37	3.43	3.71	3.71	3.87
Brasil	2.94	2.48	2.93	2.80	3.05	3.03	3.39
México	3.13	2.69	3.04	3.19	3.12	3.14	3.57
Chile	3.26	3.17	3.17	3.12	3.19	3.30	3.59
Colombia	2.64	2.59	2.44	2.72	2.64	2.55	2.87
Perú	2.84	2.47	2.72	2.94	2.78	2.81	3.30

Fuente: Banco Mundial, 2014.

Tabla N° 2. Evolución del IDL, peruano

Año	IDL Total		Componente del IDL					
	Puntaje	Puesto	Eficiencia aduanera	Calidad de la infraestructura	Facilidad para coordinar embarques	Calidad de los servicios logísticos	Facilidad de seguimiento a los envíos	Frecuencia de arribo de embarques.
2014	2.84	71	96	67	69	76	83	66
2012	2.94	60	58	67	66	56	60	62
2010	2.80	67	64	56	93	71	70	79
2007	2.77	59	49	57	53	61	67	80

Fuente: Banco Mundial, 2014.

Tabla N° 3. Ranking de Comercio Transfronterizo

Indicador	Corea	España	Chile	Perú	Brasil
<b>Ranking Comercio Transfronterizo</b>	<b>31</b>	<b>1</b>	<b>63</b>	<b>88</b>	<b>145</b>

Fuente: Banco Mundial, 2014.

### En el Aspecto Social

En el Perú, por ejemplo, el departamento de Piura, según información del INEI, el 2015 tenía un ingreso per cápita dos veces más grande que el PBI per cápita de Apurímac, Huánuco, Puno y San Martín; mientras que los ingresos per cápita de Arequipa y Moquegua eran 3 y 8 veces más grandes, respectivamente, que el ingreso de los departamentos citados antes. De igual manera, que las familias crezcan económicamente les facilitará desarrollo y bienes familiar.

Tello (2011) señala que de la experiencia de los países de mayor crecimiento se desprende que las políticas per se no son objetivos del desarrollo, sino más bien, se debe elaborar políticas de desarrollo que deben tropicalizarse según el país que tenga a bien implementar estas políticas tomadas de otras realidades.

Para Loayza (2016), la productividad es la clave de la rentabilidad para las organizaciones incluido los países y comprende cuatro componentes: (i) innovación (desarrollo de tecnologías nuevas, productos y procesos); (ii) educación (conocimientos y habilidades); (iii) eficiencia (menor uso de los costos de operaciones); e (iv) infraestructura física.

Se sabe que en particular el peruano gasta en diversión los fines de semana. Aparte de eso existe según Arellano, el sector con estilo de vida llamado Progresistas, que desea tener un negocio propio. Este es nuestro público objetivo. Cabe mencionar que este factor no cambia el negocio en sí, sino que se debe aprovechar para así poder tener un despegue apropiado para mantener la empresa a formar en el mercado.

### **En el Aspecto Tecnológico**

En occidente el costo de la mano de obra es elevado, y principalmente Japón, la industria a tenido que modernizarse y buscar alternativas para reducir costos de operación y con ello ha traído la automatización de los procesos y el uso de los robots por lo cual la mano de obra tendrá que adecuarse a convivir laboralmente con la automatización.

Según Oscar La Torre, socio de PwC Perú, en este nuevo contexto mundial el reto está en saber utilizar la tecnología en sus labores y sacarle el máximo provecho. Por el lado de las empresas, se debe desarrollar formación para que el recurso humano aproveche de manera óptima las competencias que los trabajadores necesitan para laborar.

Para PwC Perú, prevén que en el futuro las organizaciones serán más capaces si pueden utilizar nuevas tecnologías y aplicarlas con productividad. ¿Las nuevas tecnologías van a reemplazar a los profesionales? Sí. El trabajo en el futuro será más calificado, también

más difícil de obtener, en el sentido de que, si no se desarrolla una vena más analítica, definitivamente las áreas que registran información van a desaparecer”.

En ese sentido, ¿se podría prescindir del recurso humano? La Torre precisa que la tecnología va a reemplazar en un futuro muy cercano en un 50% de las actividades laborales y debemos estar preparados para asumir el reto, sin embargo, aparecerán nuevos puestos de trabajo como consecuencia de que se transformará el mundo laboral.

### **En el Aspecto Ecológico**

#### **a. El Medio Ambiente**

El Perú se encuentra entre los trece países que son mega diversos y se estima que posee entre 55 y 65% de la biodiversidad. El Perú, debe aprender a utilizar sus recursos naturales de manera responsable y sostenible, debido a que tenemos una tasa de deforestación y mal uso de los recursos disponibles, por ello, se requieren políticas públicas que nos ayuden a mejorar la gestión de estos recursos, y que las regiones del país puedan generar riqueza sostenible a partir de ellas.

#### **b. Minifundio**

La agricultura peruana es una agricultura atomizada que explica el 85% de los agricultores son parceleros con áreas menores de 10 hectáreas las cuales predominan entre 3 y 10 hectáreas (33%)

#### **c. Precios y mercados**

La actividad agrícola es desorganizada y poco competitiva, en todos sus procesos como post cosecha y mercadeo de los productos, falta infraestructura vial para acercar el campo a la ciudad, y la presencia de mercados mayoristas pues con esta ausencia se elevan los costos de comercialización.

#### **d. Asistencia Técnica**

Se debe trabajar más de la mano de la asistencia técnica para consolidar el crecimiento agrícola y completar los factores productivos con tecnología más a la mano para mejorar la productividad agrícola, con tecnologías tales como bienes de capital, tractores, y accesorios, en lo tradicional, y en la innovación de productos como los drones informática, para agilizar los procesos de producción cosecha y post cosecha.

#### e. Crédito Agrario

Desde que se cerró el Banco Agraria, se ha solicitado la apertura de uno nuevo para que de soporte a los agricultores y se pueda dinamizar este sector con créditos amigables y el desarrollo de los agricultores que participan en el tejido agrícola del país, presentes en costa, sierra y selva.

En 1992 el banco Agrario poseía alrededor de 230 mil empresarios agrarios como clientes, de ellos 20,000 productores eran de tipo A1, algunos con un máximo de 40 años de tradición empresarial.

La banca comercial, no presta a créditos agrícolas por lo cual el sector agrícola está abandonado a su suerte, pero si deseamos que la seguridad alimentaria sea un hecho debemos facilitar mecanismos de crédito a los pequeños y medianos agricultores.

### **2.1. Sondeo en el Mercado**

Mercado a nivel local

Clientes.

Los clientes son pequeñas empresas que necesitan trasladar sus paquetes de un local al otro, para ello, contratan empresas para carguen sus bultos a otras ubicaciones, así mismo, también hay personas independientes que necesitan llevar bultos en diferentes ubicaciones de lima metropolitana y fuera de Lima, por ello, contratan servicios de transporte de carga.

Proveedores.

Los proveedores para estos servicios son vendedores de camionetas furgonetas, que son las marcas tradicionales y marcas chinas, estas últimas de oferta más económica.

Competidores.

Existen una gran variedad de competidores de todo tipo desde los grandes transportistas en Lima Metropolitana, y los medianos que de manera informal atienden esta demanda, y los pequeños transportistas que proliferan de manera oportunista en este negocio.

