

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO
PARTNERS FOREVER S. A. C.”**

TESIS

**Para optar el Título Profesional de:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

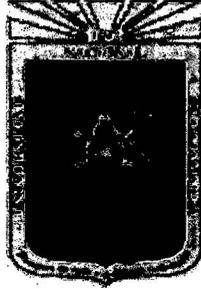
**Presentado por el Bachiller:
ALAYA LOZANO, Milton**

**Asesor:
M.Cs. ALEJANDRO VASQUEZ RUIZ**

CAJAMARCA PERU

2014

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

Presentada por el Bachiller en Administración

ALAYA LOZANO, MILTON

ASESOR:

M.Cs. ALEJANDRO VASQUEZ RUIZ

Cajamarca – Perú

2014

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado en primer lugar a Dios por darme la vida y la salud; a mi familia, por ser el ejemplo para salir adelante, por los consejos que han sido de gran ayuda para mi vida y por estar siempre en los momentos importantes de mi existencia.

Esta tesis es el resultado de lo que me han enseñado en la vida, ya que siempre han sido personas honestas, entregadas a su trabajo, pero más que eso unas grandes personas que siempre han podido salir adelante y triunfar; es por ello que hoy les dedico este trabajo de tesis, gracias por confiar en mí y darme la oportunidad de culminar esta etapa de mi vida.

A mis docentes; los cuales me brindaron su permanente confianza y enseñanza a través de los conocimientos sumado a la experiencia que poseen, lo cual me permitió tomarlos como guía para lograr mis metas.

El autor

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

AGRADECIMIENTO

Expreso mi profundo agradecimiento:

A todos mis docentes, quienes se preocuparon por mi formación profesional durante el tiempo de permanencia en la universidad.

Al M.Cs. Lic. Alejandro Vásquez Ruiz por su paciente y esmerada labor de asesoría en la elaboración del presente trabajo de tesis.

A todo el personal que me apoyaron brindándome y facilitándome la información necesaria para la elaboración del presente trabajo de tesis.

El autor

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado evaluador, dejo a vuestra consideración la presente tesis titulada "PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO "PARTNERS FOREVER" S.A.C., la cual se ha desarrollado con la responsabilidad correspondiente

Considero que el presente trabajo está sujeto a cualquier corrección que ustedes crean pertinente y espero que el mismo contribuya de manera positiva a incrementar los conocimientos sobre la materia investigada y a sentar una base para futuros trabajos de investigación.

El autor

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

RESUMEN

La empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C. se dedicará a brindar un excelente y completo servicio de asesoramiento logístico de una manera personalizada a sus clientes meta, ayudando a definir, redefinir y la mejora continua de sus procesos logísticas enmarcados dentro de una compatibilidad operativa con la cadena de suministros a la cual pertenecen, proponiendo soluciones integrales mediante la formulación e implementación de las estrategias más adecuadas según su realidad particular.

La empresa, está conformada por un capital propio de S/. 12,641.91 y proveniente de terceros S/. 12,641.91 con lo cual se tendría un capital total de S/. 25,283.82 Partners Forever S.A.C., impondrá un estilo particular orientado a conseguir una ventaja competitiva mediante la estrategia de la diferenciación en el servicio al cliente, ya que se ofrecerá diversidad en los paquetes de acuerdo al gusto del cliente; donde la calidad, la originalidad y el cumplimiento serán la garantía.

Mediante la investigación de mercados realizada en el presente plan de negocio se ha podido determinar que la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C. tiene un mercado objetivo compuesto por 260 empresas entre micro, pequeñas. La demanda se proyecta en un crecimiento del 11% anual.

Además, se obtuvo información acerca de las necesidades, gustos y preferencias de nuestro mercado objetivo, los cuales nos serán útiles e indispensables para mejorar nuestra oferta y servicio. Adicionalmente, se formará alianzas estratégicas.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

ABSTRACT

Logistics Advisory Us Partners Forever S.A.C., will be dedicated to providing an excellent and full-service logistics advice in a personalized way to their target customers, helping to define, refine and continuously improve its logistics processes framed within an operational compatibility with the supply chain to which they belong, proposing solutions through the development and implementation of the most appropriate strategies according to their particular situation.

Ours company is comprised of an equity capital of S/. 12641.91, and from third S/. 12,641.91 thereby would have a total capital of S/. 25,283.82

Partners Forever S.A.C. impose a particular style oriented to achieve competitive advantage through differentiation strategy in the customer service, because diversity is offered in "packets " according to the taste of the client , where the quality , originality and compliance will be the warranty.

Through market research conducted in this Business Plan has been determined that the company's logistical advice "Partners Forever" S.A.C. has a target market consisting of 490 companies between micro, small and medium. Demand growth is projected at 11 % per annum.

Further information was obtained about the needs, tastes and preferences of our target market, which I will be useful and necessary to improve our offer and service.

Additionally, strategic alliances will be formed.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
PRESENTACIÓN.....	4
RESUMEN	5
ABSTRACT..	6
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I.....	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1.1.IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.2. OBJETIVOS.....	15
1.2.1. GENERAL	15
1.2.2. OBJETIVOS	15
1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	15
CAPITULO II.....	17
2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL	17
2.1. ANTECEDENTES	17
A NIVEL INTERNACIONAL	17
A NIVEL NACIONAL	21
A NIVEL LOCAL	21
2.2. MARCO TEORICO - REFERENCIAL	22
2.2.1. BASES TEÓRICAS CIENTIFICAS.....	22
2.2.2. BASES CONCEPTUALES.....	26
2.2.3. DEFINICIÓN DE TERMINOS BASICOS	41
CAPITULO III.....	44
3. MARCO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
3.1. TIPO DE INVESTIGACION	44
3.2. POBLACION Y MUESTRA	44
3.3. HIPOTESIS	45
3.4. VARIABLES.....	45
3.5. OPERACIONALIZACION	46
3.6. METODOS, TECNICAS E INSTRUMENTOS	46

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

3.7. TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS	47
CAPÍTULO IV	48
4. PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS	48
PARTE I: GENERALIDADES DE LA EMPRESA	48
DATOS GENERALES DEL NEGOCIO	48
APORTES DE LOS SOCIOS	48
DEFINICION DEL NEGOCIO	49
IDEA DEL NEGOCIO	49
PARTE II: ANALISIS DEL ENTORNO	50
MACROAMBIENTE	50
MICROAMBIENTE	52
ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER	53
PARTE III: INVESTIGACION DE MERCADOS	56
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	56
FUENTES DE INFORMACION	56
METODOLOGIA	56
ACOPIO DE DATOS	58
PARTE IV: PLAN ESTRATEGICO	65
MISION	65
VISION	65
OBJETIVOS	65
VALORES	66
ANALISIS FODA	66
ESTRATEGIA DE NEGOCIO	70
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DE LA EMPRESA	72
PARTE V: PLAN DE MARKETING	78
MERCADO OBJETIVO	78
OBJETIVOS DE LA MERCADOTECNIA	79
MARKETING MIX	79
ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA	83
PARTE VI: PLAN DE OPERACIONES	78
OBJETIVOS DEL PLAN DE OPERACIONES	84
MAPEO DE PROCESOS	84

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

PARTE VII: PLAN DE CONTABILIDAD Y FINANZAS	91
OBJETIVOS.....	91
ANALISIS DE RESULTADOS DE FJULO DE CAJA	102
CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES	104
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	105
ANEXOS.....	106

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

INDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: ESTRATIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	45
TABLA N° 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	46
TABLA N° 3: APORTES DE LOS SOCIOS	48
TABLA N° 4: POBLACIÓN	63
TABLA N° 5: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	63
TABLA N° 6: MATRIZ EFI	67
TABLA N° 7: MATRIZ EFE	68
TABLA N° 8: ESTRATEGIAS DE NEGOCIO	70
TABLA N° 9: CUADRO ORGÁNICO DE CARGOS	72
TABLA N° 10: PRECIO DEL SERVICIO.....	81
TABLA N° 11: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	91
TABLA N° 12: INGRESO ANUAL POR TIPO DE SERVICIOS	92
TABLA N° 13: INGRESOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	93
TABLA N° 14: PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS	94
TABLA N° 15: GASTOS OPERATIVOS INDIRECTOS	95
TABLA N° 16: CONSULTORES	96
TABLA N° 17: PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	96
TABLA N° 18: RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	97
TABLA N° 19: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS	98
TABLA N° 20: FLUJO DE CAJA	99
TABLA N° 21: DEUDA.....	100
TABLA N° 22: CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	101

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO N° 1: PRODUCTO BRUTO INTERNO	51
GRÁFICO N° 2: VARIACIÓN PORCENTUAL PBI.....	51
GRÁFICO N° 3: ACTIVIDADES LOGÍSTICAS QUE DESARROLLA UNA EMPRESA	58
GRÁFICO N° 4: CUENTA CON UN ÁREA DE LOGÍSTICA	59
GRÁFICO N° 5: ES NECESARIO CONTAR CON UN ÁREA LOGÍSTICA	60
GRÁFICO N° 6: CONOCE ALGUNA EMPRESA QUE BRINDE EL SERVICIO.....	60
GRÁFICO N° 7: ES DIFÍCIL MANEJAR EL ÁREA LOGÍSTICA EN SU EMPRESA.....	61
GRÁFICO N° 8: HA PENSADO SOLICITAR SERVICIO DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO	61
GRÁFICO N° 9: CAPACITADO EN LOS SERVICIOS DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO.....	62
GRÁFICO N° 10: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	64
GRÁFICO N° 11: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	71
GRÁFICO N° 12: MERCADO OBJETIVO.....	78
GRÁFICO N° 13: CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL LOCAL	83
GRÁFICO N° 14: MAPEO DE PROCESOS	84
GRÁFICO N° 15: INTERACCIÓN DE SERVICIOS	85
GRÁFICO N° 16: REDISEÑO DEL ALMACÉN	86
GRÁFICO N° 17: CATALOGACIÓN DE MATERIALES	87
GRÁFICO N° 18: GESTIÓN DE NUEVOS PROVEEDORES.....	88
GRÁFICO N° 19: PROCESO DE APOYO.....	89
GRÁFICO N° 20: ESTRUCTURA Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	90

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: INVERSIÓN INTANGIBLE	107
ANEXO N° 2: INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	108
ANEXO N° 3: CAPITAL DE TRABAJO	109
ANEXO N° 4: DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD	110
ANEXO N° 5: DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO TANGIBLE	116
ANEXO N° 6: REINVERSIÓN 2014	118
ANEXO N° 7: REINVERSIÓN DEL AÑO 08.....	119
ANEXO N° 8: AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES	120
ANEXO N° 9: GASTO DE PUBLICIDAD.....	121
ANEXO N° 10: ENCUESTA	122
ANEXO N° 11: PORCENTAJE DE EMPRESAS POR SERVICIO	122

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

INTRODUCCION

El presente plan de negocios concentró sus esfuerzos en realizar un estudio de viabilidad de la idea de negocio denominada empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C., todo ello es el resultado de la investigación de mercados, con la cual se pudo detectar que existe una necesidad no satisfecha aún y que nosotros definitivamente queremos concretizar en una empresa de asesoramiento logístico en primera instancia en la localidad y porque no decirlo posteriormente a nivel nacional

Se pudo identificar una necesidad insatisfecha a la par de una serie de evidencias de disconformidad y preocupación manifestadas por la población muestral respecto a la gestión de sus servicios logísticos, la misma también expresa que no está de acuerdo con lo que están realizando las empresas consultoras de la región respecto a este rubro que prácticamente no está explorado, lo que constituye un nicho de mercado con gran potencial.

En el capítulo I, se describe y formula el problema de investigación, los objetivos que se desea lograr y se justifica el trabajo de investigación.

En el capítulo II, se enuncian algunos antecedentes relacionados con el problema de investigación y se estructura todo un marco teórico que fundamenta el presente trabajo.

En el capítulo III, se describe la metodología utilizada en el presente trabajo de investigación, el tipo y diseño de investigación, la población y muestra, la hipótesis y variables, así como la operacionalidad de las variables.

En el capítulo IV, se propone un plan de negocios para la creación de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.

Y finalmente, se describe las conclusiones a las que se arribó en el presente trabajo de investigación y se formulan algunas recomendaciones.

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En la sociedad actual, globalizada y altamente dinámica en la cual se desenvuelven las organizaciones, es necesario dar pasos lo más seguros para fundar o crear empresas y posteriormente gerenciarlas de la manera más efectiva posible.

Es ampliamente conocido que las empresas se crean sin ninguna consideración técnica y profesional; que además hay una carencia de empresas consultoras en el medio que se ocupen de las actividades de la vida organizacional y más aún de los temas logísticos.

Una de las herramientas claves en este contexto es diseñar un plan de negocios que proyecte todos los pormenores con que se relaciona la administración de una empresa, para que así de esta manera se pueda ver la factibilidad técnica, económica y financiera de la misma.

Además el plan de negocios es un plan para negociar, cuando se tiene la intención de iniciar un negocio. Asimismo, lo utilizan para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores para que aporten financiación al negocio.

Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario, intentará organizar una labor empresarial e implementar las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Es por esta razón que he creído conveniente realizar una investigación sobre la problemática existente, mediante la propuesta de un plan de negocios para la creación de una empresa de asesoramiento logístico en Cajamarca.

1.1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es la factibilidad económico - financiera para la creación de la empresa de asesoramiento logístico "Partners Forever" S.A.C.?

1.2 OBJETIVOS

1.1 General:

Determinar la factibilidad económico y financiera para la creación de la empresa de asesoramiento logístico "Partners Forever" S.A.C.

2.1 Específicos:

- Elaborar el plan de marketing.
- Elaborar el plan de estratégico
- Elaborar el plan de operaciones
- Elaborar el plan financiero

1.2 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA:

Este estudio es importante ya que va a permitir aportar al sistema organizacional de una herramienta importante de los negocios como es el plan de negocios en general y en particular uno de creación de una empresa de asesoramiento logístico para Cajamarca.

Perspectiva teórica: Se justifica, porque los aportes de la misma permitirán tener la posibilidad de mejorar la gestión de la mYPES, lo cual beneficiará al desarrollo de esta zona importante de la región Cajamarca y del país.

Perspectiva metodológica: Porque la investigación sigue los lineamientos básicos de la metodología de la investigación científica y la propuesta puede ser sometida a validez y confiabilidad, para medir la

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

gestión de las mypes de Cajamarca, así como servirá de referencia documental para la creación de las otras empresas consultoras y futuras investigaciones.

Perspectiva práctica: La presente investigación, pretende dar alcances estratégicos que contribuyan a la gestión competitiva de las mypes en general y de las empresas consultoras de asesoramiento logístico en particular y por que no decirlo, llamar la atención de las Universidades, Instituciones Educativas de la región y otros organismos relacionados con éstas Instituciones, y para ver de qué manera se puede contribuir con la solución de la realidad problemática de las mypes.

1.3 ALCANCE

El estudio analizó a las mypes del distrito de Cajamarca, provincia Cajamarca según la población muestral determinada, en virtud de sus necesidades logísticas para la creación de una empresa consultora de asesoramiento que satisfaga sus necesidades insatisfechas.

1.4 LIMITACIONES

La disponibilidad para entrevistarse con los microempresarios para realizar la recopilación de datos.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO – REFERENCIAL

2.1. ANTECEDENTES

A NIVEL INTERNACIONAL

Tito L. (2008), en su tesis titulada diseño de un plan de negocios para la creación de una consultora empresarial universitaria en la F.C.E.F.A de Oruro llega a las siguientes conclusiones.

La sociedad en general ha notado la crítica relación que impera entre si y la Universidad, hecho que se constata a través de una serie de demandas, sentido en el que es preciso dotar a la sociedad, específicamente al sector productivo empresarial de una institución de asistencia y apoyo accesible, confiable, con un alto grado de responsabilidad.

Por este motivo, con el afán de aportar en el desarrollo del departamento es que se realiza la propuesta de creación de la "Consultora Empresarial Universitaria" dentro de la F.C.E.F.A.

El presente proyecto, permitirá facilitar la gestión de las mypes en una primera instancia y de otros agentes económicos en lo posterior, beneficiando así no solo a los empresarios sino también a los universitarios de la F.C.E.F.A. en el proceso de aprendizaje científico – práctico mediante la realización de pasantías y tesis con empresas existentes en el medio.

El planteamiento del problema, se realizó con la siguiente pregunta:
¿Cuáles son los elementos necesarios a analizar para diseñar un Plan de Negocios para la creación de una Consultora Empresarial Universitaria dentro de la Facultad de Ciencias Económicas Financieras y Administrativas de la Universidad Técnica de Oruro?.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

El objetivo general fue determinar los elementos a analizar en el diseño de un plan de negocios para crear una consultora empresarial universitaria dentro de la Facultad de Ciencias Económicas Financieras y Administrativas de la Universidad Técnica de Oruro; mismo que fue alimentado en base a los siguientes Objetivos Específicos:

- Analizar las necesidades de los clientes potenciales, la competencia y los elementos de la mezcla de mercadotecnia a implementar en la Consultora Empresarial Universitaria.
- Determinar el proceso de servucción y los requerimientos de recursos para programar las operaciones de la entidad analizada.
- Realizar el estudio de organización de la Consultora Empresarial.
- Analizar las alternativas de fuentes de financiamiento, considerando la evaluación financiera del proyecto para conocer la factibilidad y sostenibilidad del mismo.
- La evaluación Social del proyecto a fin de conocer las bondades y beneficios atribuibles al mismo y así determinar aquella que reporte la mayor factibilidad para el negocio al menor costo social.

En correspondencia, se formuló la hipótesis. "el análisis de los elementos estudio de mercado, estudio de organización, estudio técnico y estudio económico-financiero, permitirá diseñar un plan de negocios para crear una consultora empresarial Universitaria dentro de la Facultad de Ciencias Económicas Financieras y Administrativas de la Universidad Técnica de Oruro".

Respecto a la metodología, se han utilizado el método inductivo, método deductivo, método comparativo, y de análisis.

Para el análisis y demostración de la hipótesis, la teoría define los elementos que se deben considerar para la elaboración de un plan de negocios. Estos se han ajustado de acuerdo a las necesidades de la presente investigación.