## 2.2. Análisis de la industria

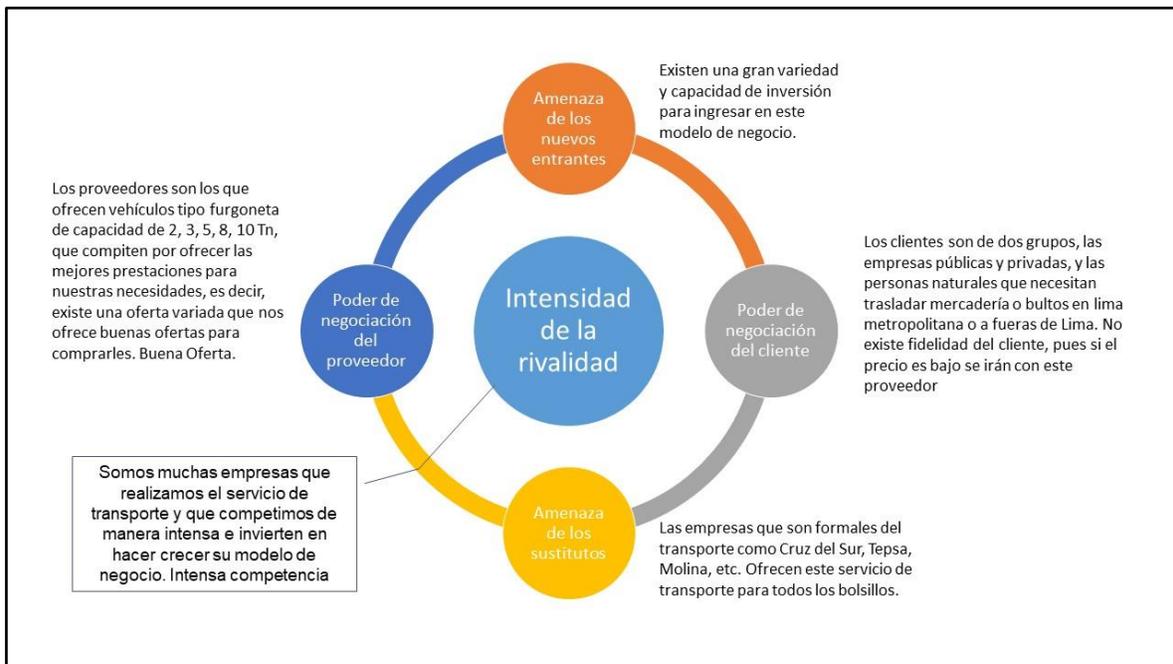


Figura N° 1. Modelo de las 5 Fuerzas aplicado al transporte de cargas

La rivalidad entre las empresas del sector, es intensa, por lo tanto, incluso se canibaliza los precios en diferentes sectores de Lima Metropolitana, en particular los puntos ubicados en Lima Este, los que van dirigidos a Junin, para atender los productos en el centro del Perú. Así mismo, tenemos los referentes a Norte de Lima, se ubican transporte al norte chico, y al norte del país, y en el sur, se ubica para atender la demanda en el sur de Lima, como Ica y el sur del Perú. Por lo tanto, existe mucha demanda interna.

El poder de negociación del proveedor, es poca, por lo tanto, contamos con flexibilidad para adquirir bienes de capital, que nos ayudará a producir, más servicios a los clientes.

El poder de negociación de los clientes, es poca, debido a que ellos requieren de nuestros servicios por necesidad y/o obligación por lo que se ven en la necesidad de comprarnos los servicios ofertados por la rapidez que ellos necesitan cubrir.

En amenaza de nuevos entrantes es intensa, debido a que muchas personas y empresas pueden entrar fácilmente en este negocio, claro está si deseo diferenciarme y cobrar más precio, eso sí generaría barreras de entrada a la competencia, las barreras son bajas por lo que hay que saber diferenciarse para competir en este negocio.

En la amenaza de los sustitutos, no es intensa, debido a que, si se desea trasladar información a otras partes del Perú, los aviones son caros y eso cohibe trasladar mercadería por ese canal, y el traslado por mar no es posible por no estar muy desarrollado el traslado de mercadería por mar, y los trenes en el Perú no están desarrollados.

### **3. Plan Estratégico de la empresa**

#### **3.1. Visión**

Ser reconocidos como una empresa de servicios logísticos enfocados en soluciones a la medida para empresas mediana y pequeñas.

#### **3.2. Misión**

Entregar soluciones innovadoras en logística que permita a nuestros clientes contar con una cadena de suministros flexible.

#### **3.3. Valores**

Confianza. Nuestro conocimiento y experiencia nos permiten brindar seguridad a nuestros clientes. Cumplimos lo que ofrecemos.

Orientación al cliente. Nos anticipamos a las necesidades de nuestros clientes desarrollando soluciones innovadoras a su medida.

Colaboración. Potenciamos resultados a través de nuestro trabajo en equipo.

Respeto. Fomentamos un ambiente transparente que impacta positivamente en nuestro clima laboral.

Pasión. Estamos comprometidos y nos entregamos en cada una de nuestras acciones.

#### **3.4. Objetivos Estratégicos**

- Disminuir costos de operación en un 15% interanual.
- Reducir errores y aumentar la rapidez de las soluciones cuando entregamos valor al cliente en un 10% interanual.

- Entregar la máxima calidad del producto o servicio ofrecido, esto se observa en la satisfacción del cliente por encima del 70%.
- Contar con procesos competitivos, en un nivel de 3 sigmas.
- Incrementar el rendimiento de productos entregados, con una rentabilidad de mínimo 35%.
- Aumentar la productividad de nuestros productos con crecimientos interanuales de 5%.

### **3.5. Estrategia de Negocio**

Enfoque en costos, sería la estrategia elegida debido a que debemos ser eficientes en la gestión de nuestras operaciones y poder entregar valor al cliente, para este fin la gestión adecuada del BSC, es clave, y aplicar la gestión de calidad a la primera vez, es clave, por esto, en el diseño y desarrollo de productos estratégicos que los clientes valores es clave para ganar más porción de mercado.

Todo esto con enfoque de ser intensivos en la reducción de costos.

### **3.6. Fuentes generadoras de ventaja competitiva**

Enfocarnos en ser un socio comercial a nuestros clientes para que solucionen sus problemas de transporte de mercadería, y que reciban valor en tiempo, y costo por entrega realizada, es clave, es decir, que el cliente, que tiene un trato preferencial, sienta que recibe valor por cada entrega realizada.

Los objetivos de la logística no son el mero movimiento de productos. La clave de la logística está en conseguir costos bajos de operación, comprender lo que necesita el cliente, buscar la productividad en sus operaciones para lograr mayor rentabilidad, así mismo, se busca contar con flexibilidad en atender la demanda fluctuante, etc.

Seguramente, la mejor prueba de esta generación de valor es que cada vez más compañías incluyen sus virtudes logísticas en su propuesta de valor al cliente, e incluso hacen de ella su propuesta central.

Pero también les genera valor el poder afinar sus procesos de producción, pudiendo predecir sus necesidades y los tiempos necesarios de cada paso. Es el caso también de filosofías como el Just in Time, que requieren una logística muy exigente.

## **4. Plan de Marketing**

### **4.1. Objetivos de marketing**

#### **Fortalecer la relación con clientes y proveedores**

Los trabajadores deben comprender que la logística liga el área de operaciones con los almacenes y fortalece esta sinergia para que la entrega de productos se haga con normalidad y de esta manera se pueda entregar valor de forma oportuna, un buen sistema de atención al cliente y de resolución de incidencias y unos buenos canales de información mejora enormemente la percepción que el resto de los actores tiene de nuestra firma.

#### **Mejorar el servicio**

La aplicación de la mejora continua en el sistema logístico de toda empresa mejora la rentabilidad de la empresa esto debido a que logrando producir más con igual o más con menos logra que por la capacidad instalada colocada se pueda entregar valor con márgenes importantes. El comercio electrónico ha impulsado el comercio mundial, debido a que se puede realizar ventas sin contar con los productos en almacén mejorando la disponibilidad de efectivo de las operaciones.

#### **Optimización de costos**

La logística para que pueda ser utilizada por la organización debe presentar costos de operación relativamente bajos, esto debido a que la logística per se, no agrega valor al producto, por ello, se busca los costos más bajos tratando de minimizar las reposiciones, eliminar las penalizaciones, reducir las horas extra, busca reducir el incremento de gasto en atención al cliente, etc. Existen métodos óptimos para mejorar el desempeño y la toma de decisiones complejas en la organización que tiene que lidiar con la logística.

#### **Medio Ambiente**

En estos tiempos en que buscamos que nuestra logística tenga menor efecto sobre el medio ambiente, se busca mejoras eficiencias en la logística de ida y la logística inversa, buscando oportunidades de mejora para eliminar las causas raíz de los problemas ambientales que nuestra logística deja en el momento de operar por ello, la logística inversa

se vuelve nuestro aliado pues puede corregir o eliminar los desperdicios generados en la operación.

Esta preocupación por el planeta también se puede incluir dentro de la generación de valor de cara al cliente. Las empresas están incrementando su interés por las políticas verdes y trasladan este interés hasta sus proveedores, convirtiéndolo a menudo en requisitos y exigencias que estos deben cumplir. De esta forma, la logística medio ambiental repercute en el beneficio de la sociedad y en el de las empresas, retroalimentándose.

### **Valor Social**

El cuidado por el medio ambiente no es el único beneficiado de las labores de la logística. La logística es crítica para el funcionamiento de la economía de los países. Un país que cuente con infraestructuras de transportes que faciliten su labor y con operadores logísticos consolidados estará facilitando que crezca su tejido económico.

## **4.2. Marketing mix**

El cliente de Perú Rápido, son empresas pequeñas que tienen que traer o llevar carga dentro de Lima Metropolitana, o en Lima Provincia, que necesita que su mercadería este en el momento y lugar para que ellos dispongan de sus insumos y productos para el uso en sus necesidades, nuestros clientes trasladan mercadería en función a la demanda interna de Lima Metropolitana, así mismo, nuestros clientes demandan más nuestros servicios cuando hay fechas especiales tales como día de la madre, que nuestros servicios se incrementan 40% más, así mismo, vísperas a navidad la demanda se incrementa, durante el día del padre, san Valentín la demanda se incrementa en 20%, son los días de mayor demanda, en temporadas tales como campaña escolar la demanda se incrementa 25%, cambios de temporada como otoño, primavera la demanda se incrementa 15%, son las temporadas de mayor tráfico, que podemos aprovechar.

### **4.2.1. Estrategia de precio**

Hemos identificado varios productos para entregar valor a los clientes, tales como:

Tabla N° 4. Estrategia de Precio

Item	Producto	Precio	Descripción
1.-	Furgoneta de 2 Tn.	S/ 400 + IGV	

2.-	Furgoneta de 5 Tn.	S/ 550 + IGV	Alquiler diario a todo costo. Incluye Gasolina y Chofer
3.-	Furgoneta de 8 Tn.	S/ 800 + IGV	

**4.2.2. Estrategia de distribución**

La oferta de entregar valor, se realiza por llamando a sus celulares a los jefes de logística para proveerles de información y luego recibir el pedido de nuestros clientes pidiendo que le demos una solución a medida, por ello, hacer una oferta de valor clave que cubra sus necesidades de transporte en Lima Metropolitana y en Lima Provincias, y otro producto es juntar pedidos y llenar la furgoneta para trasladar de un lugar a otro crítico para el cliente.

Nosotros ofrecemos servicios de traslado de mercadería, y en algunas ocasiones alquilamos furgonetas para cubrir cuando la demanda sobrepase la capacidad instalada. Existe mucha competencia, en el mercado Limeño, y ser activo en la oferta de servicios de traslado de mercadería es intenso.

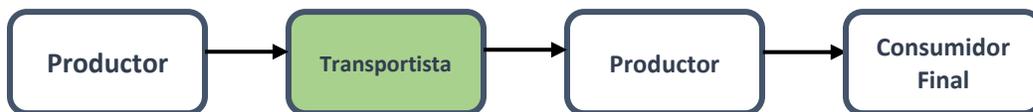


Figura N° 2. Canal de distribución para servicios de consumo

**4.2.3. Estrategia de promoción**

Comunicaremos nuestros productos mediante llamadas telefónicas, en contacto directo con nuestros clientes, así mismo, haremos publicidad pagada en internet, promociones de ventas a nuestros clientes que trasladan sus bultos de manera urgente y con detalles de carga a pedido.

Invertimos al año S/ 10,000 soles en publicidad.

**4.2.4. Estrategia de postventa**

El servicio postventa en el presente caso no tiene mucha relevancia, debido a que la tasa de recompra es relativamente baja para los compradores de consumo masivo, pero

los clientes corporativos, ellos si tienen alta tasa de recompra, debemos separar dos grupos de compradores en postventa, por ello, esto se atiende con estrategias particulares para atender a estos clientes, a los clientes corporativos, se les mantiene informados de promociones, y se atiende sus necesidades particulares por ello mantener un check list para identificar sus necesidades particulares de los diferentes clientes, es clave para lograr la recompra.

#### **4.2.5. Estrategia de posicionamiento.**

Buscamos posicionar Perú Rápido S.A.C., como el traslado de mercadería de más bajo costo, y el más rápido para entregar la mercadería confiada a nosotros, un cliente potencial que podemos atender son las pequeñas y medianas empresas que necesitan entregar de manera eficiente y eficaz a sus diferentes puntos de ventas.

De esta manera la inversión realizada en las furgonetas y la tecnología de ubicación de nuestras unidades en el mercado peruano, hacen que seamos confiables en la entrega de productos confiados a nosotros. De esta manera nuestro posicionamiento de la empresa se fortalece y la ubicuidad de nuestras unidades se vuelven confiables y asegura la recompra de nuestros servicios.

## 5. Plan de operaciones

### 5.1. Objetivos de operaciones

El objetivo de producción es:

a. Fortalecer la relación con clientes y proveedores

Nuestros proveedores de suministros para la operación de las actividades de nuestras unidades que ofrecen servicios, para esto, hacer contratos claves que garanticen nuestros suministros, así mismo, elaborar procedimientos que garanticen nuestra operatividad, que nuestra gente sepa que tiene que hacer cada quien, en la organización, y que tengan sus planes de contingencias listos para ser aplicados según circunstancias.

b. Mejorar el servicio

Nuestros servicios tienen un cuadro de mando integral para monitorear y encontrar oportunidades de mejora de los procesos identificados claves para que funcione la empresa, por ello, el tema es definir indicadores meta, que necesitamos alcanzar, para que nuestros servicios sean un modelo óptimo.

c. Optimización de costos

Contar con modelos de gestión de costos, modelado matemáticamente, para buscar el costo óptimo, utilizando la investigación de operaciones, que nos ayuden a comprender la gestión óptima de costos.

d. Medio Ambiente

Desarrollar una cadena de suministros sustentable para nuestros clientes, es decir, esto se traduce, reduciendo la contaminación, reciclando los residuos generados por nuestra operación, entregando valor al cliente.

e. Valor Social

Por último, contar con un modelo de negocio, que genere valor a nuestra comunidad vinculada, ofreciendo una alternativa de negocio que las personas que son empleadas directamente e indirectamente se vean beneficiadas con retribuciones económicas les sean oportunos.