Como conclusión, la mezcla de servicios a ofertar es una combinación de cinco servicios: Dotación de Información sistematizada, asesoramiento y capacitación; promoción de negocios y emprendimientos, preparación de

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

planes de negocios y proyectos. Los precios oscilan entre 200 y 2000 Bs. De acuerdo a la complejidad en el proceso de servucción.

El lugar de entrega de los servicios de la consultora, serán los ambientes de la F.C.E.F.A.

En relación a la promoción del negocio, este se realizará por radio y televisión.

Se ha fijado un nivel de prestación de servicios de equilibrio de 630 mypes atendidas en un año. La organización que se ajusta a los requerimientos de la consultora, ha resultado ser una organización civil sin fines de lucro. También se ha determinado una misión, visión, objetivos y estrategia del negocio. La inversión necesaria para el proyecto asciende a Bs. 318.470,00.

Considerando la evaluación privada, el proyecto, ha resultado ser factible ya que muestra un VANP de 136.157,13 el VANS es de 889.119.

Para la primera fase de creación y funcionamiento de la Consultora Universitaria, la carrera por medio de la facultad, deberá lograr el financiamiento para la implementación del mobiliario y los equipos básicos para su funcionamiento. Para las siguientes etapas, de no ser posible el empleo de fondos de la facultad, se deberá gestionar financiamiento a la Universidad Técnica de Oruro que es la casa Superior de Estudios de la cual es parte la F.C.E.F.A. La U.T.O. previo análisis y aprobación del Honorable Concejo Universitario, que tendría la intuición de decidir incorporar este financiamiento dentro de presupuesto de gestión que se realiza anualmente para la Universidad; o en su caso prever la gestión del financiamiento por medio de recursos del Impuesto Directo a los Hidrocarburos, del cual dispone la Universidad para distintos proyectos de acuerdo a ley.

También existe la posibilidad de ejecutar el proyecto en forma concurrente ya sea con el Gobierno Municipal o Prefectural.

Finalmente, en función a los resultados obtenidos, se recomienda crear la Consultora Empresarial Universitaria, empleando las especificaciones técnicas presentadas en el presente trabajo a fin de evitar la improvisación y tener una herramienta de control.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

Gestionar el financiamiento para su creación, ante los distintos órganos financiadores universitarios y de gobierno, en pro de los resultados de la evaluación privada y social que han proporcionado indicadores altamente favorables de factibilidad.

Sevilla S. (2009); en su tesis plan de negocios para la creación e implementación de una empresa de servicios en consultoría administrativa dirigida a las pequeñas y medianas empresas del sector centro norte de la ciudad de Quito, llega al siguiente análisis conclusivo:

Identificada la necesidad de asesoramiento técnico profesional en las pymes de todo el país y en particular las de Quito, se plantea constituir una empresa que supla tales requerimientos y se vuelva un aliado estratégico de quienes componen este segmento de mercado representativo por su alto potencial y dinamismo hacia la economía en general; en base a lo cual se concluye sumado al estudio técnico - analítico respectivo la factibilidad y viabilidad de crear la empresa de servicios en consultoría y capacitación denominada TEAMPARTNERS.

Proyecto de creación de una empresa de consultoría y asesoría financiera para las pymes del sector autopartes Bogotanas. Proyecto para optar por el grado de administrador de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana. Resumen: El tipo de investigación es: Descriptiva y experimental. El desarrollo de las pequeñas y medianas empresas Colombianas (pymes) no es tan reciente como pareciera, por cuanto su evolución ha sido lenta, tenue y descuidada; sus primeros registros datan de principios de la década de los sesenta cuando el gobierno nacional mostró interés por estas firmas, por ser unidades de producción flexibles y con un componente importante de utilización de mano de obra en muchos sectores de la economía. No obstante, aún se les trata como un tema marginal, condenándolas al fracaso en la medida en que algunos agentes financieros han obstaculizado las fuentes de financiamiento y de consecución de recursos, tan importantes para este tipo de organizaciones, que por su tamaño y magnitud, no pueden participar de fuentes de financiación más asequibles y menos onerosas, lo cual les resta competitividad e incrementa la probabilidad de fracaso. Ahora bien,

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

como es sumamente difícil capacitar a los empresarios de estas organizaciones debido, principalmente, a su idiosincrasia y cultura, y a que esto demandaría grandes esfuerzos y costos ingentes, la creación de una empresa de consultoría y asesoría financiera, especializada en el sector de autopartes, que adelante la gestión financiera de las empresas, es una alternativa que emerge como una solución con las bondades propias de la tercerización.

A NIVEL NACIONAL

Tunque F. (2010). Arequipa, Perú. Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa dedicada al desarrollo organizacional de mypes en la región Sur. Tesis para obtener el grado de bachiller en Administración de Empresas en la Universidad Nacional San Agustín de Arequipa. Resumen: El tipo de investigación es exploratoria. En la ciudad de Arequipa, las pequeñas y micro empresas poseen ciertas dificultades, que son muy similares entre sí, el desorden interno es una de ellas. Este problema representa un gran costo para una empresa de este tipo, y peor aun cuando se piensa que ese mismo costo en realidad es insignificante.

Esto origina que una organización empresarial para estos pequeños negocios sea difícil de poder lograr, haciendo que nuestra mypes no logre los resultados esperados. Por ello el objetivo de la presente investigación es determinar la factibilidad de la implementación de una empresa dedicada al desarrollo organizacional de mypes en la región Sur, un proyecto de mejora dentro del sistema interno de una mype, dentro de sus áreas de trabajo, gerencia general, administración, ventas, logística entre otras, con las capacidades y los recursos de las mismas.

A NIVEL LOCAL

No existen estudios locales relacionados con el tema, por lo que se trata de una investigación que servirá de antecedente referencial para futuros estudios.

2.2. MARCO TEÓRICO – REFERENCIAL

2.2.1. BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

A. Teoría neoclásica¹

La Teoría neoclásica surgió en la década de los 50; los autores neoclásicos no forman propiamente una escuela definida, sino un movimiento heterogéneo, que recibe las denominaciones de escuela operacional o de proceso, definiendo esta teoría como un enfoque universal de la administración, que no es más que la actualización de la teoría clásica y una teoría ecléctica que aprovecha las otras teorías para su aplicación a las empresas de hoy. Para los autores neoclásicos la administración consiste en orientar, dirigir y controlar los esfuerzos de un grupo de individuos para lograr un objetivo en común. El buen administrador es el que posibilita al grupo alcanzar sus objetivos con un mínimo de recursos utilizados (*Idalberto Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración*).

Entre los representantes más connotados tenemos:

Druker P. (1909-2005): Nació en Austria, prácticamente inventó la moderna administración y se reconoce generalmente que desempeñó un importante papel en la formación del pensamiento administrativo. Fue el primero en hacer claro que “no business without a customer” (no hay negocios sin un cliente). Harold koontz fue consultor para organizaciones de negocios más grande de EEUU, es coautor de los principios de libro de gestión, su enfoque de administración fue la gestión de relaciones humanas (*Idalberto Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración*).²

O'Donnell C (1909-2005): Nació en Lincoln, Nebraska, Fue coautor del libro Principios de Gestión, en todos los libros de administración que publicó, definió gestión como un proceso que

¹ Chiavenato I. (2002). Administración en los nuevos tiempos. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá. Colombia.

² Chiavenato I. (2002). Administración en los nuevos tiempos. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá. Colombia.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

consiste en un conjunto de funciones interdependientes. William Newman: Agrega una sexta función a las enunciadas por Fayol, a la que llama: ejecución por parte de los administradores de tareas no delegadas (*Idalberto Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración*).³

Dentro de los objetivos que plantea esta teoría tenemos:

- *Énfasis en la práctica de la Administración:* Hace gran énfasis en los aspectos prácticos de la administración, por el pragmatismo y por la búsqueda de resultados concretos y palpables, sin dejar de lado los conceptos de la teoría clásica, esto quiere decir que la teoría solo tiene valor cuando se pone en práctica.
- *Reafirmación de los postulados clásicos:* Retoma gran parte de los conceptos de la teoría clásica, la redimensionan, reestructuran y la aplican de acuerdo con las circunstancias de la época dándole así una manera flexible y no rígida a la Administración.
- *Énfasis en los principios generales de administración:* Establecen normas de comportamiento de la administración, para el efecto retoman, los criterios clásicos de los principios de la teoría clásica, que ellos utilizaban como leyes científicas, en la búsqueda de soluciones administrativas prácticas.
- *Énfasis en los objetivos y en los resultados:* Toda organización existe para alcanzar objetivos y producir resultados, la organización debe estar determinada, estructurada y orientada en función de éstos.

Eclecticismo de la teoría neoclásica: Los autores neoclásicos, a pesar de basarse gran parte en la teoría clásica, son eclécticos y recogen el contenido de todas las teorías (*Idalberto Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración*).

³ Chiavenato I. (2002). Administración en los nuevos tiempos. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá. Colombia.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

Los autores neoclásicos recogen el contenido de casi todos los teoremas administrativos como: la teoría de las relaciones humanas, la teoría de la burocracia, la teoría estructuralista, la teoría del comportamiento, la teoría de la matemática, la teoría de los sistemas orientando al administrador en el desarrollo de sus funciones, los principios generales presentados bajo formas y contenidos variables por cada autor buscan definir como debe el administrador planear, dirigir, organizar y controlar el trabajo de sus subordinados. Surgieron por los autores de la teoría neoclásica 69 principios, pero, se enfocaron en los ya nombrados. Esta teoría ayudará a comprender la necesidad de planificar las actividades a través de instrumentos y técnicas como es el plan de negocios que proyecta el futuro de la creación de una empresa (*Idalberto Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración*).

B. Teoría de la política económica

A partir de una perspectiva más amplia que las dos anteriores, esta teoría concibe a las corporaciones desde un horizonte más trascendente, influido desde la complejidad de un gran sistema social, económico y político de la existencia de entes en la que se contempla, principalmente, las relaciones sociales de producción vinculadas con las partes afectadas dentro del sistema de intercambio productivo, previo análisis de las interacciones que resultan (*Jorge González Izquierdo, Enero 2012*)

Como sucede con la teoría de la legitimación, ésta también se enfoca institucionalmente, pero a un nivel más vasto y legislado, en el que la política económica de los gobiernos lleva a cabo un papel protagónico, en tanto que, los intereses de los participantes se benefician mediante los mecanismos del mercado que los vinculan, siendo muy relevante la injerencia que las empresas pueden tener en las propias normas establecidas (*Jorge González Izquierdo, Enero 2012*).

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

De la misma manera que la legitimación, la política económica favorece que las relaciones de la compañía con la sociedad sean muy estrechas y su influencia en las normas y perspectivas sociales rebasa a las que se entienden establecidas en la teoría anterior. La empresa debería fomentar una consideración más revolucionaria de la actuación de las organizaciones para proporcionar fiabilidad, confianza y transparencia a sus participantes de forma ordenada y obligatoria (*Jorge González Izquierdo, Enero 2012*).

Por ello se desprende que en esta teoría no basta ser consciente de su deber autorregulado, sino que también hay que acatar disposiciones imperativas que el estado impone sin restringirse únicamente a su actuación voluntaria y propositiva (*Jorge González Izquierdo, Enero 2012*).

Se contempla también, que la empresa puede tener un efecto no tan positivo en la sociedad a la que debe proporcionar bienestar observando leyes imperiosas, recomendadas y voluntarias, involucradas con el cumplimiento de su misión empresarial. En esta teoría las organizaciones tienen gran protagonismo e innegable control político (*Jorge González Izquierdo, Enero 2012*).

C. La teoría de la responsabilidad social empresarial.

La responsabilidad social es un conjunto de convicciones, actitudes y prácticas empresariales que permiten establecer un nuevo tipo de relaciones de la organización con su entorno, consiguiendo así un impacto adicional y benéfico para todos, tanto en los negocios, como en lo social, político y cultural de la sociedad en la que opera. (*SEOANEZ CALVO, M.; "Tratado de gestión del medio ambiente*).

Las empresas desarrollan actividades económicas para lograr sus fines y objetivos fundamentales, además de generar ingresos y utilidades. Estas actividades no pueden ser ajenas al desarrollo de la comunidad ni pueden ir en contra de su orden público o buenas costumbres. Deben cumplir una labor importante, de ser

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

generadoras del desarrollo del ambiente donde laboran y crear políticas de mejoramiento de vida, siendo de alguna forma de retribución a la comunidad que les provee de ingresos. Para poder sustentarse en el mundo de hoy, las empresas requieren que la comunidad les otorgue su aprobación (SEOANEZ CALVO, M.; *"Tratado de gestión del medio ambiente"*).

La responsabilidad social empresarial en el Perú constituye una pieza clave para el desarrollo sostenible no solo en las empresas, sino de la sociedad en su conjunto. Hoy en día las empresas deben ser conscientes que su desempeño dependen de la salud, estabilidad y prosperidades de las comunidades donde operan, por lo que debe contribuir a su desarrollo se desea subsistir (SEOANEZ CALVO, M.; *"Tratado de gestión del medio ambiente"*).

El aporte de esta teoría al desarrollo del trabajo de investigación radica en que nos permitirá comprender y concientizar sobre los temas de responsabilidad social empresarial que debe el investigador a diseñar el plan de negocios para la empresa consultora de asesoramiento y que de este modo pueda desarrollar sus actividades de una manera sostenida.⁴

2.2.2. BASES CONCEPTUALES

A. PLAN DE NEGOCIOS⁵

El plan de negocios es un plan para negociar, cuando se tiene la intención de iniciar un negocio. En ese caso, se emplea internamente para la administración y planificación de la empresa. Además, lo utilizan para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores.

Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario,

⁴ SEOANEZ CALVO, M.; *"Tratado de gestión del medio ambiente"*, Editorial San Marcos, Perú, 2001.

⁵ Harvard Business (2007) "Crear un plan de negocios". Impact media comercial. Santiago Chile.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

intentará organizar una labor empresarial e implementar las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Usualmente los planes de negocio quedan obsoletos, por lo que una práctica común es su constante renovación y actualización. Una creencia común dentro de los círculos de negocio es sobre el verdadero valor del plan, ya que lo desestiman demasiado, sin embargo se cree que lo más importante es el proceso de planificación, a través del cual el administrador adquiere un mejor entendimiento del negocio y de las opciones disponibles.

El prototipo del plan de negocio es:

1. Tener definido el modelo de negocio y sus acciones estratégicas.
2. Determinar la viabilidad económica – financiera del proyecto empresarial.
3. Definir la imagen general de la empresa ante terceras personas.

A diferencia de un Proyecto de Inversión, que ha sido un documento típico del análisis económico – financiero típico de la última parte del siglo XX, el plan de negocios está menos centrado en los aspectos cuantitativos e ingenieriles, aunque los contiene, y está más focalizado en las cuestiones estratégicas del nuevo emprendimiento, como una forma de asegurar su consistencia.

APLICACIONES

Las principales aplicaciones que presenta un plan de negocio son las siguientes:

- Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de promotores ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

- Facilita la obtención de la financiación bancaria, ya que contiene la previsión de estados económicos y financieros del negocio e informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia.
- Facilita la negociación con proveedores.
- Captación de nuevos socios o colaboradores.
- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazo.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.

PLAN DE NEGOCIO VS MODELO DE NEGOCIO⁶

Aunque este tipo de debate se centra en el último año en empresas de carácter tecnológico podemos extenderla a cualquier tipo de empresa, siempre y cuando, esta vaya a competir en un nicho de mercado cambiante, como viene siendo la inmensa mayoría hoy día. No siempre se entiende con exactitud la diferencia entre plan de negocio y modelo de negocio, y para explicarnos nos puede ser útil las palabras de Steve Blank donde nos dice:

“Los emprendedores generan un plan de negocios, una vez escrito es una colección de hechos. Una vez completado no sueles escuchar a la gente re-escribiendo su plan. En todo caso es considerado la culminación de todo lo que saben y creen. Es

⁶ Harvard Business (2007) “Crear un plan de negocios”. Impact media comercial. Santiago Chile.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

estático. En contraste, un modelo de negocio es diseñado para ser cambiado rápidamente para reflejar lo que se encuentra fuera del negocio. Es dinámico.

Resumiendo podemos destacar que un plan de negocio es un documento estratégico y estático sobre los pasos que seguirá la empresa en los próximos años y sobre lo que se pretende conseguir a nivel empresarial a diferencia del modelo de negocio que es dinámico y permite su modificación a lo largo del tiempo mientras se va validando (o no) las hipótesis iniciales a previas.

Una vez entendida la diferencia entre plan de negocio y modelo de negocio debemos entender completamente que son documentos diferentes y que en el mejor de los casos apunta a fines similares.

Por contra, dependiendo de las necesidades del futuro negocio, podrá existir ambos o sólo uno por ello siempre que se planifica la creación de una empresa hay que saber maximizar los recursos, hacer documentación sin propósito es una carga que no debería asumirse. ¿Cuál es la diferencia entre un plan y un modelo de negocio? Según lo leído en el artículo anterior un plan de negocios es un documento amplio conformado entre 50 y 100 hojas, pero independientemente de lo amplio, lo más rescatable de este es que contiene los aspectos a considerar al implementar un negocio, los aspectos claves que definirán el destino del negocio, este nos sirve principalmente para dos cosas. La primera para identificar la oportunidad de negocio y establecer el curso de acción que seguirá y la segunda para mostrarles a los inversionistas potenciales la oportunidad de negocio así como el costo que este implica y los resultados económicos estimados del mismo. No es necesario que un emprendedor desarrolle un plan de negocios pero si lo hace, este tendrá la ventaja de analizar su propuesta de negocio de una manera ordenada. En cambio un modelo de negocio es una propuesta innovadora y por lo tanto crea un valor agregado para la empresa, el producto puede no ser innovador por sí mismo, pero las propuestas y estrategias que se utilizan para su comercialización si pueden serlo. Concluyendo de lo anterior en un

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

plan de negocios se establecen los aspectos a considerar al implementar un negocio y que definirán el curso de este y en un modelo de negocio se implemente estrategias para darle un valor agregado a la empresa y por ende al producto o servicio para diferenciarlo de la competencia. ¿Qué vínculos existen entre este último y la creación de valor? El modelo de negocio es un replanteamiento del plan de negocios ya existente, por esta razón el modelo de negocio crea estrategias innovadoras para darle un valor a la empresa que no se había tomado en cuenta en el plan de negocios, como el artículo lo menciona un plan de negocio puede tener varios tipos de modelo de negocios pero se debe implementar el que cree mayor valor para la empresa y por ende para el producto.