Aspectos técnicos del servicio ofrecido:

El modelo de una furgoneta que se utilizará es el siguiente:



Figura N° 3. Modelo de Furgoneta de 2 Tn., de carga de mercadería



Figura N° 4. Modelo de Furgoneta de 5 Tn de Capacidad



Figura N° 5. Modelo de Furgoneta de 8 Tn de capacidad

### **Modelo de furgoneta sus especificaciones técnicas.**

Características técnicas Hyundai H350 Furgón 2.5 CRDi 150CV 6.2M Essence (Modelo Referencial).

Motor

Tipo de combustible Diésel Cilindrada (cc)2497

Número de cilindros 4

cilindros en línea

Alimentación Turbo diésel inyección directa Common Rail Potencia máxima CV / rpm:150 / 3600Par motor máximo (Nm / rpm)380 Nm / 1.500 - 2.500 r.p.m.

Pesos y capacidades

Pesomáximo autorizado(kg)3500 Peso envacío(kg) 2135 Volumendecarga (m<sup>3</sup>)10.5

Depósito combustible (litros)75 Número de asientos2

### **5.2. Actividades previas al inicio de la producción**

Las actividades claves, son la contratación o compra de las furgonetas, y el diseño de la propuesta de valor para el cliente, por ello, se define de forma clara que es lo que se

debe entregar al cliente, o de lo contrario, se le vende a todo costo con los seguros adecuados, si es que no vamos a entregar una propuesta de valor a medida.

La determinación de la ubicación de la empresa será para atender las necesidades de nuestros clientes del Ate Vitarte para Lima, y Lima Provincia. Específicamente por Yerbateros.

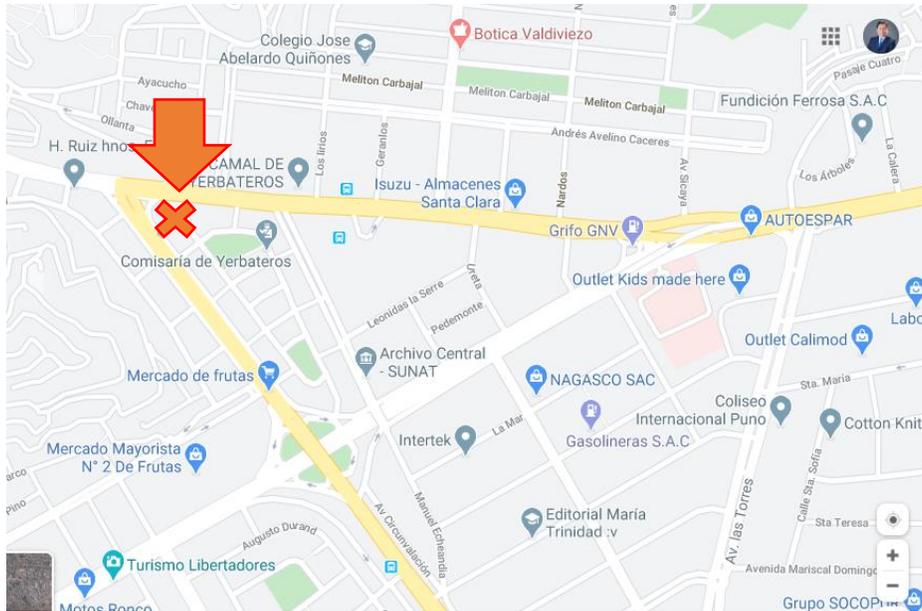


Figura N° 6. Plan de ubicación de la empresa para realizar la carga de bultos de nuestros clientes.



Figura N° 7. vista de entrada a la empresa Perú Rápido SAC



Figura N° 8. Modelo de distribución física

### 5.3. Proceso de producción del bien o servicio

El proceso de producción del servicio, es claro, se le alquila la furgoneta con el conductor para que ellos dispongan por un día, o si desean más días, se le puede entregar ese valor. Así mismo, si desean que traslademos sus bultos a diferentes puntos de Lima, aunque ese producto no será tema de este trabajo de investigación, solo consideraremos el alquiler de furgoneta a nuestros clientes a todo costo, por días.

#### 1. Diagramas de Bloques.

En el presente diagrama de bloques se ha identificado el proceso de atención al cliente y la atención que se le daría a nuestros clientes para este fin mapea este proceso desde que el cliente contacta con nosotros y todo el proceso de registro de carga, asignación de personal para brindarle valor a sus requerimientos, seguidamente se identifica si ha sufrido desperfectos la maquinaria cuando se le entrego nuestros activos y si es necesario cobrar ese mantenimiento.



Figura N° 9. Modelo de atención al cliente

2. Establecer los estándares de calidad. Para este caso los indicadores que aplicaremos son los indicadores de servicio.

Indicadores

Calidad de pedidos generados:

$$\text{Calidad de pedidos generados} = \frac{\text{Pedidos generados sin problemas}}{\text{Total de pedidos generados}} \times 100\%$$

Costo m<sup>2</sup> utilizado.

$$\text{Costo metro cuadrado} = \frac{\text{Costo total operativo bodega}}{\text{Total área de almacenamiento}}$$

Con estos indicadores base, se pretende monitorear la gestión del almacén.

3. Determinar cuáles son los factores críticos para el cumplimiento de los estándares de calidad. La Tecnología es crítica mantener operativa debido a que nosotros operamos furgonetas, y deben estar operativos para poder brindar los servicios ofrecidos. Por ello contar con maestranza en el taller es clave, así mismo, contamos con los servicios de taller de mantenimiento para asegurarnos que las unidades estén operativas.



Figura N° 10. Taller de mantenimiento de vehículos de Perú Rápido SAC.

## **6. Plan de recursos humanos**

### **6.1. Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal**

#### **Estrategia de Reclutamiento.**

Se utilizará medios como Laborum, Bumeran, Aptitus, para la búsqueda de personal calificado para la gestión de una empresa logística, que entrega productos en la puerta de sus clientes, manteniendo la confidencialidad de los productos entregados, así mismo, se entrega en los tiempos y con los requerimientos personalizados de nuestros clientes, para tal fin, se selecciona a personal, por sus cualidades personales y de profesionales que garanticen los servicios prometidos.

El promedio de selección será entre 40 y 50 años, pues son personas con cierto grado de responsabilidad, y experiencia en el sector que garanticen la promesa de valor de los productos prometidos.

Se contratará hombres y mujeres de formación Administradores y/o técnicos en administración pues nuestra empresa pretende seleccionar a los mejores cuadros para que gestionen nuestra operación debido al mérito, y el compromiso con los clientes.

Se seleccionará de universidades e institutos tecnológicos de todo el Perú. Con una participación principalmente provenientes de provincias.

#### **Estrategia de Selección.**

Se les tomará exámenes de conocimientos especializados de logística integral, así mismo, se les escogerá de su experiencia relevante de años de experiencia en el sector logístico, y que tengan al menos 6 años de experiencia en logística y máximo 18 años de experiencia laboral.

Se harán convocatorias de 2 meses cada una y se seleccionará a los más identificados y comprometidos con entregar valor.