B. LOGÍSTICA⁷

Es definida por la RAE como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución. En el ámbito empresarial existen múltiples definiciones del término logística, que ha evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo del arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información.

La logística es fundamental para el comercio. Las actividades logísticas conforman un sistema que es el enlace entre la producción y los mercados que están separados por el tiempo y la distancia.

La logística empresarial, por medio de la administración logística y de la cadena de suministro, cubre la gestión y la planificación de las actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, mantenimiento y distribución.

⁷ Anaya (2011). Logística integral. La gestión operativa de la empresa. Editorial AlfaOmega editores 4ta edición.

ORIGEN DE LA LOGÍSTICA:

ANTECEDENTES Y LOGÍSTICA MILITAR⁸

Prácticamente desde el principio de los tiempos de la civilización, los productos que la gente desea o no se producen en el lugar donde se quieren consumir o no están disponibles cuando se desea consumirlos. Por aquel entonces, la comida y otros productos existían en abundancia sólo en determinadas épocas del año. Al principio, la humanidad tuvo que optar por consumir los productos en el lugar donde se encontraban o transportarlos a un lugar determinado y almacenarlos allí para uso posterior. Como no existía un sistema desarrollado de transporte y almacenamiento, el movimiento de los productos se limitaba a lo que una persona podía acarrear, y el almacenamiento de los productos perecederos era posible solamente un período corto. Este sistema de transporte y almacenamiento obligaba a las personas a vivir cerca de los lugares de producción y a consumir una gama bastante pequeña de productos o servicios.

Cuando los sistemas logísticos empezaron a mejorar, el consumo y la producción fueron separándose geográficamente. Las distintas zonas se especializaron en lo que podían producir más eficientemente. Así, el exceso de producción se pudo enviar de forma rentable a otras regiones y los productos que no se fabricaban en la zona pudieron importarse.

OBJETIVOS PRINCIPALES

La misión fundamental de la logística empresarial es colocar los productos adecuados (bienes y servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a la rentabilidad.

La logística tiene como objetivo la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad. Se encarga de la gestión de los medios necesarios para alcanzar este objetivo

⁸ Casanovas A. (2003) Logística empresarial. Ediciones Gestión 2000. Barcelona-España.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

(superficies, medios de transportes, informática...) y moviliza tanto los recursos humanos como los financieros que sean adecuados.

Garantizar la calidad de servicio, es decir la conformidad con los requisitos de los clientes, da una ventaja competitiva a la empresa. Hacerlo a coste menor permite mejorar el margen de beneficio de la empresa. Conseguirlo garantizando la seguridad permite a la empresa evitar sanciones pero también comunicar en temas actuales como el respeto del medio ambiente, los productos éticos. Estos tres parámetros permiten explicar el carácter estratégico de la función logística en muchas empresas (la presión del entorno crea la función). Actualmente los directores de logística son miembros de los comités de dirección de las empresas y reportan a los accionistas. De miembro, producto etc...

Los dominios de responsabilidad de los logísticos son variados: operacionales (ejecución), tácticos (organización de la empresa) y estratégicos (planes estratégicos, prospectiva, responsabilidad y conocimiento).

CADENA LOGÍSTICA⁹

En negocios o en cualquier tipo de empresa la logística puede tener un enfoque (interno o externo) que cubre el flujo desde el origen hasta la entrega al usuario final. Todo ello al mínimo coste global para la empresa.

Existen dos etapas básicas de logística:

- Una optimiza un flujo de material constante a través de una red de enlaces de transporte y de centros del almacenaje.
- La otra coordina una secuencia de recursos para realizar un determinado proyecto.

Los sistemas de flujo logístico se optimizan generalmente para una de varias metas: evitar la escasez de los productos (en sistemas militares, especialmente referido al combustible y la munición),

⁹ Casanovas A. (2003) Logística empresarial. Ediciones Gestión 2000. Barcelona-España

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

reducir al mínimo el coste del transporte, obtener un bien en un tiempo mínimo o almacenaje mínimo de bienes (en tiempo y cantidad). El flujo logístico es particularmente importante en la fabricación just in time (justo a tiempo) en la cual el gran énfasis se pone en reducción al mínimo del stock. Una tendencia reciente en grandes cadenas de distribución es asignar estas metas a los artículos comunes individuales, más que optimizar el sistema entero para un objetivo determinado. Esto es posible porque los planes describen generalmente las cantidades comunes que se almacenarán en cada localización y éstos varían dependiendo de la estrategia. El método básico de optimizar un sistema de estándar de distribución es utilizar un árbol de cobertura mínima de distribución para diseñar la red del transporte, y después situar los nodos de almacenaje dimensionados para gestionar la demanda mínima, media o máxima de artículos. Muy a menudo, la demanda está limitada por la capacidad de transporte existente fuera de la localización del nodo de almacenaje. Cuando el transporte fuera de un punto del almacenaje excede su almacenaje o capacidad entrante, el almacenaje es útil solamente para igualar la cantidad de transporte por unidad de hora con objeto de reducir picos de carga en el sistema del transporte.

FUNCIONES DEL ÁREA DE LOGÍSTICA¹⁰

La función logística se encarga de la gestión de los flujos físicos (materias primas, productos acabados...) y se interesa a su entorno. El entorno corresponde en este caso a:

- Recursos (humanos, consumibles, electricidad, etc.)
- Bienes necesarios a la realización de la prestación (almacenes propios, herramientas, camiones propios, sistemas informáticos, etc.)
- Servicios (transportes, almacén, subcontratados, etc.)

La función logística gestiona directamente los flujos físicos e indirectamente los flujos financieros y de información asociados.

¹⁰ Casanovas A. (2003) Logística empresarial. Ediciones Gestión 2000. Barcelona-España

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

Los flujos físicos son generalmente divididos entre los "de compra" (entre un proveedor y su cliente), "de distribución" (entre un proveedor y el cliente final), "de devolución" (logística inversa).

LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN¹¹

La logística de distribución incluye la gestión de los flujos físicos hoy conocida como DFI (**Distribución Física Internacional**), de información y administrativos siguientes:

- La previsión de la actividad de los centros logísticos
- El almacenamiento
- El traslado de mercancías de un lugar a otro del almacén con los recursos y equipos necesarios
- La preparación de los pedidos o la ejecución de cross docking (tránsito)
- Algunas veces, la realización de pequeñas actividades de transformación del producto (kitting, etiquetado...)
- El transporte de distribución hasta el cliente.
- El flujo correcto de los bienes para que se pueda realizar la relación costo/beneficio.

LOGÍSTICA INVERSA¹²

La logística inversa incluye la gestión de los flujos físicos, de información y administrativos siguientes:

- Recogida del producto en las instalaciones del cliente.
- Puesta en conformidad, reparación, reintegración en stock, destrucción, reciclaje, embalaje y almacenaje.

Principales indicadores, KPI de la logística

Los indicadores deben permitir:

- Mensurar el rendimiento de las organizaciones (proveedores, transportadores, almacenes reguladores, servicios logísticos...)

¹¹ Bastos B. (2004) Distribución logística y comercial. Editores Ideas Propias S.L. Barcelona España.

¹² Bastos B. (2004) Distribución logística y comercial. Editores Ideas Propias S.L. Barcelona España.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

- Gestionar la actividad en relación con los objetivos principales del oficio (nivel de servicio, stock, coste, productividad...)

EJEMPLO DE INDICADORES DE STOCK¹³

- Evolución de la cobertura de stock.
- Evolución de la demanda.
- Evolución de la obsolescencia.
- Evolución de valores.
- Rotación de mercancía.
- Duración del inventario.
- Valor económico del inventario.
- Exactitud de los inventarios.

**EJEMPLO DE INDICADORES DE LA FUNCIÓN DE COMPRAS
Y SUMINISTRO¹⁴**

- Fiabilidad de la planificación
- Plazo de entrega
- Tasa de disponibilidad
- Tasa de servicio
- Evolución del número de pedidos o de líneas de pedidos
- Certificación de proveedores

**EJEMPLO DE INDICADORES DE ALMACENAMIENTO Y
BODEGAJE¹⁵**

- Seguimiento del absentismo
- Evolución del volumen tratado en cada proceso del almacén
- Seguimiento de la utilización de las capacidades
- Tasa de servicio de cada proceso
- Mejor producción para la empresa
- Costo de unidad almacenada
- Costo de unidad despachada
- Costo metro cuadrado
- Unidades despachadas o acondicionadas por empleados

¹³ Bastos B. (2004) Distribución logística y comercial. Editores Ideas Propias S.L. Barcelona España.

¹⁴ Bastos B. (2004) Distribución logística y comercial. Editores Ideas Propias S.L. Barcelona España.

¹⁵ Bastos B. (2004) Distribución logística y comercial. Editores Ideas Propias S.L. Barcelona España.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

- Costo de despachos por empleado
- Nivel de cumplimiento de despachos

EJEMPLO DE INDICADORES DEL TRANSPORTE

- Seguimiento de la utilización de las capacidades
- Seguimiento del coste por unidad de transporte, por ruta de transporte, vale decir valorización de condiciones óptimas
- Tasa de servicio
- Nivel de Servicio
- Órdenes despachadas a tiempo
- Tiempos de entrega
- Daño en el transporte o daño de fábrica
- Participación por transporte o vía de embarque
- Costo de distribución global y por transporte contra la venta mensual o anual
- Costo operativo por conductor.

ACTORES DE LA LOGÍSTICA¹⁶

La especialización de la logística se traduce en el crecimiento de la parte subcontratada. Así, las empresas industriales y comerciales se concentran en sus oficios (core business).

Se puede clasificar los operadores logísticos pero también las empresas clientes en función del grado de externalización de sus logísticas.

- *Los 1PL (First Party Logistics):* Sub – contratado del transporte.
- *Los 2PL (Second Party Logistics):* Externalización del transporte y del almacenamiento
- *Los 3PL (Third Party Logistics):* Externalización de la resolución de problemáticas más globales: puesta en marcha de herramientas, puesta a disposición de conocimientos y sistemas para conseguir el objetivo.

¹⁶ Bastos B. (2004) Distribución logística y comercial. Editores Ideas Propias S.L. Barcelona España.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

- *Los 4PL (Fourth Party Logistics)*: Externalización más amplia, el operador se responsabiliza de la optimización de una cadena global incluyendo su cliente, sus clientes y los proveedores de su cliente.

C. EMPRESAS CONSULTORAS¹⁷

La consultoría de empresas puede enfocarse como un servicio profesional o como un método de prestar asesoramiento y ayuda práctica. Es indudable que se ha transformado en un sector específico de actividad profesional y debe tratarse como tal. Simultáneamente, es también un método de coadyuvar con las organizaciones y el personal de dirección en el mejoramiento de la gestión y las prácticas empresariales, así como del desempeño individual y colectivo.

ORÍGENES Y DESARROLLO

La consultoría se remonta a los orígenes de las relaciones humanas. Es el momento de la comprobación mediante la deliberación de cualquier asunto que requiera prudencia. Constituye la reflexión en busca de una respuesta a través de los consejos más adecuados.

Los registros antropológicos definen como rasgo común al surgimiento de las sociedades humanas el surgimiento de individuos aceptados como guías, que aconsejaron a sus comunidades en todos los temas, desde las relaciones internas a la comunidad, hasta las acciones para organizar las cacerías o la guerra, incluyendo los aspectos de la salud física y psicológica. Por lo tanto, podemos concluir que el consejo viene de la tradición chamánica, que también dio origen a los hombres sagrados (sacerdotes).

Según el profesor Paulo Ricardo Becker Jacinto, en la antigua Grecia, los sacerdotes del oráculo de Delfos daban sus consejos con base en sus observaciones sistemáticas e inteligentes de los fenómenos naturales, eran entendidas en aquella época como

¹⁷ Gonzales F. (2003) Creación de empresas. Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales. Editorial. Pirámide. Barcelona- España.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

predicciones de seres elegidos por los dioses y dotados de poderes especiales. Fue en este ambiente que surgieron los primeros filósofos y el ideal de la búsqueda del conocimiento y la comprensión racional del mundo y de la humanidad a través de la ciencia.

No fue hasta principios del siglo XX que el consultor llegó a ganar los patrones de actividad ahora bien definidos y caracterizados. Especialmente en los años 40 y 50 en los Estados Unidos y Europa Occidental hubo importantes avances en la sistematización del trabajo de consultoría con lazos muy técnicos y científicos, junto con la experiencia y con base en teorías, pero siempre con un enfoque en soluciones prácticas.

Se puede concluir que la consultoría es la transmisión del conocimiento y la experiencia de un hombre o de un equipo de expertos hacia otros con el objetivo de alcanzar más fácilmente una meta humana. Esencialmente, es la búsqueda constante de conocimiento preparado para el beneficio de otros. En las palabras de Peter Becker "*Consulting* en su mejor momento es un acto de amor: el deseo de ser verdaderamente útil a los demás. Usar lo que se sabe, o se siente, o se sufre en el camino para disminuir la carga de los demás."

FASES DE LA CONSULTORÍA¹⁸

Iniciación (preparación inicial):

- Primeros contactos con el cliente
- Diagnostico preliminar
- Planear el cometido
- Propuesta de tareas
- Contrato

Diagnostico

- Descubrir los hechos

¹⁸ Gonzales F. (2003) Creación de empresas. Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales. Editorial Pirámide. Barcelona- España.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

- Análisis y síntesis
- Examen detallado del problema.

Planificación de medidas (plan de acción)

- Elaborar soluciones
- Evaluar opciones
- Propuesta al cliente
- Planear la aplicación de medidas

Aplicación (implementar)

- Contribuir a la aplicación
- Propuesta de ajustes
- Capacitación

Terminación

- Evaluación
- Informe final
- Establecer Compromisos
- Planes de seguimiento
- Retirada

D. 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Quando en un sector de la industria hay muchas ganancias y muchos beneficios por explorar entonces no tardará la llegada de nuevas empresas para aprovechar las oportunidades que ofrece ese mercado, y como es obvio lanzarán sus productos, aumentará la competencia y bajará la rentabilidad (Carlos Valda, 2012).

Lo mismo sucede con otros sectores mientras se vean atractivos pues las empresas tratarán de sacar provecho a las oportunidades del mercado y maximizar sus ganancias, pero también hay que tener en cuenta que existen barreras de entrada que prácticamente son elementos de protección para las empresas que pertenecen a la misma industria tales como alto requerimiento de capital, altos costos de producción, falta de información, saturación del mercado, etc.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

La existencia de barreras de entrada viene acompañada con los costos hundidos como la inversión en activos, costos por estudio de mercado, entre otros. Son costos que una empresa no podrá recuperar cuando decida salir del sector (Carlos Valda, 2012).

Amenaza de posibles productos sustitutos

Un producto sustituto es aquel que satisface las mismas necesidades que un producto en estudio.

Constituye una amenaza en el mercado porque puede alterar la oferta y la demanda y más aún cuando estos productos se presentan con bajos precios, buen rendimiento y buena calidad. Los productos sustitutos obligan a las empresas a estar en alerta y bien informados sobre las novedades en el mercado ya que puede alterar la preferencia de los consumidores (Carlos Valda, 2012).

Podér de negociación de los clientes

Concentración de clientes: Los clientes exigen de acuerdo a las necesidades del mercado y cada vez exigen más calidad.

Volumen de compras: Mientras mayor sea el número de compras del cliente mayores serán las ventas de los proveedores para producir los bienes que satisfacen las necesidades del cliente.

Diferenciación: Los clientes prefieren productos de mayor calidad siempre y si no es así el poder de negociación de los clientes aumenta y exigen más (Carlos Valda, 2012).

Información acerca del proveedor: Si el cliente tiene más información sobre el producto ya sea en calidad o precios podrá compararlo con el de la competencia.

Identificación de la marca: El consumidor reconoce la marca de su preferencia por qué se diferencia de otras.

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

Productos sustitutos: Si existe mayor cantidad de productos sustitutos el consumidor puede influir mucho más en los precios (Carlos Valda, 2012).

Rivalidad entre competidores existentes

De acuerdo con Porter, ésta quinta fuerza es el resultado de las cuatro fuerzas anteriores y la más importante en una industria porque ayuda a que una empresa tome las medidas necesarias para asegurar su posicionamiento en el mercado a costa de los rivales existentes.

Actualmente en la mayoría de sectores existe la competencia y para derrotarla hay que saber controlar muy bien el macro y microambiente y sobre todo si queremos sobrevivir en el mercado tenemos que diferenciarnos del resto y posicionarnos sólidamente (Carlos Valda, 2012).

2.2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS¹⁹

A. ASESORAMIENTO

Es el acto de proporcionar consejo y orientación a un paciente o a la familia de un paciente. Ayuda al paciente a reconocer y a manejar las tensiones y facilita las relaciones interpersonales.

Proviene del latín *consultus* que significa asesoramiento; es la acción y efecto de asesorar o asesorarse. Este verbo hace referencia a dar o recibir consejo o dictamen. La noción de asesoramiento está vinculada a la de consultoría .

B. EMPRESA.

Una empresa es una organización, institución o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

¹⁹ http://www.businesscol.com/productos/glosarios/administrativo/glosario_administrativo_a.html

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

C. EMPRESA CONSULTORA

Las empresas consultoras o empresas de consultoría son empresas de servicios profesionales con experiencia o conocimiento específico en un área, que asesoran a otras empresas, a grupos de empresas, a países o a organizaciones en general.