#### **Estrategia de Contratación de personal.**

Se pagará un 25% más que el precio de mercado para garantizar que confíen en nosotros y generamos un equipo humano que se comprometa con entregar valor a los clientes que esperan un servicio especial, por ello, nuestros precios serán un 45% mayor que el precio de mercado, pues, garantizamos la integridad de lo que transportamos.

## **6.2. Estrategia de inducción, capacitación y evaluación del personal**

La inducción se realizará en nuestras oficinas, así mismo, se realizará por el canal online, para formar a nuestro personal a utilizar los canales online, para que el personal esté listo para afrontar hacer operaciones en línea cosas relacionadas a la empresa y poder atender al cliente en línea, y que pueda resolver sus inquietudes y podamos resolver en tiempo real sus problemas y podamos revalorar nuestro servicio, así mismo, exige contar con una plataforma digital, desarrollada y que entregue valor al cliente, mediante servicios de gps, chatbot, etc.

La evaluación del personal está ligada a que tan rápido y satisfacción de los clientes podemos entregarle valor, para asegurarnos que el cliente recompre nuestros servicios, y ganarlo permanentemente, en el tiempo, con esto aseguramos que nuestro cliente nos compre más de una vez.

El manual de funciones es el siguiente:

**COMPETENCIAS -TECNICAS.**

NOMBRE DEL PUESTO: Gerente General
AREA A LA QUE PERTENECE: Gerencia General

**2. - OBJETIVOS DEL PUESTO**

Representar a la empresa frente a la sunat, los clientes, las autoridades municipales, y autoridades gubernativas. Elaborar el balance general, firmar y aprobar directivas de funcionamiento. Aprobar el endeudamiento de la empresa
---

**3. - FUNCIONES ESPECIFICAS**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Contratar y despedir personal.</li><li>• Aprobar el plan financiero</li><li>• Aprobar el plan de operaciones</li><li>• Aprobar el plan de marketing</li><li>• Aprobar el endeudamiento de la empresa.</li></ul>
---

**OTRAS FUNCIONES AL CARGO OTORGADAS POR SU SUPERIOR**

Coordinar acciones con la municipalidad donde opere, coordinar actividades de defensa civil o en todo caso delegar.

**4. - ESPECIFICACIONES DEL PUESTO**

FORMACIÓN PROFESIONAL:	Administrador, Ingeniero Industrial.
EXPERIENCIA :	18 años en puestos similares.

**5. - COMPETENCIAS -TECNICAS**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Manejo del Software para la comunicación online,</li><li>• Dominio intermedio de Office y en entorno Windows.</li><li>• Conocimiento de inglés a nivel Avanzado.</li><li>• Desarrollar Finanzas</li><li>• Conocimientos de operaciones logísticas</li><li>• Saber de técnicas de atención al cliente.</li><li>• Saber de técnicas de ventas.</li></ul>
--

**HABILIDADES Y/O CUALIDADES CLAVES DEL PUESTO**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Proactivo.</li><li>• Fácil comunicación con el usuario</li><li>• Honrado.</li></ul>
---

- Capacidad para trabajar en equipo
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Trato amable

**6. - EQUIPOS UTILIZADOS**

- Computadora personal
- Central telefónica
- Fotocopiadora
- Fax
- Impresora
- Teléfono celular
- Proyector multimedia
- Computadora portátil

TIEMPO MÍNIMO DE APRENDIZAJE REQUERIDO	MESES: NA
--	-----------

**COMPETENCIAS -TECNICAS. - DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

NOMBRE DEL PUESTO: Administrador General
AREA A LA QUE PERTENECE: Gerencia General

**2. - OBJETIVOS DEL PUESTO**

Gestionar los documentos que mantienen operativa la empresa, ordenes municipales, de ministerios, limpieza y sanidad, registra las boletas y facturas de la empresa, compra de bienes y servicios para la operatividad de la empresa.
---

**3. - FUNCIONES ESPECIFICAS**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Contratar y despedir personal encargado a su mando.</li><li>• Aprobar el plan de operaciones</li><li>• Aprobar el plan de marketing</li><li>• Conocimientos de contabilidad</li></ul>
---

**OTRAS FUNCIONES AL CARGO OTORGADAS POR SU SUPERIOR**

Coordinar acciones con la municipalidad donde opere, coordinar actividades de defensa civil o en todo caso delegar.

**4. - ESPECIFICACIONES DEL PUESTO**

FORMACIÓN PROFESIONAL:	Administrador, Ingeniero Industrial, técnico en administración.
EXPERIENCIA :	12 años en puestos similares.

**5. - COMPETENCIAS -TECNICAS**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocimiento de SUNAT.</li><li>• Conocimiento de gestión municipal.</li><li>• Conocimiento de contrataciones con el estado.</li><li>• Conocimiento para reclutar personas según MTPE.</li></ul>
---

**HABILIDADES Y/O CUALIDADES CLAVES DEL PUESTO**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Proactivo.</li><li>• Fácil comunicación con el usuario</li><li>• Honrado.</li><li>• Capacidad para trabajar en equipo</li><li>• Trato amable</li></ul>
--

6. - EQUIPOS UTILIZADOS

- Computadora personal
- Central telefónica
- Fotocopiadora
- Fax
- Impresora
- Teléfono celular
- Proyector multimedia
- Computadora portátil

TIEMPO MÍNIMO DE APRENDIZAJE REQUERIDO	MESES: NA
--	-----------

**COMPETENCIAS -TECNICAS. -**

NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Operaciones
AREA A LA QUE PERTENECE: Gerencia General

**2. - OBJETIVOS DEL PUESTO**

Gestionar los documentos que mantienen operativa la empresa, ordenes municipales, de ministerios, limpieza y sanidad, registra las boletas y facturas de la empresa, compra de bienes y servicios para la operatividad de la empresa.

**3. - FUNCIONES ESPECIFICAS**

- Contratar y despedir personal encargado a su mando.
- Aprobar el plan de operaciones
- Gestión del plan de seguridad y salud ocupacional
- Funcionar con productos logísticos.
- Aplicar presupuesto de productos logísticos.
- Diseñar e implementación de aplicativos móviles para la gestión de las operaciones.

**OTRAS FUNCIONES AL CARGO OTORGADAS POR SU SUPERIOR**

Coordinar acciones con la municipalidad donde opere, coordinar actividades de defensa civil o en todo caso delegar.

**4. - ESPECIFICACIONES DEL PUESTO**

FORMACIÓN PROFESIONAL:	Administrador, Ingeniero Industrial, técnico en administración.
EXPERIENCIA :	10 años en puestos similares.

**5. - COMPETENCIAS -TECNICAS**

- Saber de Gestión de operaciones
- Saber de Seguridad y salud ocupacional.
- Conocimientos de Internet de las Cosas.
- Conocimientos de normativa legal de operaciones logísticas.

**HABILIDADES Y/O CUALIDADES CLAVES DEL PUESTO**

- Proactivo.
- Fácil comunicación con el usuario
- Honrado.
- Capacidad para trabajar en equipo
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Trato amable

--

6. - EQUIPOS UTILIZADOS

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Computadora personal</li><li>• Central telefónica</li><li>• Fotocopiadora</li><li>• Fax</li><li>• Impresora</li><li>• Teléfono celular</li><li>• Proyector multimedia</li><li>• Computadora portátil</li></ul> |
|--|

TIEMPO MÍNIMO DE APRENDIZAJE REQUERIDO	MESES: NA
--	-----------

**COMPETENCIAS -TECNICAS. - DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Marketing y Ventas
---

AREA A LA QUE PERTENECE: Gerencia General
---

**2. - OBJETIVOS DEL PUESTO**

Diseñar, planear, gestionar el plan de marketing y ventas, coordinar, realizar contactos, buscar clientes, realizar contratos, identificar nuevos clientes, diseñar productos a medida.
---

**3. - FUNCIONES ESPECIFICAS**

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Contratar y despedir personal de marketing y ventas.</li><li>• Diseñar, planear y gestionar el plan de marketing y ventas.</li><li>• Diseñar y ofrecer nuevos productos logísticos a medida.</li><li>• Coordinar con los canales de marketing y ventas para ofrecer los servicios desarrollados.</li></ul> |
|--|

**OTRAS FUNCIONES AL CARGO OTORGADAS POR SU SUPERIOR**

Coordinar acciones con la municipalidad donde opere, coordinar actividades de defensa civil o en todo caso delegar.

**4. - ESPECIFICACIONES DEL PUESTO**

FORMACIÓN PROFESIONAL:	Administrador, Ingeniero Industrial, técnico en administración.
EXPERIENCIA :	10 años en puestos similares.

**5. - COMPETENCIAS -TECNICAS**

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Conocimientos de ventas online.</li><li>• Conocimientos y contactos en los gremios industriales.</li><li>• Conocimientos y de planes de marketing y ventas.</li></ul> |
|---|

**HABILIDADES Y/O CUALIDADES CLAVES DEL PUESTO**

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Proactivo.</li><li>• Fácil comunicación con el usuario</li><li>• Honrado.</li><li>• Capacidad para trabajar en equipo</li><li>• Capacidad para trabajar bajo presión</li><li>• Trato amable</li></ul> |
|---|

**6. - EQUIPOS UTILIZADOS**

- Computadora personal
- Central telefónica
- Fotocopiadora
- Fax
- Impresora
- Teléfono celular
- Proyector multimedia
- Computadora portátil

TIEMPO MÍNIMO DE APRENDIZAJE REQUERIDO	MESES: NA
--	-----------

**Organigrama Funcional de Perú Rápido S.A.C.**

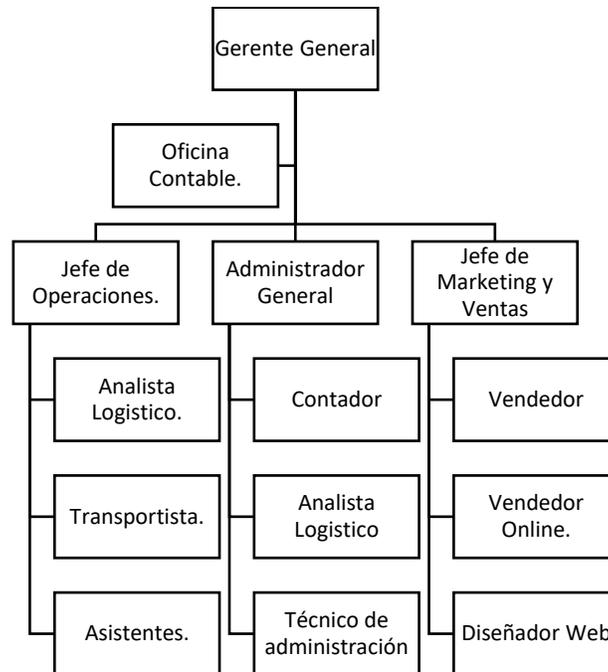


Figura N° 11. Organigrama de Perú Rápido S.A.C.

**6.3. Estrategia de motivación y desarrollo del personal**

En estrategias de motivación, hemos identificado que festejar los cumpleaños de todos los colaboradores de la empresa, que tenemos horarios de verano, y reconocimiento de la buena labor con reconocimientos por alto desempeño siguiendo el resultado de sus indicadores, para poder conseguir altos resultados.

El desarrollo de personal, se otorgará facilidades para aquellos colaboradores que lleven carreras superiores, como técnicos y universitarios para mejorar su desempeño laboral, con esto se busca la profesionalización de los resultados de nuestros colaboradores, y como consecuencia de la profesionalización de los trabajadores se les subirá los sueldos y bonificaciones por mejorar su desempeño, se busca que los trabajadores estén altamente digitalizados.

#### 6.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones

La política de remuneraciones son las siguientes:

Tabla N° 5. Política de Remuneraciones para Mano de Obra Indirecta

Item	Descripción	Sueldo	Bono
1	Gerente General	S/ 4,500.00	+10%
2	Administrador General	S/ 4,000.00	+5%
3	Jefe de Operaciones	S/ 3,000.00	+5%
4	Coordinador de Marketing y Ventas	S/ 3,000.00	+5%
	<b>Inversión Mensual</b>	<b>S/ 17,500.00</b>	

Tabla N° 6. Política de Remuneraciones para administradores

Item	Descripción	Sueldo	Bono
1	Analista Logístico	S/ 2,500.00	+10%
2	Transportista	S/ 2,200.00	+10%
3	Asistente	S/ 1,700.00	+5%
4	Contador	S/ 2,500.00	+10%
5	Analista Logístico	S/ 2,200.00	+10%
6	Técnico de administración	S/ 1,700.00	+5%
7	Vendedor	S/ 1,500.00	+10%
8	Vendedor online	S/ 1,700.00	+5%
9	Diseñador Web	S/ 1,700.00	+5%
	<b>Inversión mensual de la mano de obra.</b>	<b>S/ 17,700.00</b>	

Nota: A medida que se vayan generando los ingresos año tras año, se irán incorporando personal y revisando la política e remuneraciones de la empresa

## 7. Plan financiero

### 7.1. Historia financiera de la empresa

La empresa es creada en 2020 Agosto, y para iniciar operaciones en el mes de enero del 2021, por esta razón no se tiene historia financiera de la empresa, pero los fundadores cuentan con líneas de crédito para poder invertir en este negocio.

### 7.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

Se tiene como supuesto que en enero del 2021 se ha logrado contener el corona virus y con esto se pueden operar con normalidad en la empresa y por ello, se hace un gasto mínimo, en adecuar operaciones sin gastar mucho dinero.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
FASES	Septiembre 2020				Octubre 2020				Noviembre 2020			
	Semanas				Semanas				Semanas			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Gastos de Pre inversión	■											
Ubicación y Contrato del Local		■	■	■	■	■	■					
Habilitación y Acabados del Local							■	■	■	■		
Adquisición maquinaria y equipos									■	■		
Pruebas de maquinaria y equipos									■	■	■	
Publicidad y contactos con clientes				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Imprevistos					■	■	■	■	■	■		
Intagibles								■	■	■	■	

<b>Nombre del Proyecto:</b>	<b>Palmito</b>
Duración en Años:	5
Porcentaje de Beneficios para la Mano de Obra:	40%

### 7.3. Plan de ventas de la nueva unidad de negocio

Volumen de Ventas año por año							
No.	Nombre	Precio Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Furgoneta de 2 Tn	400.00	250	275	303	333	366
2	Furgoneta de 5 Tn	550.00	250	275	303	333	366
3	Furgoneta de 8 Tn	800.00	250	275	303	333	366
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
<b>TOTAL MERCADO NACIONAL</b>			<b>750</b>	<b>825</b>	<b>907.5</b>	<b>998.25</b>	<b>1098.075</b>

Nota: Son 250 días de trabajo al año, por cada tipo de furgoneta. Alquilamos la furgoneta por día 400 soles, incluido chofer, gasolina y maquinaria operativa, lo mismo para cada tipo de furgoneta.