D. LOGÍSTICA

El término "*logística*" (del inglés: *Logistics*) ha sido tomado del ámbito militar para ser utilizado en el mundo empresarial como el término que, en un sentido general, se refiere: 1) al posible flujo de los recursos que una empresa va a necesitar para la realización de sus actividades; y 2) al conjunto de operaciones y tareas relacionadas con el envío de productos terminados al punto de consumo o de uso. Por tanto, no es una exageración el decir que el éxito final de un proyecto depende en una buena parte, de la logística.

E. PLAN

Es un documento sistemáticamente diseñado en el que proyecta el futuro de algún proyecto, organización o persona.

F. PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios es un plan para negociar, cuando tiene la intención de iniciar un negocio. En ese caso, se emplea internamente para la administración y planificación de la empresa.

G. PLAN ESTRATÉGICO

Es un documento en el que los responsables de una organización (empresarial, institucional, no gubernamental, deportiva,...) reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el medio plazo. Por ello, un plan estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 2 y 5 años (por lo general, 3 años).

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

H. PLAN DE MARKETING

Es un documento escrito en el que de una forma estructurada se definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado y se detallan las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzarlos en el plazo previsto. Utilizando un símil cinematográfico, el plan de marketing es el guión de la película, pues permite saber qué es lo que tiene que hacer y decir cada actor (personal del departamento de marketing) en cada momento. Su elaboración no es un trabajo puntual y administrativo, sino que requiere de un proceso previo de estudio, reflexión y toma de decisiones.

I. PLAN DE OPERACIONES

En el plan de operaciones se explica el proceso de producción que sigue hasta llegar al producto final, o bien, la forma en la que prestar el servicio, en su caso, que tendrá la empresa. Estos aspectos se describen de forma detallada, puesto que determinarán los recursos necesarios (humanos, materiales,...) que condicionarán la estructura organizativa de la empresa y su repercusión en los costes de la misma.

J. PLAN FINANCIERO

Esta herramienta le permite a emprendedores y empresarios tener una versión cuantificada de su idea negocio, trazar objetivos, encontrar la manera más adecuada de llevar lo planeado a la realidad y generar credibilidad ante los inversionistas. En resumen, puede decirse que es el mapa que contiene la dirección a seguir para alcanzar las metas en el plano económico.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

EN FORMA GENERAL: DESCRIPTIVO Y EXPLICATIVO

El trabajo de investigación tiene un nivel de investigación:

Descriptivo: Porque se describe la situación actual de las empresas de asesoramiento logístico en Cajamarca, además tiene un nivel de investigación.

Explicativa: Porque se basa en determinar cuáles son las posibles causas que originen la necesidad de creación de una empresa de servicio logístico en Cajamarca, con la finalidad de proponer un plan de negocios que pueda permitir solventar la problemática existente en Cajamarca.

EN FORMA ESPECÍFICA: TRANSVERSAL – NO EXPERIMENTAL.

Es transversal – no experimental, porque los estudios se realizarán en un determinado periodo de tiempo sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observarán los fenómenos en su actuación en el ámbito logístico para después analizarlos.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA:

POBLACIÓN

La población de estudio está conformada por 2660 empresas obtenidas de la base de datos de Mundo empresarial 2012. De esta cantidad se determinó que para Cajamarca corresponde 1442 empresas a la cual se dedujo 81.40 % quedando como población 268 empresas.²⁰

MUESTRA

Para la elaboración de la muestra; se empleó el Método de Ajuste de Error Muestral, el cual dio por resultado una muestra 90 empresas, con un nivel de confianza del 95% y margen de Error del +-5%.

²⁰ Porcentaje del mundo empresarial de la provincia de Cajamarca. Fuente: Recursos SAC.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

$$N = \frac{Z^2 \cdot P \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Entonces:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot 268}{(0.05)^2 \cdot (268-1) + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = 135$$

AJUSTE MUESTRAL

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

$$n = \frac{135}{1 + \frac{135}{268}}$$

$$n = 90$$

Tabla N° 01

Estratificación de la población muestral

N°	TIPO DE EMPRESA	Cantidad
1	Almacenes de productos de primera necesidad	15
2	Empresas ferreteras	15
3	Fábricas productoras	15
4	Empresas prestadoras de servicios a la minería	15
5	Empresas de comunicaciones	10
6	Talleres automotrices	10
7	Empresas de transportes	10
Total		90

1.8 HIPÓTESIS GENERAL

El diseño de un plan de negocios determinará la factibilidad de la creación de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.

1.9 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN:

Variable Independiente

Plan de negocios.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

Variable Dependiente

Factibilidad de la creación de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

TABLA N° 02

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS UTILIZADOS
<u>Independiente</u> Plan de negocios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plan marketing ▪ Plan estratégico ▪ Plan de operaciones ▪ Plan financiero 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demanda ▪ Análisis FODA ▪ Mapa procesos 	Encuestas, Apreciación
<u>Dependiente:</u> Factibilidad de la creación de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Indicadores económicos ▪ Indicadores financieros 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ VAN ▪ TIR ▪ Rentabilidad 	Apreciación

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

3.6. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

MÉTODOS

La investigación se realizó a través de la aplicación de los métodos de investigación que a continuación se indican:

▪ **INDUCTIVO:**

Porque se partirá de las opiniones de los empresarios de Cajamarca respecto a las empresas de consultoría logística para generalizar en el diagnóstico de la necesidad de diseñar un plan de negocios que alivie la carencia percibida en estudio preliminar.

• **DEDUCTIVO**

Este método científico fue utilizado para la elaboración del marco teórico, en el cual se partirá de bases teorías científicas y conceptuales generales para explicar la problemática específica.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

- **ANALÍTICO – SINTÉTICO:**

Porque se hizo una descomposición del todo en sus partes (muestra poblacional) para estudiarlo y luego explicar los resultados en función del tema de la investigación.

El método analítico se apoya en que para conocer un fenómeno, que en este caso es la percepción de los empresarios de Cajamarca respecto a la necesidad de la existencia de una empresa consultora de logística, es necesario descomponerlo en sus partes.

El método sintético se relaciona con unir sistemáticamente los elementos heterogéneos de un fenómeno con el fin de encontrar las individuales de la cosa observada en este caso los distintos aspectos que consideran en las encuestas.

TÉCNICAS

La técnica a empleado fue la encuesta

INSTRUMENTO

El instrumento elegido fue el cuestionario

3.7. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Se realizó un análisis y evaluación de la Información para cada variable e indicador.

El procesamiento se realizó computarizado a través del software Excel.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

CAPÍTULO IV

**4. PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO**

PARTE I: GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1 Datos Generales del Negocio

Nombre Comercial : Partners Forever S.A.C.
Razón Social : Empresa de asesoramiento logístico
Partners Forever S.A.C.
Representante Legal : Milton Alaya Lozano
Dirección : Jr. El inca N° 629 – Cajamarca
Teléfono : 076-342710
Página Web : www.partnersforeverlogistic.com.pe
Correo Electrónico : partnersforeverlogistic@gmail.com
Slogan : "Orientado a la mejores prácticas logísticas
para nuestros clientes"

1.2 Aportes de los socios

TABLA N° 03

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	APORTE	%
1	Alaya Lozano Milton	4,213.97	33.33
2	Castrejón Calua María Elena	4,213.97	33.33
3	Rodríguez Sánchez Ever	4,213.97	33.33
	TOTAL	12,641.91	100.00

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

1.3 Definición del negocio

La empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C., se dedicará a brindar soluciones desde una posición cercana al cliente, para entender cada una de sus necesidades; ayudando a definir y mejorar sus procesos logísticos proponiendo soluciones y estrategias que permita maximizar su rentabilidad.

La empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C., se basa en identificar los centros de coste logísticos clave de cada cliente, detectar sus ineficiencias y finalmente, diseñar e implantar sus mejoras.

Los servicios que ofrecerá Partners Forever S.A.C. Son cuatro, tal como se indica:

- Reestructuración de inventarios.
- Rediseño de almacén.
- Catalogación de materiales e Insumos.
- Gestión de nuevos proveedores.

1.4 Idea de negocio

Nombre : Empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.

Naturaleza : Servicio de asesoramiento logístico a las mypes.

Ubicación : Jr. El inca N° 629 – Cajamarca

PARTE II: ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1 MACROAMBIENTE

El análisis o diagnóstico del entorno se realizó a todo un conjunto de factores o variables que influyen positiva o negativamente con su actuación a las organizaciones, en este caso la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.

A través del análisis de entorno se detectó oportunidades y amenazas a las cuales tendrá que enfrentarse nuestra empresa de servicios logísticos.

Factores Políticos y Legales

Los factores políticos – legales son los referentes a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica.

En los factores político – legales podemos observar cierta importancia de los aspectos referentes a las ideologías y partidos políticos relevantes, pues normalmente los partidos de derecha o centro-derecha tienden a favorecer a las empresas rebajando los impuestos directos, y acentuando los indirectos, de forma que esto beneficia a los empresarios y por tanto a beneficiaría a nuestra empresa, teniendo en cuenta que la tendencia del gobierno actual y los posibles tienen y tendrán esa misma orientación neoliberal.

En el actual gobierno la política de inversión privada se ve muy bien auspiciada pues es lo que están tratando de motivar la actividad. Prueba de ello por ejemplo es la nueva ley de mypes el D.Leg.1086 y la Ley General de sociedades N° 26887.

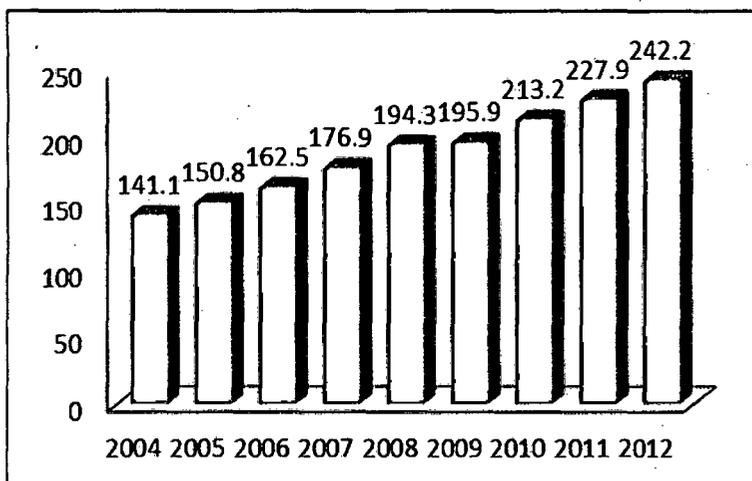
**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

Factores Económicos

Producto Bruto Interno

Gráfico N° 01

Producto Bruto Interno (índice 1994=100)

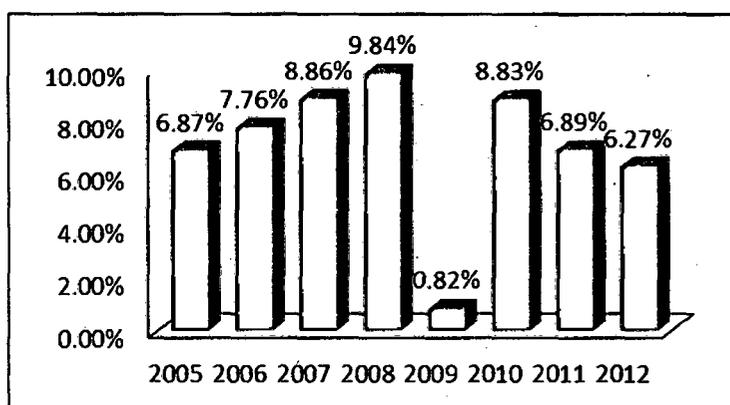


Fuente: www.bcrp.gob.pe

Gráfico N° 02

Producto Bruto Interno (índice 1994=100)

Variación Porcentual



Fuente: www.bcrp.gob.pe

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGÓCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

El producto bruto interno (PBI) creció 4.3% en diciembre del 2012, acumulando una expansión de 5.9% durante el cuarto trimestre del 2012. De esta manera podemos observar en el gráfico N° 1, el PBI registró un crecimiento de 6.27% durante el año 2012, según datos oficiales del Banco Central de Reserva e INEI. Asimismo podemos observar que el crecimiento del PBI durante los últimos años ha tenido una tendencia creciente y una variación positiva e importante, salvo el año 2009, esto debido a la crisis que se destapó en los EEUU, lo cual tuvo un impacto en todo el mundo y el Perú no estuvo ajena a ello. Cabe mencionar que una de las principales variables que dinamiza el PBI del Perú es el consumo interno y según datos de proyección del BCRP e INEI; el PBI seguirá creciendo los dos años siguientes a una tasa aproximada del 6%, esto es una buena señal para dar un sustento de estabilidad macroeconómica en nuestro país.

2.2 MICROAMBIENTE

Los elementos o fuerzas que influyen en la empresa, en su capacidad para satisfacer a los clientes son:

El Mercado

Este factor es atractivo según podemos ver en los resultados de la investigación de mercados que nos señala claramente que la tendencia de crecimiento para los próximos años será del 11% anual, lo cual representa una gran oportunidad de negocios en este negocio inexplorado hasta ahora tanto a nivel local, regional y nacional, que permitirá a nuestra empresa en un futuro cercano ser pionera y seguramente ocasionara la aparición de empresas de rubro similar que se convertirán en competencia que por ahora no existe.

Los Clientes

Los clientes potenciales de nuestra empresa identificada según estudio de mercado son: Fábricas de producción en general, distribuidoras ferreteras, grandes almacenes de productos de primera necesidad, grandes talleres de máquinas automotrices, librerías, empresas de comunicaciones, empresa de transportes, empresas mineras, etc.

Todas estas empresas se caracterizan por el manejo de gran cantidad de materiales en inventarios y almacenes.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

La Competencia

En cuanto a la competencia, dentro del departamento de Cajamarca no existe una empresa formalmente constituida que se dedique directamente al asesoramiento logístico, por lo cual se ha tomado como referencia a empresas que brindan servicios similares, que se muestran a continuación:

- a. **RANSA:** Considerada competencia directa. Pertenece al Grupo Romero, tiene su sede principal en la ciudad de Lima, tiene la característica más resaltante de brindar alternativas de solución. Sus servicios son: Consultoría y proyectos.
- b. **VENTURA Y BRENNER:** Considerada competencia indirecta. Tiene su sede principal en la ciudad de Lima, dentro de sus fortalezas se puede acotar de que cuenta con una gran cartera de clientes. Los servicios que ofrecen son: Gestión en la modalidad de inventarios y capacitación al personal.
- c. **YOBEL:** Considerada como competencia potencial. Tiene su sede principal en la ciudad de Lima, dentro de sus características se puede mencionar que tiene sedes a nivel de Sudamérica. Los servicios que ofrece son: Consultoría, outsourcing – in house y outsourcing.
- d. **ACCEL:** Considerada como competencia potencial. Tiene su sede principal en ciudad de México D.F; dentro de sus características, realiza actividades en todo México y parte de Estados Unidos. Los servicios que ofrece: Soluciones mediante outsourcing y administración de inventarios secos y refrigerados.

En cuanto a la competencia, tanto con Yobel como Ransa, manejan un servicio basándose en lo concerniente a consultoría, el cual creemos en algunas circunstancias, podría remplazar el nuestro y por lo tanto sería una competencia indirecta que tendríamos que analizar para implementar des estrategias más pertinentes.

2.3. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE MICHAEL PORTER

A. Poder de negociación de los compradores o clientes

Si en un sector de la economía entran nuevas empresas, la competencia aumentará y provocará una ayuda al consumidor logrando que los precios de los productos de la misma clase disminuyan; pero también ocasionará un aumento en los costos, ya que si la organización desea mantener su nivel en el mercado deberá realizar gastos adicionales. Esta amenaza depende en el caso de nuestra empresa por la misma situación que no hay competencia directa, entonces el poder de negociación de los compradores será bajo ya que existen muchas empresas demandantes y pocos oferentes del servicio de asesoramiento logístico. Prácticamente solo encontramos competencias indirecta, es decir; productos sustitutos. Como concepto de nuestro producto que se indica en su descripción anterior tendrá como característica fundamental la diferenciación lo cual constituye una ventaja diferencial que seguramente será percibido con un grado de exclusividad.

B. Poder de negociación de los proveedores o vendedores

El poder de negociación se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria.

La capacidad de negociar con los proveedores, se considera generalmente alta en este rubro ya que hablamos de profesionales altamente especializados y con cierta experiencia que en este caso particular de nuestra empresa no es tan significativo porque nosotros como futuros licenciados en administración estamos capacitados para gerenciar nuestra empresa.

C. Amenaza de nuevos entrantes

En el mercado operan muy pocos competidores, y es probable la entrada de nuevos actores pero a mediano y largo plazo debido a que no existen profesionales especializados en logística. Algunos factores que definen esta fuerza a favor de nuestra empresa de asesoramiento logístico son

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

las siguientes: (existencia de barreras de entrada, valor de la marca, ventajas en la curva de aprendizaje y expectativas sobre el mercado).

D. Amenaza de productos sustitutos

La marca de nuestra empresa será difícil de copiar ya que requiere por un lado experiencia y por conocimiento de mercado lo cual en este caso particular nos ofrecerá una muy alta rentabilidad a favor de Partners Forever S.A.C. ya que nuestros integrantes cuenta con la experiencia en el rubro.

E. Rivalidad entre los competidores

Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa. En este caso particular de nuestra empresa no existe competencia directa y solo algunas indirectas lo cual favorecerá notablemente al desarrollo y éxito empresarial de nuestra idea de negocio.

PARTE III: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1 Objetivos de la investigación

Determinar el mercado objetivo del negocio.

3.2 Fuentes de información

Fuentes primarias:

Los ejecutores del proyecto realizaron encuestas para obtener información del mercado.

Fuentes secundarias:

- Número de empresas en el departamento de Cajamarca al 2012.
Fuente: Recursos SAC.
- Porcentaje del mundo empresarial de la provincia de Cajamarca.
Fuente: Recursos SAC.
- Tamaño de las empresas en el Perú por ingresos. Fuente: Recursos SAC.
- Tasa de crecimiento empresarial del departamento de Cajamarca.
Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). Estadísticas: Crecimiento Empresarial en los Departamentos. www.sunat.gob.pe.
- Mundo empresarial en el Perú por actividad económica.
Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). Elaboración: SUNAT – Intendencia Nacional de Estudios Tributarios y Planeamiento.

3.3 Metodología

Tipo de investigación

Esta investigación en general es de tipo exploratoria

De acuerdo al fin que se persigue: Básica

De acuerdo al diseño de investigación: Descriptiva y explicativa

Técnicas de recolección de información

- Encuesta

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

Población de estudio

Se decidió considerar para el estudio de mercado, el mundo empresarial del departamento de Cajamarca, el cual está conformado por 2660 empresas al año 2012, tomado entre medianas, pequeñas y microempresas. Esta población refleja la totalidad del mundo empresarial del departamento de Cajamarca, para lo cual, según el mercado objetivo al que apunta el proyecto de inversión de forma inicial tomaremos en consideración solamente la provincia de Cajamarca que es representada por el 54.2% y tiene por resultado a 1442 empresas, para poder determinar la población se le disminuyó el 81.40% que es igual a 268 empresas. (Fuente: Mundo Empresarial en el Perú por Actividad Económica elaborado por Superintendencia Nacional de Administración Tributaria –SUNAT- 2010)

Muestra de estudio

Para llevar a cabo el estudio de mercado del plan de negocios de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.; se tomó en consideración para el método de elaboración de la muestra; el método de muestreo probabilístico el cual dio por resultado una muestra 90 empresas, con un nivel de confianza del 95% y margen de error del +-5%.

Aplicación de la encuesta

La encuesta fue aplicada entre el 13 y 17 de abril del año 2013, dentro de la ciudad de Cajamarca.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

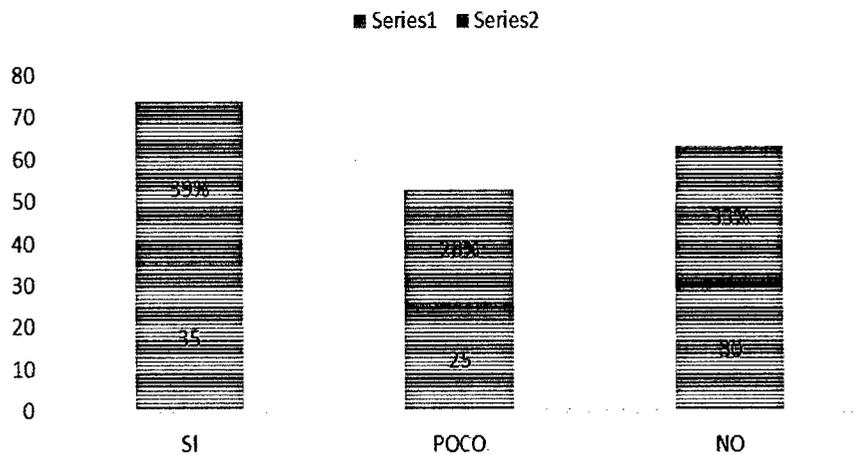
3.4 Acopio de datos

Procesamiento e interpretación de datos

1. ¿Conoce Ud. Sobre las actividades logísticas que desarrolla una empresa?

Gráfico N° 03

**¿CONOCE UD. LAS ACTIVIDADES LOGÍSTICAS
QUE DESARROLLA UNA EMPRESA?**



Fuente: Empresa en estudio

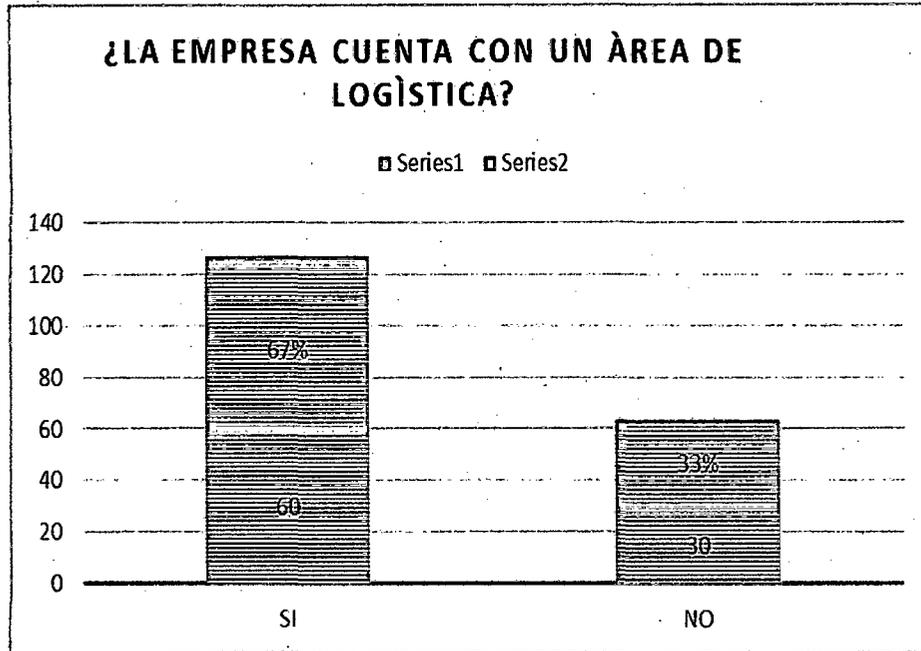
Autor: Elaboración propia

De las 90 encuestas aplicadas a los futuros clientes, 35 (39%) respondieron que si conocen las actividades logísticas que desarrolla una empresa, 25 empresas (28%) respondieron que conocen poco al respecto, mientras que 30 (33%) respondieron que no conocen. Esta situación que viven las empresas para nosotros es algo alentador ya que permitirá tener muchas oportunidades de negocio.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

2. ¿Su empresa cuenta con un área de logística?

Gráfico N° 04



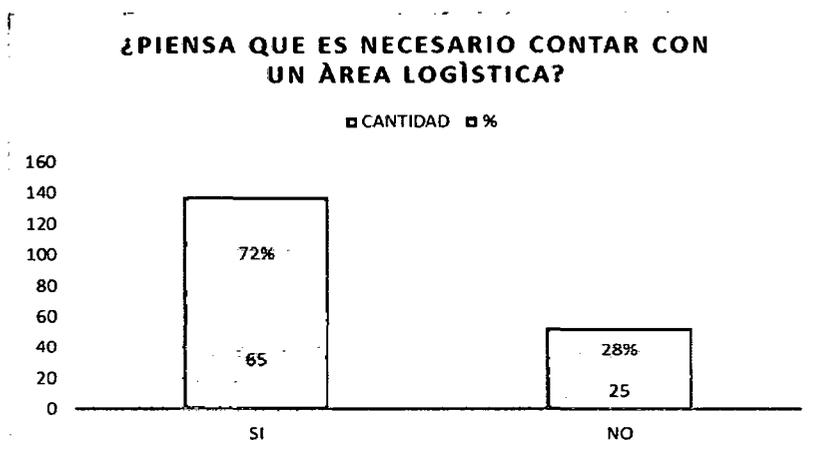
Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

De las 90 encuestas aplicadas a los futuros clientes, 60 (67%) respondieron que si cuentan con área de logística en su empresa, mientras que 30 (33%) respondieron que no cuentan con un área y que las actividades logísticas fundamentalmente de compras y almacenaje lo realiza el gerente. Esta situación también es alentadora para nosotros ya que permitirá tener oportunidades de negocio.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

3. ¿Piensa Ud. Que es necesario contar con un área de logística?

Gráfico N° 05

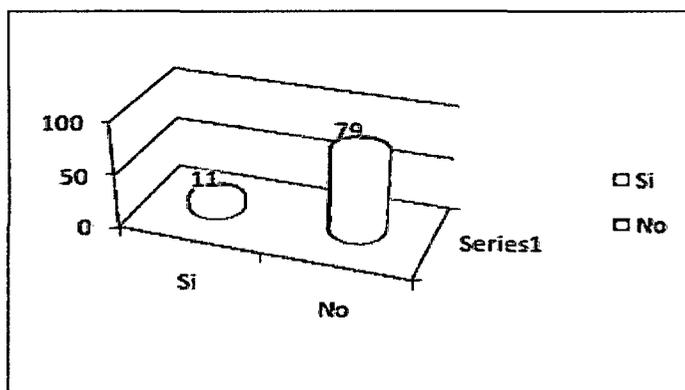


Fuente: Empresa en estudio
Autor: elaboración propia

De las 90 encuestas aplicadas a los futuros clientes, 65 (72%) respondieron que si es necesario contar con una área de logística en su empresa, mientras que 25 (28%) respondieron que no es necesario contar con un área logística seguramente porque las actividades lo realiza el gerente.

4. ¿Sabe de alguna empresa que brinde servicios de asesoramiento logístico en Cajamarca?

Gráfico N° 06



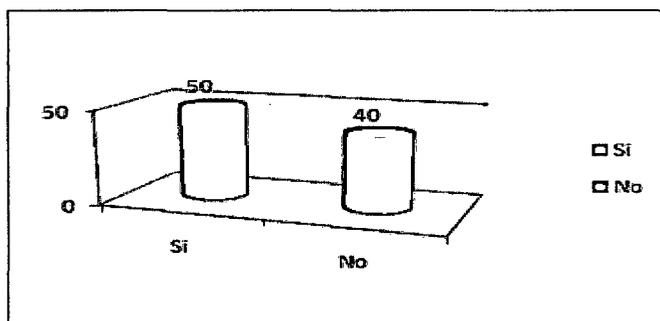
Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

De las 90 encuestas aplicadas a los futuros clientes, 11 dijeron si conocer de empresas que brinden el servicio de asesoramiento logístico, lo cual representa el 12%, mientras que 79 dijeron que no conocían lo cual representan el 88 %.

5. ¿Es difícil manejar el área de logística en su empresa?

Gráfico N° 07

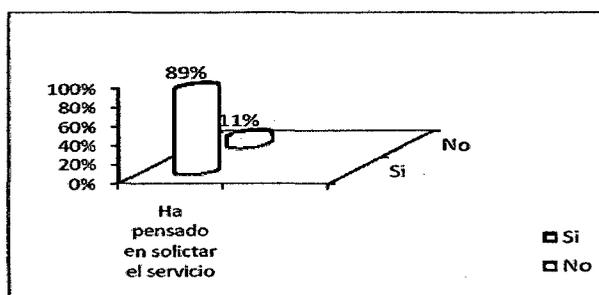


Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

De las 90 encuestas aplicadas a los futuros clientes, 50 dijeron tener un área logística, lo cual representa el 56%, mientras 40 dijeron no contar con un área logística lo cual representa el 44%.

6. ¿Ha pensado en solicitar el servicio de una empresa de asesoría logística en alguna oportunidad?

Gráfico N° 08



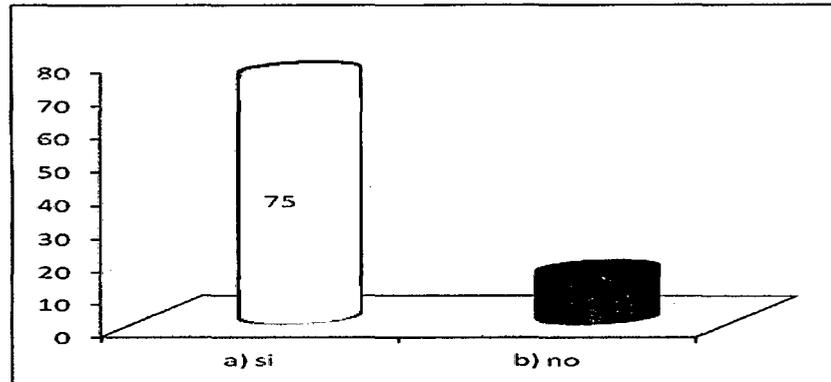
Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

De las 90 encuestas aplicadas a los futuros clientes, 80 piensan en contratar los servicios de una empresa de asesoramiento logístico lo cual representan el 89%, mientras, que 10 no piensan contratar los servicio de una empresa de asesoramiento logístico lo cual representa el 11%.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

7. ¿Desearía ser capacitado en los servicios de asesoramiento logística?

Gráfico N° 09



Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

De las 90 encuestas aplicadas a los futuros clientes, 75 desean ser capacitados en los servicios que la empresa de asesoramiento logístico ofrece, mientras, que 15 no piensan ser capacitado.

3.5 Proyección de la Demanda

Nuestro mercado objetivo está representado por las micro empresas, aquellas que tienen ingresos por ventas menores a US\$30,000 y trabajadores de 10 a menos.

Pequeñas y medianas empresas, aquellas que tiene ingresos entre US\$60,000 y US\$750,000 anuales y en cuanto a trabajadores, entre 11 a 50. (Según fuente de Sunat, Cámara de Comercio).

Para el año 2012 las empresas que por el rubro no demandarían el servicio, tales como:

- Empresas de turismo y hotelería
- Intermediación financiera
- Entidades públicas y seguridad social
- Empresas de generación de energía y educación

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

Tabla N° 04

Población

POBLACION		
Empresas departamento	80.41%	2660
Empresas provincia	54.20%	1442
Empresas del rubro	18.60%	268

Fuente: Tasa de Crecimiento Empresarial del Departamento de Cajamarca. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (www.sunat.gob.pe.).

Tabla N° 05

Proyección de la demanda

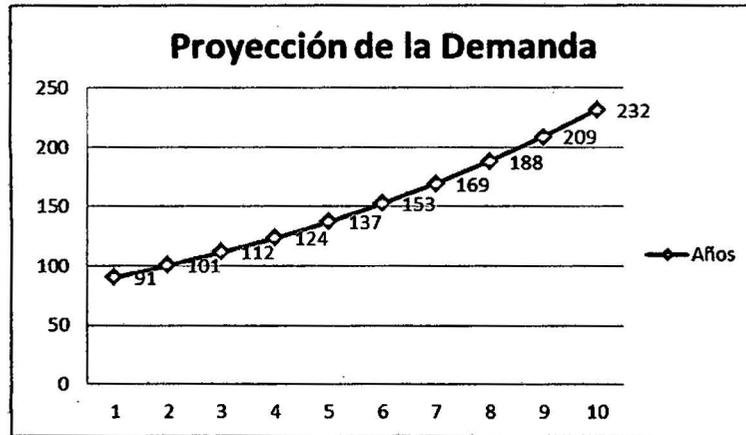
	TASA	11%
	Demanda anual	74
	Años	DEMANDA
0	2013	82
1	2014	91
2	2015	101
3	2016	112
4	2017	124
5	2018	137
6	2019	153
7	2020	169
8	2021	188
9	2022	209
10	2023	232

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

Gráfico N° 10



Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

PARTE IV: PLAN ESTRATÉGICO

4.1 Misión

Somos la única empresa Cajamarquina dedicada a brindar asesoramiento logístico a las mypes de nuestra localidad evocados a optimizar las actividades y procesos logísticos logrando así reducir sobrecostos, sobre tiempo y una mejora en la atención del cliente, lo cual se refleja en el aumento de sus utilidades.

4.2 Visión

Ser la primera empresa Cajamarquina dedicada a brindar asesoramiento logístico a las mypes con la generación de sucursales en norte del Perú, minimizando costos y maximizando rentabilidad en los negocios de nuestros clientes.

4.1 Objetivos

4.3.1 Objetivo general

- ✓ Implantar confianza en los clientes y garantizar su satisfacción total. Hacerles saber que nuestra intención es convertirnos en sus socios estratégicos.
- ✓ Mantener actualizado al personal en las últimas tecnologías y software logísticos disponibles en el mercado logrando así brindar un servicio de calidad.

4.3.2 Objetivos específicos

- Alcanzar un incremento del 5% de las utilidades anuales.
- Incrementar la participación en el mercado local, en un 5% a través de la prestación de nuestros servicios.
- Lograr mantener motivado e identificado a cada uno de nuestros trabajadores, mediante una política de constantes capacitaciones e incentivos económicos.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

4.4 Valores

Los Valores que tendremos en cuenta para fortalecer a nuestros servicios son:

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Flexibilidad
- Calidad
- Competitividad
- Entusiasmo
- Seriedad
- Espíritu de equipo
- Discreción
- Honestidad
- Personalización

1.10 Análisis FODA

Fortalezas:

1. Equipo altamente calificado en logística
2. Oferta de 4 servicios innovadores
3. Primera empresa de asesoría logística
4. Networking con la Cámara de Comercio

Debilidades:

1. Nuevos en el mercado
2. Falta de personal de contingencia
3. Falta de experiencia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

TABLA N° 6: MATRIZ EFI

Esta matriz permitirá realizar la evaluación de los factores internos de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C. en la siguiente matriz:

FACTORES	PESO	CALIFI- CACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Equipo altamente calificado en logística	0.15	4	0.60
2. Oferta de 4 servicios innovadores	0.15	4	0.60
3. Primera empresa de asesoría logística	0.15	3	0.45
4. Networking con la Cámara de Comercio	0.15	3	0.45
SUB TOTAL	0.60		2.10
DEBILIDADES			
1. Nuevos en el mercado	0.15	2	0.30
2. Falta de personal de contingencia	0.10	1	0.10
3. Falta de experiencia	0.15	2	0.30
SUB TOTAL	0.40		0.70
TOTAL	1		2.85

Fuente: Empresa en Estudio.

Autor: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que los valores ponderados por debajo de 2.50 caracterizan a las organizaciones que son débiles en lo interno. Los valores por arriba de 2.50 indican una posición muy fuerte, en otras palabras que se capitalizan mejor las fortalezas internas y se neutralizan las debilidades.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

Oportunidades:

1. Actividad minera
2. Aumento de la actividad empresarial en un 11%.
3. Problemas logísticos, dentro del clúster minero y empresarial en general.
4. Iniciativa por parte de las empresas a demandar el servicio de Outsourcing

Amenazas:

1. Que la competencia potencial y directa, se repotenciara en nuestra localidad.
2. Falta de inversión privada como pública.
3. Que las empresas desarrollen sus propias áreas de logística, evitando tercerizar.