### 7.4. Análisis de costos

A. MATERIAS PRIMAS DIRECTAS							
VOLUMEN DE MATERIAS PRIMAS DIRECTAS							
No.	Nombre	Precio Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gasolina 90 Octanos	14.00	375	413	454	499	549
2	Gasolina 95 Octanos	16.20	375	413	454	499	549
3	Lubricantes	50.00	72	72	72	72	72
4	Llantas	300.00	12	12	12	12	12
5							
6							
7							
8							
9							
10							
<b>Total</b>			<b>18,525.00</b>	<b>21,241.50</b>	<b>22,487.25</b>	<b>23,857.58</b>	<b>25,364.93</b>

Los costos típicos que se realizan para los tipos de gasolina de 90 y 95 octanos, se consideran la puesta de lubricantes y llantas.

B. MATERIAS PRIMAS INDIRECTAS		VOLUMEN DE MATERIAS PRIMAS DIRECTAS					
No.	Nombre	Precio Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	SOAT	80.00	3	3	3	3	3
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
<b>Total</b>			240	240	240	240	240

Nota, Se le colocará anualmente el SOAT de cada vehículo.

MANO DE OBRA DIRECTA:					
A. Labor Directa:					
No.	Descripción	Cantidad	Pago Mensual	Beneficios Mensuales	Pago Anual
1	Chofer con Categoría	3	1200	480	60,480.00
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
<b>TOTAL:</b>		3			60,480.00

Nota: El pago mensual de los choferes es de 1200 soles mensuales más beneficios sociales.

MANO DE OBRA INDIRECTA:					
No.	Descripción	Cantidad	Pago Mensual	Beneficios	Pago Anual
1	Gerente General	1	4000	1600	67,200.00
2	Administrador General	1	3000	1200	50,400.00
3	Jefe de Operaciones	1	2500	1000	42,000.00
4	Coordinador de Marketing y Vent	1	2000	800	33,600.00
5	Asistente	1	1000	400	16,800.00
6	Contador	1	1200	480	20,160.00
7					
8					
9					
10					
11					
12					
<b>TOTAL M.O.I.</b>		<b>6</b>			<b>230,160.00</b>

Nota: A medida que vamos consolidando el negocio, se irán aumentando los sueldos e ingresarán más trabajadores.

EQUIPOS DIRECTOS				
No.	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
1	Mesas y Sillas	3	1,000.00	3,000.00
2	PC para oficina	4	1,200.00	4,800.00
3	Tablet	6	850.00	5,100.00
4	Impresoras	4	550.00	2,200.00
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
<b>COSTO TOTAL EQUIPOS DIRECTOS</b>				<b>15,100.00</b>

Nota: son los muebles generales que se usarán en las oficinas de la empresa.

EQUIPOS INDIRECTOS				
No.	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
1	Ventiladores	4	150	600.00
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
<b>COSTO TOTAL EQUIPOS INDIRECTOS</b>				<b>600.00</b>

Nota: Por el verano se compraran ventiladores.

MOBILIARIO Y VEHICULOS				
No.	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
1	Furgon de 2 Tn	1	49000	49,000.00
2	Furgon de 5 Tn	1	55000	55,000.00
3	Furgon de 8 Tn	1	65000	65,000.00
4	Equipos de Radio	3	1500	4,500.00
5	Moviliario	1	1000	1,000.00
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
<b>COSTO TOTAL MOBILIARIO Y VEHICULOS</b>				<b>174,500.00</b>

Nota: Los vehículos serán comprados, de segunda mano para las operaciones del día a día.

SERVICIOS			
No.	Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
1	Agua	100	1,200.00
2	Energía	350	4,200.00
3	Internet	250	3,000.00
4	Cable	100	1,200.00
5	Celulares	300	3,600.00
6	Alquiler de Oficinas	4000	48,000.00
7			
<b>TOTAL SERVICIOS</b>			<b>61,200.00</b>

DEPRECIACIÓN						
Activos	Tasa anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificio y planta	3%					
Maquinaria y equipos	20%	34,900.00	34,900.00	34,900.00	34,900.00	34,900.00
Vehículos	20%					
Muebles y enseres	10%					
Herramientas	10%					
Computadoras	25%	3,775.00	3,775.00	3,775.00	3,775.00	
Otros	10%					
<b>Total en U.M</b>		<b>38,675.00</b>	<b>38,675.00</b>	<b>38,675.00</b>	<b>38,675.00</b>	<b>34,900.00</b>

### 7.5. Inversión inicial

<u>Estimado de la Inversión (en miles de \$)</u>	
	<b>Monto</b>
<b>A. COSTO DIRECTO</b>	
Moviliario y Vehiculos	174,500.00
Equipos Directos	15,100.00
Equipos Indirectos	600.00
<b>TOTAL DIRECTOS</b>	<b>190,200.00</b>
<b>B. COSTO INDIRECTO</b>	
Adecuación de las Instalaciones	20,000.00
<b>TOTAL INDIRECTOS</b>	<b>20,000.00</b>
<b>C. CAPITAL DE TRABAJO</b>	
	<b>35,000.00</b>
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>245,200.00</b>

**7.6. Fuentes de financiamiento**

<b>Inversión Total (Miles de S/.)</b>	<b>245,200.0</b>				
	<b>Porcentaje</b>	<b>Monto en S/.</b>	<b>Tasa de Interés</b>		
<b>Aporte Personal</b>	<b>60.0%</b>	147,120.0	<b>12.0%</b>		
<b>Préstamo</b>	<b>40.0%</b>	98,080.0	<b>13.0%</b>		
<b>Tasa de Descuento</b>	12.40%				
<b>Cuota</b>	<b>S/.27,885.57</b>				
<b>Datos para el Préstamo</b>					
<b>2. Tiempo de Pago en años</b>	<b>5</b>				
<b>Servicio de la Deuda</b>					
<b>Nº</b>	<b>DEUDA</b>	<b>AMORT.</b>	<b>INTERES</b>	<b>CUOTA</b>	<b>SALDO</b>
1	98,080	15,135	12,750	27,885.57	82,945
2	82,945	17,103	10,783	27,885.57	65,842
3	65,842	19,326	8,559	27,885.57	46,516
4	46,516	21,838	6,047	27,885.57	24,677
5	24,677	24,677	3,208	27,885.57	0
		<b>98,080</b>		139,428	

**7.7. Flujo de caja**

FLUJO DE CAJA ECONOMICO, FINANCIAMIENTO NETO Y FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas Furgoneta 2 Tn		100,000.00	110,000.00	121,000.00	133,100.00	146,410.00
Ventas Furgoneta 5 Tn		137,500.00	151,250.00	166,375.00	183,012.50	201,313.75
Ventas Furgoneta 8 Tn		200,000.00	220,000.00	242,000.00	266,200.00	292,820.00
		<b>437,500.00</b>	<b>481,250.00</b>	<b>529,375.00</b>	<b>582,312.50</b>	<b>640,543.75</b>
<b>EGRESOS</b>						
Inversión Total	260,200					
- Terrenos	0					
- Edificios	0					
- Maquinaria	190,200					
- Otros	20,000					
- Cambio en el Capital de Trabajo	50,000					
<b>Costos de Fabricación</b>						
		140,445	143,162	144,407	145,778	147,285
- Mano de Obra		60,480	60,480	60,480	60,480	60,480
- Materia Prima		18,765	21,482	22,727	24,098	25,605
- Gastos Indirectos de Fab.		61,200	61,200	61,200	61,200	61,200
<b>Costos de Operación</b>						
		246,160	248,160	250,160	252,160	254,160
- Administración		230,160	230,160	230,160	230,160	230,160
- Ventas		16,000	18,000	20,000	22,000	24,000
Impuesto a la Renta (30%)		15,269	26,979	40,442	55,312	71,730
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-260,200</b>	<b>35,627</b>	<b>62,950</b>	<b>94,365</b>	<b>129,062</b>	<b>167,369</b>
<b>FINANCIAMIENTO NETO</b>						
	S/. 98,098.00					
+ Préstamos	98,098					
- Amortización		15,135	17,103	19,326	21,838	24,677
- Intereses 13%		12,750	10,783	8,559	6,047	3,208
+ Escudo Fiscal		3,825	3,235	2,568	1,814	962
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-162,102</b>	<b>11,566</b>	<b>38,299</b>	<b>69,048</b>	<b>102,991</b>	<b>140,446</b>
Depreciación anual	38,675					

**7.8. Análisis de rentabilidad**

<b>Tasa de Descuento COK</b>	12.40%				
	<b>VPNE</b>	<b>S/. 61,927.92</b>	<b>VPNF</b>	<b>S/. 69,937.79</b>	
	<b>TIRE</b>	<b>19.63%</b>	<b>TIRF</b>	<b>23.96%</b>	
	<b>B/C E</b>	<b>1.24</b>	<b>B/C F</b>	<b>1.43</b>	
	<b>Período Rec.</b>	<b>4.50</b>	<b>Período Rec.</b>	<b>4.78</b>	

En 5 años el negocio presenta un VANE de 61,927.92 Soles esto significa que el negocio es rentable y es conveniente invertir en la Tasa Interna de Retorno de 19.63% esto significa que es mayor a la tasa de descuento, por lo tanto es conveniente invertir y un análisis B/C económico de 1.24, que quiere decir que por cada sol invertido se recupera 1.24 soles, así mismo, el periodo de recuperación es de 4.5 años logrando recuperar la inversión por lo tanto, desde el punto de vista económico, es conveniente invertir. Por el lado financiero, el VANF es de 69,937.79, por lo tanto es conveniente invertir, la TIRF nos explica que 23.96% es mayor al 12.40% por lo tanto se recomienda invertir, y el análisis B/C se tiene 1.43 por lo tanto por cada sol invertido el proyecto devuelve 1.43 soles, y en el periodo de recuperación es de 4.78 en 4 años y 8 meses se estaría recuperando la inversión.

**7.9. Punto de Equilibrio y Análisis de sensibilidad**

Se considera que los costos fijos son un tercio de las operaciones, pues la diferencia entre furgonetas casi no es perceptible, por ello, se considera en los tres casos 110,118 soles de Costo Fijo.

CF	110,118.00								
PVU	400								
CVU	200								
PE	550.59	250	300	350	400	450	500	550	600
	108,000.00	2160	1080	720	540	432	360	309	270
	108,500.00	2170	1085	723	543	434	362	310	271
	109,000.00	2180	1090	727	545	436	363	311	273
	109,500.00	2190	1095	730	548	438	365	313	274
	110,000.00	2200	1100	733	550	440	367	314	275
	110,500.00	2210	1105	737	553	442	368	316	276
	111,000.00	2220	1110	740	555	444	370	317	278
	111,500.00	2230	1115	743	558	446	372	319	279

Se observa que el Punto de equilibrio sería que con la Furgoneta de 2Tn debemos trabajar 551 días para encontrar el punto de equilibrio.

CF	110118								
PVU	550								
CVU	275								
PE	400.43	350	400	450	500	550	600	650	700
	108,000.00	1440	864	617	480	393	332	288	254
	108,500.00	1447	868	620	482	395	334	289	255
	109,000.00	1453	872	623	484	396	335	291	256
	109,500.00	1460	876	626	487	398	337	292	258
	110,000.00	1467	880	629	489	400	338	293	259
	110,500.00	1473	884	631	491	402	340	295	260
	111,000.00	1480	888	634	493	404	342	296	261
	111,500.00	1487	892	637	496	405	343	297	262

Para el caso de la furgoneta de 5Tn se recomienda trabajar 401 días para encontrar el punto de equilibrio

CF	110118								
PVU	800								
CVU	400								
PE	275.30	650	700	750	800	850	900	950	1000
	108,000.00	432	360	309	270	240	216	196	180
	108,500.00	434	362	310	271	241	217	197	181
	109,000.00	436	363	311	273	242	218	198	182
	109,500.00	438	365	313	274	243	219	199	183
	110,000.00	440	367	314	275	244	220	200	183
	110,500.00	442	368	316	276	246	221	201	184
	111,000.00	444	370	317	278	247	222	202	185
	111,500.00	446	372	319	279	248	223	203	186

Para el caso de la furgoneta de 8 Tn se recomienda trabajar 276 días para encontrar el punto de equilibrio

## 8. Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

- Los indicadores Financieros nos recomiendan invertir debido que en 4.5 años recuperamos la inversión de las furgonetas, con una ganancia de 61,927.92 soles y 69,937.79 en el caso VANF.
- Desde el punto de vista operacional es recomendable ejecutar el proyecto debido a que las operaciones se realizaran por medio de servicios, lo único que nos pertenecen son las furgonetas, el resto se considera alquiler de servicios, de esta manera se simplifica las operaciones y se hacen más sencillas de operar.
- Desde el Punto de vista del mercado existe una demanda de envío y traslado de mercancías que las empresas necesitan satisfacer debido a que el país crecer y las demanda interna se incrementa.

## Recomendaciones

- Se recomienda controlar los gastos de personal para tener bajo control el flujo de caja, tener mucho personal contratado en la parte administrativa, puede generar problemas de cumplimiento de obligaciones de corto plazo.
- Desde el punto de vista operacional es recomendable, tener choferes que cuiden la maquinaria, y que no hagan maniobras peligrosas pues eso perjudicaría los días de producción de la maquinaria y con ello se podría reducir los días de producción.
- Se recomienda un trabajo intensivo en marketing y ventas, para no perjudicar los días de producción, sin embargo en el flujo de caja de han considerado que en promedio las furgonetas, no producen 3 meses, por diversas razones, aun a pesar de esa situación el negocio puede resultar rentable.

## 9. Referencias

Banco Mundial (2017). Análisis Integral de Logística en Perú - Parte 1: Resultados Agregados y Lineamientos Estratégicos. Tomado de: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/facilitacion\\_comercio\\_exterior/Analisis\\_Integral\\_Logistica\\_Peru.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Analisis_Integral_Logistica_Peru.pdf)

Ceplan. (2019). Perú: Proyecciones económicas y Sociales. Recuperado de: <https://www.ceplan.gob.pe/wp-content/uploads/2018/11/Per%C3%BA-proyecciones-econ%C3%B3micas-y-sociales-CEPLAN.pdf>

Delgado, G. (2020). Transformación digital en las empresas: ¿Cómo afectará la tecnología al recurso humano? Recuperado de: <https://gestion.pe/tecnologia/transformacion-digital-en-las-empresas-como-afectara-la-tecnologia-al-recurso-humano-nndc-noticia/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2012). Tomado de <http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/nivel-de-educacion-alcanzado-8034/>

Loayza, N. V. (2016). La productividad como clave del crecimiento y el desarrollo: en el Perú y el mundo. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/31/ree31-loayza.pdf>

Pascual, S., y Brito, G. (2019). Perú y el juego de la gallina. – Análisis Político. Tomado de: <https://www.celag.org/peru-y-el-juego-de-la-gallina/>