TABLA N° 7: MATRIZ EFE

Esta matriz permite realizar la evaluación de los factores externos de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C en la siguiente matriz:

FACTORES	PESO	CALIFI- CACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
2. Actividad minera	0.15	4	0.60
3. Aumento de la actividad empresarial en un 11%.	0.15	3	0.45
4. Problemas logísticos, dentro del clúster minero y empresarial en general.	0.15	4	0.60
5. Iniciativa por parte de las empresas a demandar el servicio de Outsourcing	0.15	3	0.45
SUB TOTAL	0.60		2.10

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

AMENAZAS			
1. Que la competencia potencial y directa, se repotenciara en nuestra localidad.	0.15	2	0.30
2. Falta de inversión privada como pública.	0.15	1	0.15
3. 1QQue las empresas desarrollen sus propias áreas de logística, evitando tercerizar.	0.10	1	0.10
SUB TOTAL	0.40		0.55
TOTAL	1		2.65

Fuente: Empresa en Estudio.

Autor: Elaboración propia

Si la sumatoria de la columna de peso ponderado fuese 2.50 o mayor se considera que la tendencia es positiva, es decir que hay mayores oportunidades que amenazas en el horizonte de una organización, pero si el resultado fuese inferior a 2.50, las condiciones del entorno externo son peligrosas para el desarrollo de las actividades de una organización.

En base a lo que plantean los especialistas en temas de planeamiento estratégico y analizando el resultado de la tabla podemos decir que la situación de la empresa de asesoramiento logístico "Partners Forever" S.A.C es positivo en su relación con su entorno externo porque su calificación promedio ponderada es 2.65, lo cual es satisfactoria ya que se encuentra por encima del 2.50 que es una condición favorable en un análisis de la matriz EFE. Esta situación del comportamiento de los factores externos seguramente que permitirá a los propietarios de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C trabajar con mayor tranquilidad.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

4.6 Estrategias del negocio

Tabla N° 08

FODA	<p>Oportunidades: O1. Actividad minera O2. Aumento de la actividad empresarial en un 11%. O3. Problemas logísticos, dentro del clúster minero y empresarial en general. O4. Iniciativa por parte de las empresas a demandar el servicio de Outsourcing</p>	<p>Amenazas: A1. Que la competencia potencial y directa, se repotenciara en nuestra localidad. A2. Falta de inversión privada como pública. A3. Que las empresas desarrollen sus propias áreas de logística, evitando tercerizar.</p>
<p>Fortalezas: F1 Equipo altamente calificado en logística F2.Oferta de 4 servicios innovadores F3. Primera empresa de asesoría logística F4. Networking con la Cámara de Comercio</p>	<p>F1, F2, O4: Contar con un equipo capacitado ofrecer los servicios a las empresas a través del outsourcing. F2, O3: Con el personal calificado solucionar los problemas logísticos de las empresas. F4, O1: Asociarnos con la cámara de comercio para aprovechar la actividad minera.</p>	<p>(F3, A1, A3): Elaborar categorías de los servicios para las diferentes necesidades de los clientes y evitar a la competencia. (F1, A1): Promocionar nuestra empresa para posicionarla en el mercado y evitar la competencia.</p>
<p>Debilidades: D1. Nuevos en el mercado D2. Falta de personal de contingencia D3. Falta de experiencia</p>	<p>D1, D2, O2: Implementar un plan de contingencia del personal para aprovechar el aumento de la actividad empresarial.</p>	<p>(D1, D3, A1, A3) Asociarnos con empresas de productos complementarios.</p>

Fuente: Empresa en Estudio.

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

La empresa **PARTNERS FOREVER S.A.C.**, busca el desarrollo de una estrategia de diferenciación y reducción de costos, pues sabe que con ella puede lograr una ventaja competitiva mediante la creación de un servicio diferente que al cliente le agrade de la mejor manera. Y así la empresa tenga la capacidad de cargarle un precio excepcional que el cliente esté dispuesto a pagar, porque crea que el servicio lo vale la pena.

Nuestras estrategias para poder llegar a lograr los objetivos planteados son los siguientes:

Estrategia de entrada

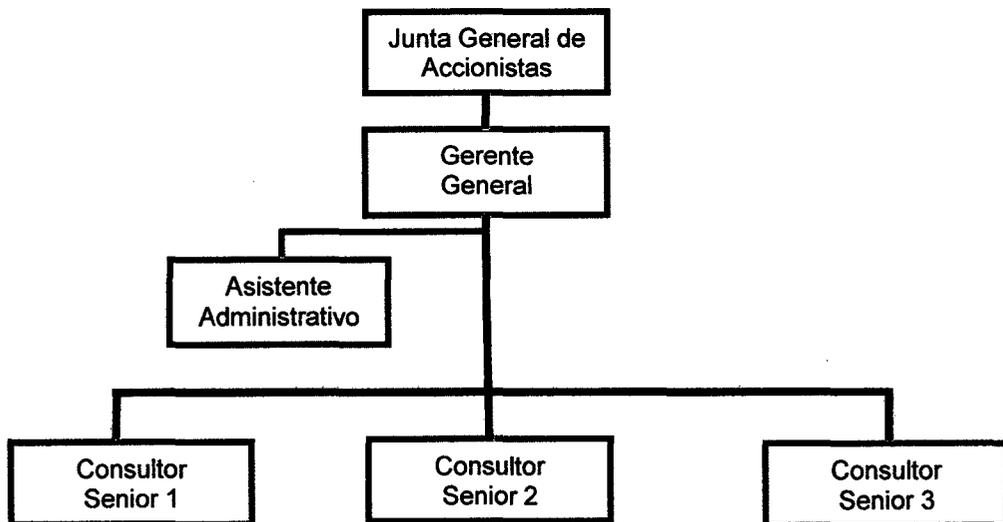
De forma global estamos evocados a la reducción de costos, diferenciación y mejora de los procesos logísticos, mediante un servicio personalizado confiable, dinámico y sobre todo de calidad.

Estrategia de crecimiento

Fortalecer nuestros procesos y lineamientos organizacionales, de la mano de capacitación y entrenamiento constante para cada uno de nuestros trabajadores.

**4.7 Organigrama estructural de la Empresa De ASESORAMIENTO
LOGÍSTICO PARTNES FOR EVER S.A.C.**

Gráfico N° 11



Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

4.8 Manual de organización y funciones de la empresa

Estructura orgánica

5.8.4 Órganos dirección

- ❖ Junta General de Accionistas

5.8.5 Órganos ejecutivos

- ❖ Gerencia General

5.8.6 Órganos de staff

- ❖ Asistente administrativo

5.8.7 Órganos operativos

- ❖ Consultores seniors

Tabla N° 09

CUADRO ORÁNICO DE CARGOS

CÓDIGO	CARGO	PLAZAS
ÓRGANO DIRECTIVO		
JGA	Junta General de Accionistas	01
ÓRGANOS EJECUTIVOS		
GG	Gerente General	01
ÓRGANOS DE APOYO O STAFF		
AA	Asistente Administrativo	01
ÓRGANOS DE OPERATIVOS		
VEOF	Consultores Seniors	03
	TOTAL	06

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

4.8.5. Descripción de las funciones de las unidades orgánicas

A continuación se describen las funciones específicas, líneas de autoridad y responsabilidad de cada cargo que existe en las diversas áreas de la empresa.

ÓRGANO DIRECTIVO

Descripción de funciones

DEPENDENCIA	:	Empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.
ÓRGANO	:	Junta General de Accionistas
DENOMINACIÓN	:	Accionistas

AUTORIDAD Y RELACIÓN

Reporta a	:	Ninguno
Tiene autoridad sobre	:	Gerencia General
Coordina con	:	
A menor nivel	:	Gerencia General

Funciones básicas

En cumplimiento del Estatuto, tiene las siguientes funciones:

- ✓ Convocar a reuniones ordinarias y extraordinarias, en cumplimiento al Estatuto, para evaluar la buena marcha de la Empresa y de sus negocios.
- ✓ Convocar a reunión una vez al año, dentro de los tres meses siguientes a la terminación del ejercicio económico anual, con el objeto de aprobar la gestión social, las cuentas sociales del ejercicio anterior y el plan de conducción de negocios sociales para el próximo ejercicio y cualquier otro asunto de interés para la empresa.
- ✓ Aprobar y desaprobado las cuentas y el balance general de cada ejercicio económico anterior y los demás actos y acciones que la Ley General de Sociedades N° 26887 y el Estatuto le confiere.
- ✓ Disponer la aplicación de las utilidades después de cada ejercicio económico.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

- ✓ Transferir sus acciones, a los otros accionistas y/o a terceros de acuerdo al Estatuto.
- ✓ Modificar la estructura social, de acuerdo al Estatuto.
- ✓ Disolver y liquidar la empresa, de acuerdo al Estatuto.
- ✓ Aumentar o disminuir el capital y/o incorporación de nuevos accionistas a la sociedad.
- ✓ Decidir sobre los demás asuntos que requiera la sociedad.

ÓRGANO EJECUTIVO

Descripción de Funciones

DEPENDENCIA	:	Empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.
ÓRGANO	:	Gerencia General
DENOMINACIÓN	:	Gerente General

AUTORIDAD Y RELACIÓN

Reporta a	:	Junta General de Accionistas.
Tiene autoridad sobre:	:	Asistente administrativo y consultores seniors.
Coordina con	:	
A menor nivel	:	Asistente administrativo

Funciones básicas

- ✓ Administrar y representar sin limitación alguna a la empresa.
- ✓ Ejecutar facultades mancomunadas para la administración de bienes, muebles e inmuebles.
- ✓ Ejecutar acciones de supervisión y control interno.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones técnico-administrativas, que regulen el funcionamiento de la empresa.
- ✓ Presentar el Plan de Trabajo, para una mejor conducción de la empresa, formulando y proponiendo planes de desarrollo.
- ✓ Formular y aprobar las cuentas contables así mismo, velar por la presentación en forma oportuna de éstas.
- ✓ Administrar rigurosamente, el flujo de efectivo.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

- ✓ Convocar las reuniones de trabajo, para recoger opiniones, en beneficio de la buena marcha empresarial.
- ✓ Adquirir artículos requeridos por la empresa, en la calidad y cantidad debida, pactando el precio y forma de pago; de acuerdo al presupuesto aprobado.
- ✓ Atender permanente a clientes potenciales, cuando el caso lo requiera.

Requisitos para el cargo

- ✓ Profesional universitario en administración de empresas
- ✓ Diplomados en administración logística
- ✓ Capacitación permanente
- ✓ Experiencia laboral de 1 año en empresas similares.

ÓRGANOS DE STAFF

Descripción de funciones

DEPENDENCIA	:	Empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.
ÓRGANO	:	Asistente administración
DENOMINACIÓN	:	Asistente administrativo

AUTORIDAD Y RELACIÓN

Reporta a	:	Gerencia General
Tiene autoridad sobre:	:	Ninguno

Coordina con

A mayor nivel	:	Gerencia General
A menor nivel	:	Consultores seniors.

Funciones básicas

- ✓ Colaborar en la preparación del plan de trabajo, para una mejor conducción de la empresa.
- ✓ Apoyar en acciones de supervisión y control interno.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones técnico-administrativas, que regulen el funcionamiento de la empresa.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

- ✓ Participar en reuniones de trabajo, para coordinar y recoger opiniones, en beneficio de la buena marcha empresarial.
- ✓ Atender preferentemente a clientes potenciales cuando el caso lo requiera.
- ✓ Ejercer, buen trato y motivación al personal; y con ello facilitar y desarrollar el potencial humano de sus empleados, para que se desempeñen con éxito.

Requisitos para el Cargo

- ✓ Profesional Universitario con título en administración de empresas.
- ✓ Diplomado en gerencia de ventas y atención al cliente
- ✓ Diplomado en logística
- ✓ Capacitación permanente
- ✓ Experiencia laboral de 1 año en empresas similares.

ÓRGANOS OPERATIVOS

Descripción de funciones

DEPENDENCIA	:	Empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C.
ÓRGANO	:	Consultor Seniors
DENOMINACIÓN	:	Consultor Seniors

AUTORIDAD Y RELACIÓN

Reporta a	:	Gerencia General
Coordina con		
A mayor nivel	:	Gerencia General
A igual nivel	:	Consultores seniors
A menor nivel	:	Asistente administrativo

Funciones básicas

- ✓ Mantener buena presencia personal, ser amable, mostrar seguridad al momento de atender las consultas de los clientes actuales y potenciales y ser atento mostrando conocimientos y generando confianza y optimismo.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

- ✓ Apoyar en la recepción de clientes.
- ✓ Visitar nuevos clientes y ofertar la gama de servicios
- ✓ Formular oportunamente las cotizaciones de los equipos requeridos.
- ✓ Aperturar carpetas por cada uno de los clientes
- ✓ Elaborar cotizaciones de trabajos de consultoría.

Requisitos para el cargo

- ✓ Estudios superiores universitarios en administración
- ✓ Diplomado en administración logística
- ✓ Capacitación permanente
- ✓ Experiencia laboral mínima de 1 año.

PARTE V: PLAN DE MARKETING

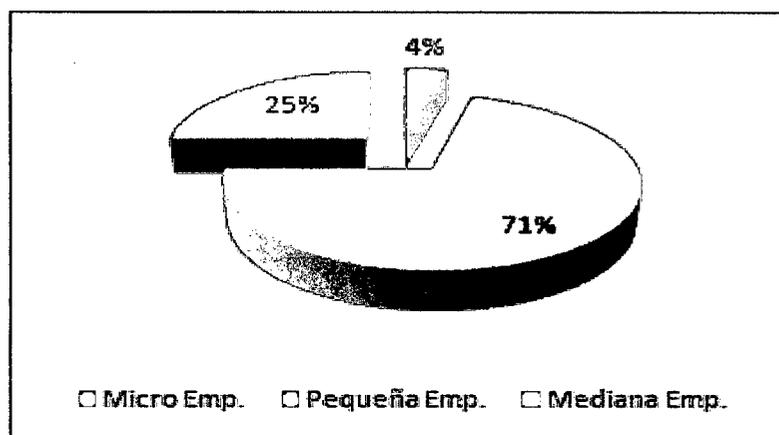
5.1 Mercado objetivo

Para determinar el mercado objetivo, se consideró realizar la disminución de la demanda estimada, con la oferta estimada, una vez hallado el resultado, se consideró el porcentaje de aceptación del servicio del 89%, obtenido por el estudio de mercado realizado; el cual afecta directamente la cantidad de empresas que demandarían el servicio.

En cuanto a nuestro mercado objetivo este, está compuesto para el año 2013, por 490 empresas entre medianas, pequeñas y micro; y en la proyección hasta el 2021 es de 1591 empresas. Aquí se proyecta el crecimiento de la demanda con la tasa de 11% la que representa el crecimiento de la demanda del Servicio de asesoramiento y Consultoría en el Perú.²¹

GRÁFICO N° 12

Mercado objetivo, dividido por el tamaño de las empresas para el año 2013



Fuente: SUNAT. www.sunat.gob.pe - Estadísticas: Crecimiento Empresarial en los departamentos.

De forma objetiva, estamos evocados a satisfacer la demanda de las y micro y pequeñas empresas, la cual representa el 75% del mercado objetivo.

²¹ Fuente: Tasa de Crecimiento Empresarial del Departamento de Cajamarca. SUNAT - www.sunat.gob.pe - Estadísticas: Crecimiento Empresarial en los Departamentos.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

5.2 Objetivos de la mercadotecnia

El plan de negocios de la empresa de asesoramiento logístico Partner Forever S.A.C.; es referencia de desarrollo en estrategias y soluciones dentro del área logística para cada uno de nuestros clientes, lo cual permitirá:

- ✓ Optimizar los procesos y lineamientos operativos
- ✓ Controlar el manejo eficiente de los inventarios.
- ✓ Optimizar las infraestructuras de almacenamiento.
- ✓ Disponer de una cartera de proveedores con parámetros de precio, calidad y tiempo de entrega.

Todo esto nos permitirá, brindar un buen servicio al cliente con el menor costo posible, logrando el cambio competitivo y estratégico en un mundo donde las ventajas no son empresa con empresa o producto contra producto sino estrategia logística.

5.3 Marketing mix

✓ **Producto o servicio**

Partners Forever S.A.C., iniciará sus operaciones ofreciendo 4 innovadores servicios evocados a las áreas logísticas de nuestros clientes.

A continuación cada uno de ellos:

a. Reestructuración de inventarios

Este servicio permite volver a elaborar el inventario de nuestro cliente, mediante el inventario base. A través de un nuevo conteo, descartando el inventario obsoleto, perdido y de poca rotación, para llegar al inventario productivo. Al término se realiza con una capacitación en Inventarios.

Esto nos permite realizar la continuidad de los procesos día a día mediante un controlado manejo del inventario.

b. Rediseño del almacén:

Este servicio consta de implementar una estrategia de rediseño del almacén, distribuyendo de manera óptima la alineación de las

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

infraestructuras, a lo largo de todo el almacén. Consecutivamente recomendar herramientas que permitan una manipulación correcta de los materiales y al término se realiza con una capacitación en conceptos de Almacén.

Esto nos permite minimizar pérdidas, deterioros, de materiales y optimizar el flujo del trabajo dentro del almacén.

c. Catalogación de materiales:

Este servicio permite otorgarle a cada material: un nombre, código y una descripción, de manera virtual e implementar una etiquetación para un óptimo manejo. Al término se realiza una capacitación en manejo de materiales.

Esto nos permite un manejo óptimo al 100% de los materiales por parte de los colaboradores, evitando dañarlos, deteriorarlos, etc.

d. Gestión de nuevos proveedores:

Este servicio nos permite elaborar una nueva cartera de proveedores para nuestros clientes, según las necesidades de materiales y servicios que requiera. Al término se realiza una capacitación en relación con proveedores.

✓ **Precio**

El precio de cada uno de los servicios que se oferta, se categoriza según el tamaño y envergadura del servicio a desarrollar; por lo cual no se maneja un estándar de precios ajustados a las necesidades del cliente.

El precio para cada uno de los servicios que se ofertan, se llevó a cabo mediante el método tradicional y en base al promedio de mercado. El precio se calculó de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} \text{P.V.} &= \text{Costo total} + \text{Utilidad} \\ \text{P.V.} &= (185,800 / 91 \text{ demanda}) + \text{Utilidad} + \text{IGV} \\ \text{P.V.} &= \text{S/} 2,042.00 + 590.44 + 367.56 \\ \text{P.V.} &= \text{S/} 3,000.00 \end{aligned}$$

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

Tabla N° 10

SERVICIOS	PRECIO (incluido IGV)
Estructuración de inventarios	3,000.00
Rediseño del almacén	3,000.00
Catalogación de materiales e insumos	3,000.00
Gestión de nuevos proveedores	3,000.00

✓ **Promoción**

Los medios de difusión y promoción que se ha pensado utilizar para dar a conocer nuestros servicios, donde daremos a entender que somos un equipo que ofrece servicios a nivel nacional, con parámetros de calidad, confianza, etc.

Uno de los medios más estratégicos de los que se ha podido apoyar el proyecto de inversión: asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C. es el "Networking", con la cámara de comercio de nuestra localidad, de tal manera que nuestros clientes puedan utilizarlo como medio de información y difusión de los servicios a ofrecer.

Algunos medios que utilizaremos para dar a comunicar nuestros servicios:

- Web site
- Volantes
- Seminarios gratuitos de gestión logística
- Dípticos o trípticos publicitarios
- Tarjetas de presentación
- Asistencia a ferias empresariales

✓ **Plaza**

Partners Forever S.A.C., tiene como clientes a las micro y pequeñas empresas que realizan actividad empresarial, como son: fábricas de producción en general, distribuidoras ferreteras, almacenes de productos de primera necesidad, talleres de máquinas automotrices, librerías, farmacias, empresas de comunicaciones, empresa de transportes, empresas mineras, etc.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

➤ **Localización**

Macrolocalización

De forma inicial, el proyecto de inversión ha tomado en consideración desarrollar sus operaciones en el ciudad de Cajamarca, provincia de Cajamarca y departamento de Cajamarca, puesto que no existe una empresa que se dedique al servicio de asesoramiento logísticos y también para aprovechar el clúster minero, que se encuentra en apogeo.

Microlocalización

En cuanto al local, estará ubicado dentro de la ciudad de Cajamarca en la Jr. El Inca N° 629.

➤ **Canales de distribución:**

Identificación de canales

Para llevar a cabo la actividad empresarial de asesoramiento logístico, se ha tomado en consideración diferentes puntos de localización dentro de la ciudad de Cajamarca, que permitan ser medios estratégicos de atención y prestación de servicios, hacia todos los clientes. De forma complementaria se estima realizar un estudio e identificación de establecimiento en las ciudades de Trujillo y Chiclayo respectivamente.

Caracterización de actores según canal y medio

Se ha tomado en consideración para el canal, como al local principal en la ciudad de Cajamarca, que se ubicará en un lugar céntrico, que presente instalaciones ergonómicas y sea económico. En cuanto al medio, en primera instancia se considera a los promotores del servicio a ofrecer, a los medios de publicidad y promoción, como son: Dípticos publicitarios, una página web, seminarios gratuitos y tarjetas de presentación.

Condiciones de acceso

En cuanto al acceso, se toma en consideración:

- Disponibilidad de acceso a vehículos y a peatones.
- Pagos accesibles para desplazarse al local.

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

Criterios de selección de canales y medios

Los criterios que se tomaron en cuenta para escoger un local de atención y prestación de servicios, son los siguientes:

GRÁFICO N° 13

Criterios de selección del local.

N°	LOCALIZACIÓN	Criterios /Ponderaciones							Puntaje Total	
		céntrico	Accesibilidad para los clientes	Ergonómico	Buena Infraestructura	Cercanía a Fuentes de Abastecimiento	Costo del Alquiler	Costo de Transporte		Disponibilidad de Servicios Públicos (Luz y Agua)
		20.0%	20.0%	10.0%	5.0%	10.0%	10.0%	15.0%	10.0%	100.0%

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

5.4 Estrategias de mercadotecnia

✓ **Segmentación**

Nuestro mercado objetivo, se encuentra dentro de:

- Micro: 4%, que representa 20 empresas con Ingresos por ventas menores a US \$ 30,000. Trabajadores de 10 a menos.
- Pequeña: 71%, que representa 348 empresas con ingresos entre \$ 60,000 y \$ 750,000 anuales. Trabajadores 11 a 50.

✓ **Posicionamiento**

En cuanto al posicionamiento, se busca desarrollar una imagen que sirva como base para identificar el servicio que se oferta hacia cada uno de nuestros clientes.

✓ **Fidelización**

Para fidelizar a nuestros clientes se tomará en cuenta lo siguiente:

- Descuento especial por cada servicio pagado al contado.
- Brindar un servicio totalmente personalizado.
- Ofrecer un servicio de calidad.
- Brindar seminarios gratuitos continuamente referentes a los servicios ofrecidos o de interés del cliente.
- Brindando post-servicio de complementación.

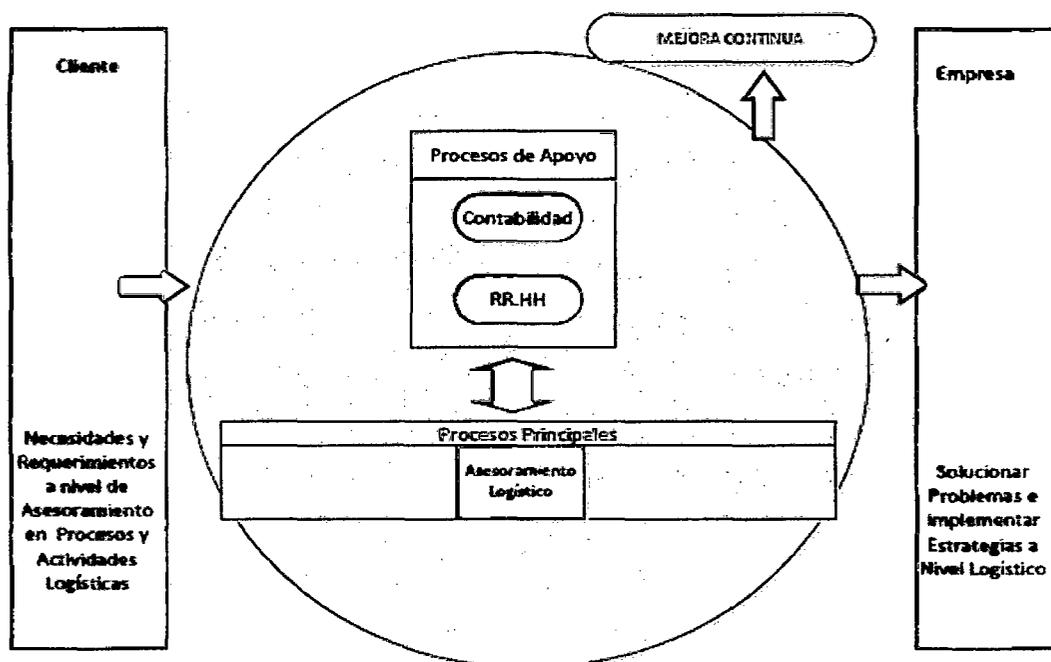
PARTE VI: PLAN DE OPERACIONES

6.1 Objetivos del plan de operaciones

Definir y valorar los recursos materiales y humanos necesarios para poder llevar a cabo adecuadamente cada uno de los servicios evocados a las áreas logísticas de nuestra empresa.

6.2 Mapeo de procesos

GRÁFICO N° 14
MAPEO DE PROCESOS



Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

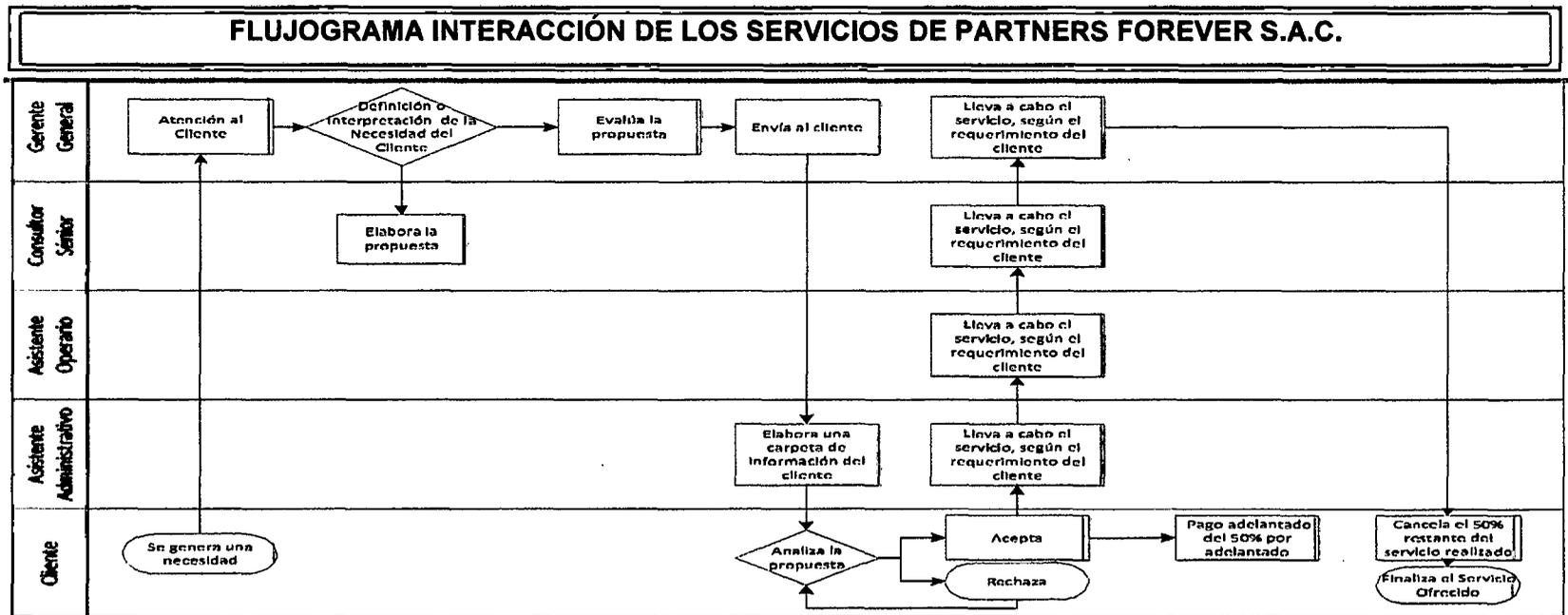
**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

PROCESOS PRINCIPALES:

Dentro de los procesos principales, se ha elaborado en detalle cada uno de los servicios que se ofrecen a los clientes. Cada uno de estos será mencionado a continuación:

GRÁFICO N° 15

Mapa de interacción de servicios

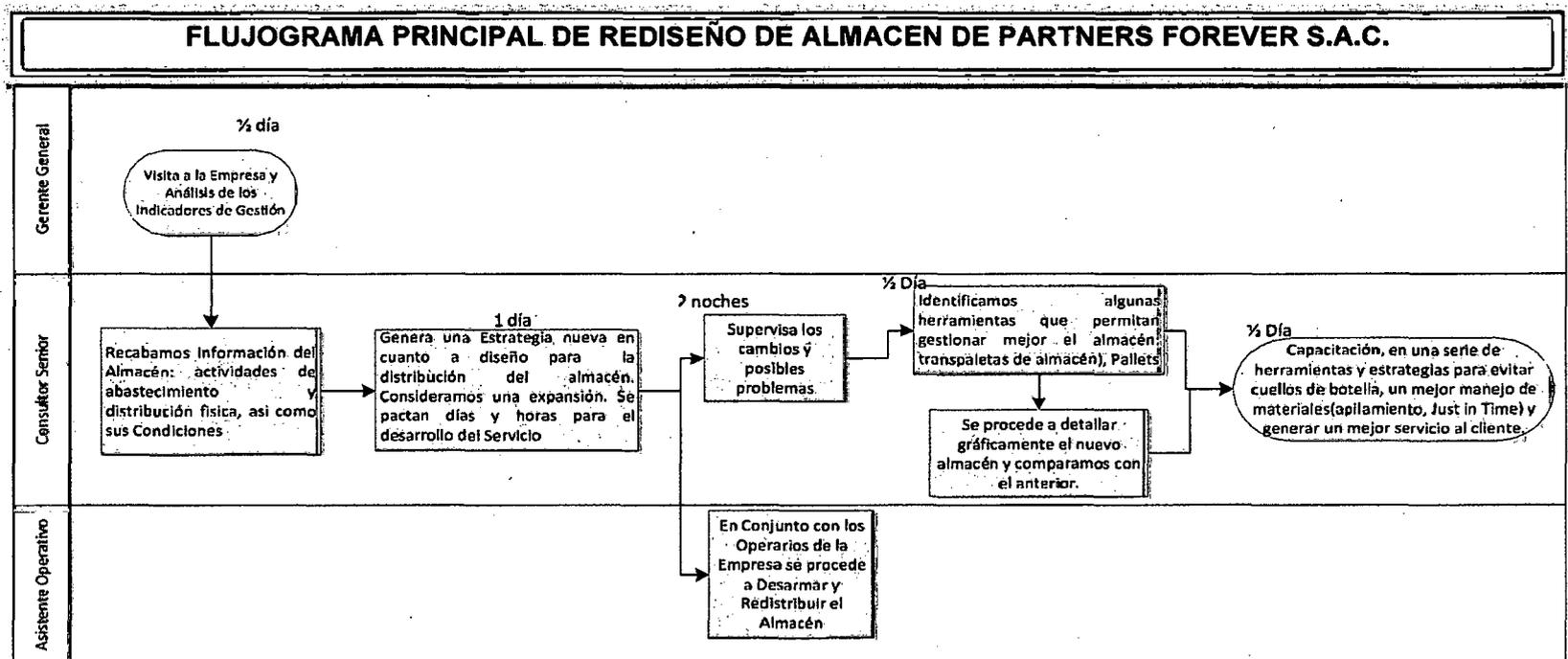


Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

REDISEÑO DE ALMACÉN

GRÁFICO N° 16

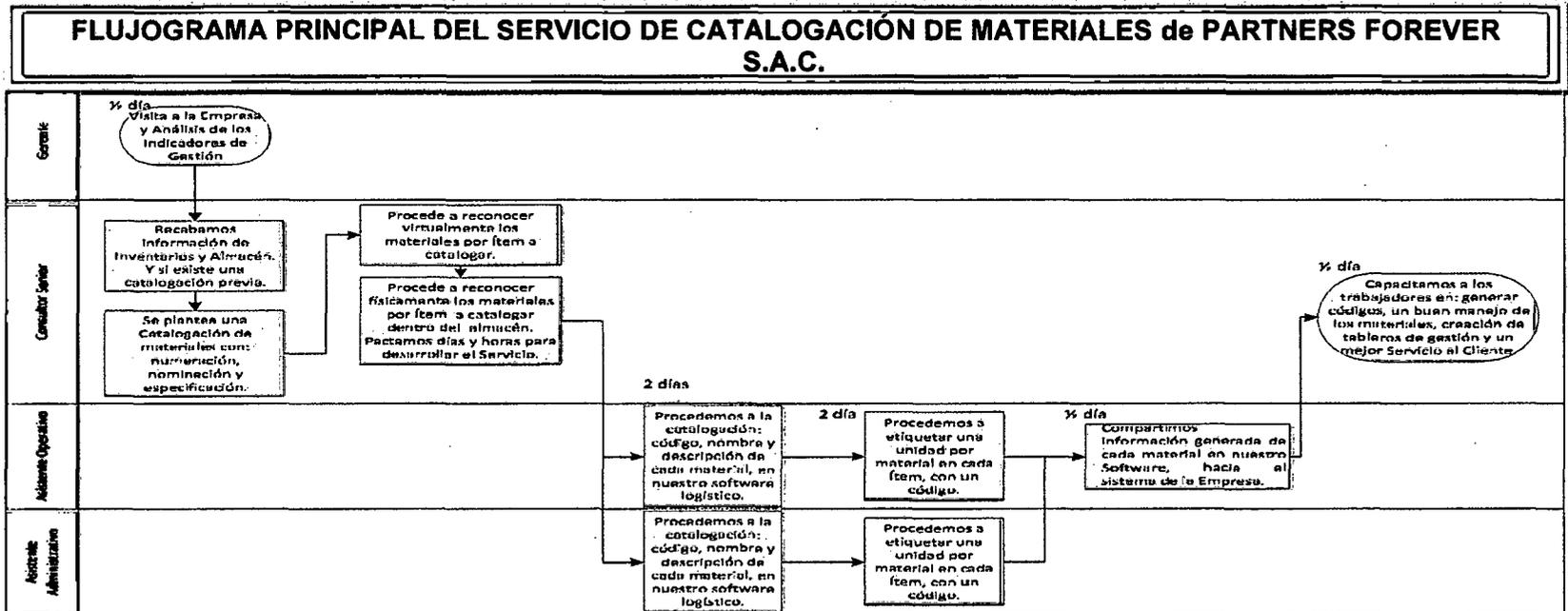


Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

CATALOGACIÓN DE MATERIALES

GRÁFICO N° 17

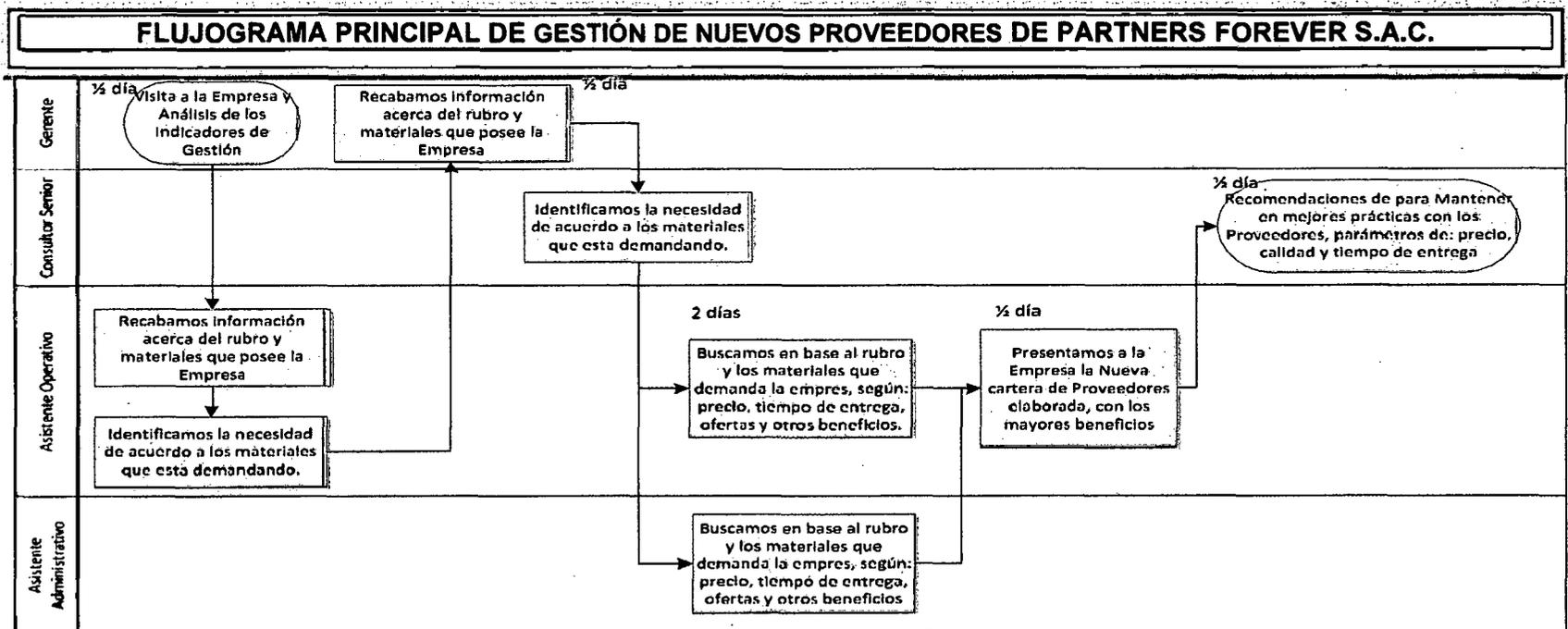


Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

GESTIÓN DE NUEVOS PROVEEDORES

GRÁFICO N° 18



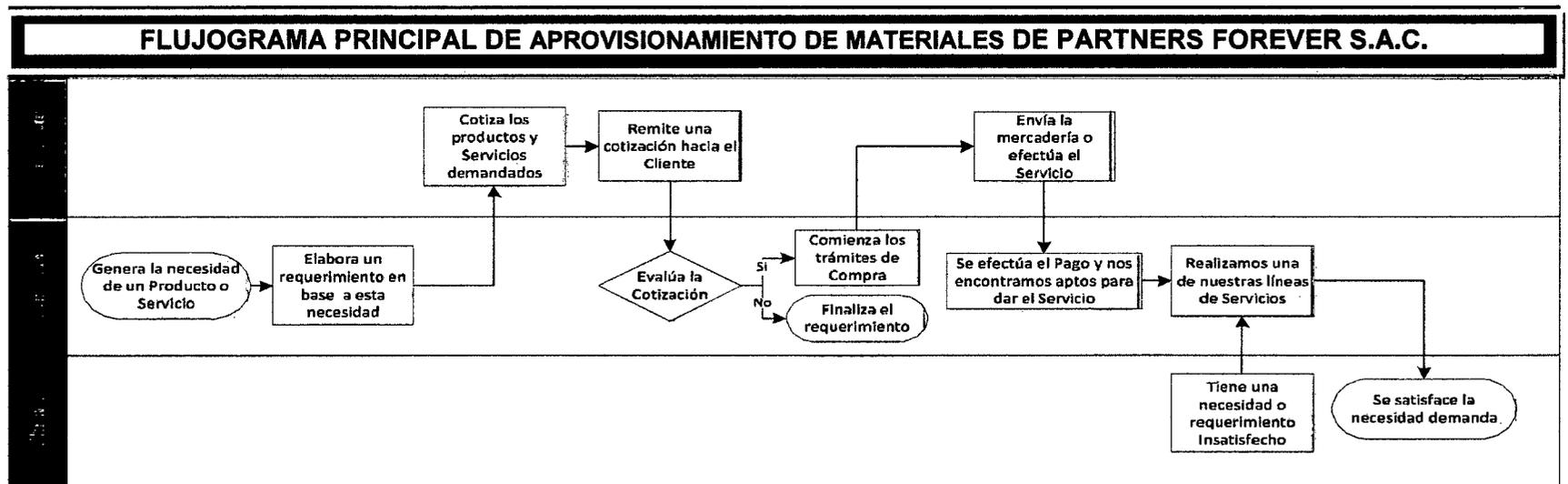
Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

PROCESO DE APOYO

Dentro de los procesos importantes de apoyo, para lograr el desarrollo de los servicios conjuntamente con los objetivos del proyecto, tenemos al proceso de aprovisionamiento:

GRÁFICO N° 19



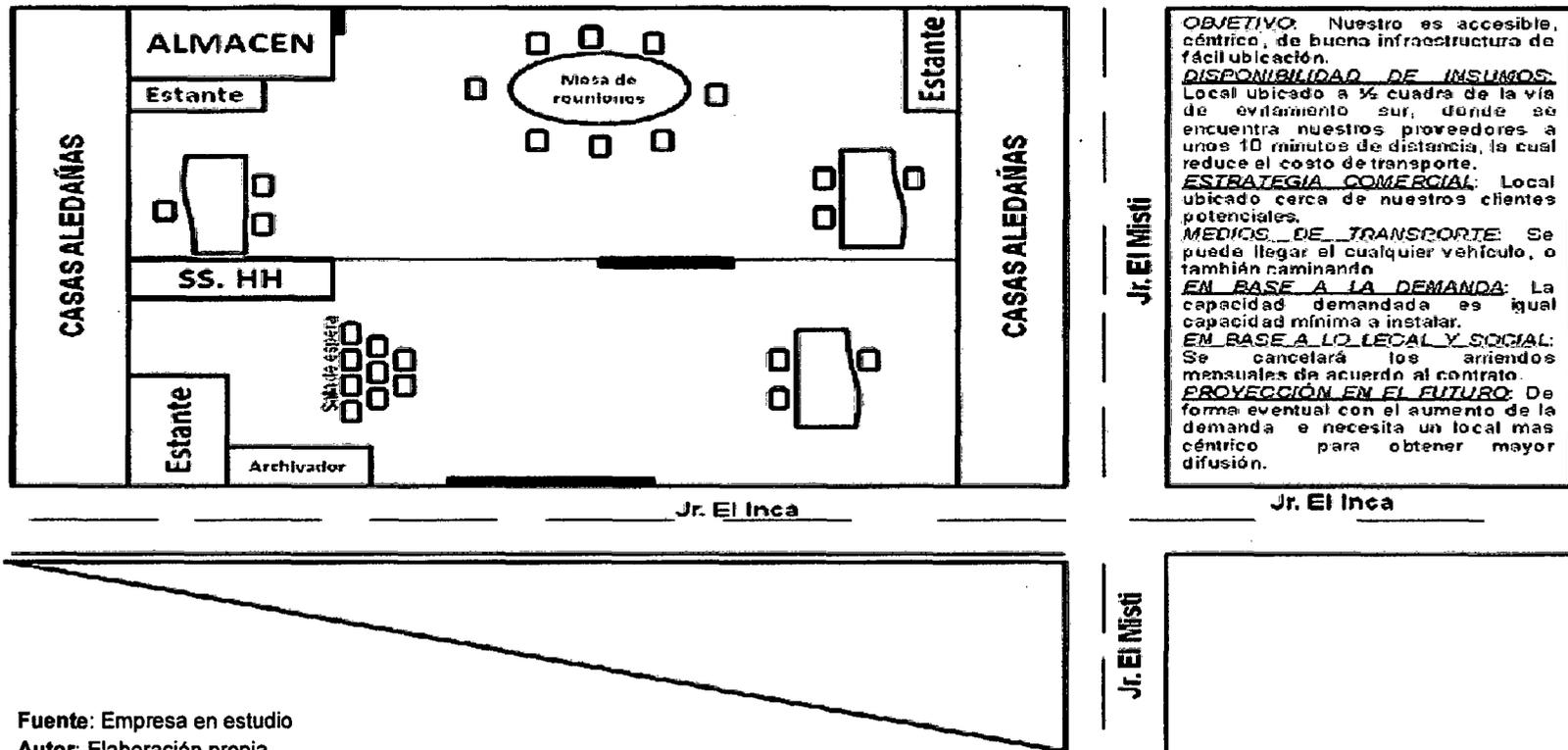
Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

ESTRUCTURA Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Gráfico N° 20



OBJETIVO: Nuestro es accesible, céntrico, de buena infraestructura de fácil ubicación.

DISPONIBILIDAD DE INSUMOS: Local ubicado a ¼ cuadra de la vía de evitamiento sur, donde se encuentra nuestros proveedores a unos 10 minutos de distancia, lo cual reduce el costo de transporte.

ESTRATEGIA COMERCIAL: Local ubicado cerca de nuestros clientes potenciales.

MEDIOS DE TRANSPORTE: Se puede llegar al cualquier vehículo, o también caminando.

EN BASE A LA DEMANDA: La capacidad demandada es igual capacidad mínima a instalar.

EN BASE A LO LEGAL Y SOCIAL: Se cancelará los arriendos mensuales de acuerdo al contrato.

PROYECCIÓN EN EL FUTURO: De forma eventual con el aumento de la demanda e necesita un local mas céntrico para obtener mayor difusión.

Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

PARTE VII: PLAN DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

7.1. OBJETIVOS

Cuantificar el servicio en términos de inversión, presupuestos, balance, costo y rentabilidad y evaluar la viabilidad de los servicios a ofrecer, con el fin de estimar los costos en los procesos permitiéndonos calcular el precio de venta en cada servicio.

Los costos y gastos incurridos en el plan de negocios son:

- ✓ Costo de Inversión
- ✓ Plan de Inversiones
- ✓ Costo Pre operativo
- ✓ Total costos de inversión

Tabla N° 11

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

INVERSION FIJA TANGIBLE	SI. 7,360.00	
INVERSIÓN INTANGIBLE	SI. 736.20	
CAPITAL DE TRABAJO	SI. 17,187.62	
TOTAL INVERSIÓN	SI. 25,283.82	
APORTE PROPIO	SI. 12,641.91	50%
APORTE DE TERCEROS	SI. 12,641.91	50%

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

7.2. INGRESO ANUAL POR TIPO DE SERVICIOS

TABLA N° 12

INGRESOS ANUAL POR SERVICIOS (Nuevos soles)													
Servicio a Ofrecer	Demanda (empresas)	Precio con IGV	% de Empresas	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1. Reestructuración de Inventarios	91	3000	45%	122850	136364	151363	168013	186495	207009	229780	255056	283112	314255
2. Rediseño de Almacén	91	3000	25%	68250	75758	84091	93341	103608	115005	127656	141698	157285	174586
3. Catalogación de Materiales e Insumos	91	3000	20%	54600	60606	67273	74673	82887	92004	102125	113358	125828	139669
4. Gestión de Nuevos Proveedores	91	3000	10%	27300	30303	33636	37336	41443	46002	51062	56679	62914	69834
INGRESOS TOTALES POR AÑO	91		100%	273,000	303,030	336,363	373,363	414,433	460,021	510,623	566,792	629,139	698,344

Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

7.3. PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla N° 13

	PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS									
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lapiceros y Papelería	240.00	266.40	295.70	328.23	364.34	404.41	448.90	498.28	553.09	613.93
Materiales Directos	360.00	399.60	443.56	492.35	546.51	606.62	673.35	747.42	829.63	920.89
TOTAL	600.00	666.00	739.26	820.58	910.84	1,011.03	1,122.25	1,245.70	1,382.72	1,534.82

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS

Tabla N° 14

GASTOS DE VENTAS	GASTOS DE VENTAS									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Lapiceros y papelería	100	111	123	137	152	169	187	208	230	256
Servicio de internet	300	333	370	410	455	506	561	623	691	767
Servicio de telefonía fija	300	333	370	410	455	506	561	623	691	767
Servicio de Celulares	600	666	739	821	911	1011	1122	1246	1383	1535
Consumo y movilidad	1200	1332	1479	1641	1822	2022	2244	2491	2765	3070
Imprevistos	1200	1332	1479	1641	1822	2022	2244	2491	2765	3070
Luz y Agua	600	666	739	821	911	1011	1122	1246	1383	1535
Publicidad	3600	3996	4436	4923	5465	6066	6733	7474	8296	9209
Alquiler de Local	1200	1332	1479	1641	1822	2022	2244	2491	2765	3070
TOTAL	9100	10101	11212	12445	13814	15334	17021	18893	20971	23278

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

7.4. GASTOS OPERATIVOS INDIRECTOS

Tabla N° 15

GASTOS OPERATIVOS INDIRECTOS	COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Lapiceros y Papelería	300	333	370	410	455	506	561	623	691	767
Tinta para Impresora	900	999	1109	1231	1366	1517	1683	1869	2074	2302
Servicio de internet	1200	1332	1479	1641	1822	2022	2244	2491	2765	3070
Servicio de telefonía fija	900	999	1109	1231	1366	1517	1683	1869	2074	2302
Servicio de Celulares	1800	1998	2218	2462	2733	3033	3367	3737	4148	4604
Movilidad	3600	3996	4436	4923	5465	6066	6733	7474	8296	9209
Alquiler de local	2400	2664	2957	3282	3643	4044	4489	4983	5531	6139
Imprevistos	1200	1332	1479	1641	1822	2022	2244	2491	2765	3070
Luz y Agua	1200	1332	1479	1641	1822	2022	2244	2491	2765	3070
TOTAL	13500	14985	16633	18463	20494	22748	25251	28028	31111	34533

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

7.6. CONSULTORES (GASTOS OPERATIVOS DIRECTOS)

Tabla N° 16

Ítem	CARGOS	Sueldo	BENEFICIOS SOCIALES		Obligación	CT Mensual	CT antes de bonificaciones 12	Essalud por bonificación	CT Anual
			CTS	Gratificaciones	EsSalud				
			8.33%	16.67%	9%				
1	Consultor Senior 1	2000	167	333	180	2680	32160	360	32520
2	Consultor Senior 2	2000	167	333	180	2680	32160	360	32520
3	Consultor Senior 3	2000	167	333	180	2680	32160	360	32520
SUELDO TOTAL									97560

Fuente: Empresa en estudio

Autor: elaboración propia

7.7. PERSONAL ADMINISTRATIVO

Tabla N° 17

Item	CARGO	SUELDO	Beneficios Social		Obligación	CT Mensual	CT antes de bonificaciones 12	2 Essalud por bonificación	CT Anual
			CTS	Gratificaciones	EsSalud				
			8,33%	16,67%	9%				
1	Gerente General	3000	249,9	500,1	270	4020	48240	540	48780
1	Asistente Administrativo	1000	83,3	166,7	90	1340	16080	180	16260
SUELDO TOTAL									65040

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

7.8. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

Tabla N° 18

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS										
COSTOS Y GASTOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Gastos administrativos	600	666	739	821	911	1011	1122	1246	1383	1535
Personal administrativo	65040	72194	80136	88951	98735	109596	121652	135033	149887	166375
Costos y gastos de operación	13500	14985	16633	18463	20494	22748	25251	28028	31111	34533
Consultores	97560	108292	120204	133426	148103	164394	182478	202550	224831	249562
Gastos de ventas	9100	10101	11212	12445	13814	15334	17021	18893	20971	23278
COSTO TOTAL	185800	206238	228924	254106	282057	313084	347523	385751	428183	475283

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

7.9. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Tabla N° 19

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas Netas con IGV	273000	303030	336363	373363	414433	460021	510623	566792	629139	698344
(Costo de Ventas)	111060	123277	136837	151889	168597	187143	207728	230578	255942	284096
Utilidad Bruta	161940	179753	199526	221474	245836	272878	302895	336213	373197	414248
Gastos Administrativos	65640	72860	80875	89771	99646	110607	122774	136279	151270	167910
Gastos de Ventas	9100	10101	11212	12445	13814	15334	17021	18893	20971	23278
Utilidad Operativa	87200	96792	107439	119257	132376	146937	163100	181041	200956	223061
(Depreciación de AF)	1509	1509	1509	1509	1509	1509	1509	1509	1509	1509
(Amortización de I)	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Utilidad Antes del Impuesto	85617	95209	105856	117674	130793	145354	161517	179458	199373	221478
Gastos Financieros	2276	1639	887							
Utilidad antes del Impuesto	83341	93570	104969	117674	130793	145354	161517	179458	199373	221478
Impuesto Renta 30%	25002	28071	31491	35302	39238	43606	48455	53837	59812	66443
Utilidad Neta	58339	65499	73478	82372	91555	101748	113062	125621	139561	155034

Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

7.10. FLUJO DE CAJA

Tabla N° 20

FLUJO DE CAJA											
DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS		322140	357575	396909	440569	489031	542825	602535	668814	742384	824046
COSTO DE VENTA		111060	123277	136837	151889	168597	187143	207728	230578	255942	284096
UTILIDAD BRUTA		211080	234299	260072	288680	320434	355682	394807	438236	486442	539950
GASTOS ADMINISTRATIVOS		65640	72860	80875	89771	99646	110607	122774	136279	151270	167910
GASTOS DE VENTA		9100	10101	11212	12445	13814	15334	17021	18893	20971	23278
UTILIDAD OPERATIVA		136340	151337	167985	186463	206974	229741	255012	283064	314201	348763
IMPUESTO A LA RENTA		25002	28071	31491	35302	39238	43606	48455	53837	59812	66443
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS		111338	123266	136494	151160	167736	186135	206557	229226	254389	282319
D. INVERSIONES	25284										
Activo Tangible	7360				5150				5150		
Activo Intangible	736										
Capital de Trabajo	17188	1891	2099	2329	2586	2870	3186	3536	3925	4357	43967
VALOR RESIDUAL											2576
DEPRECIACION NO PAGADA		1582									
FLUJO DE CAJA LIBRE ECONÓMICO	-25284	107865	119585	132583	141842	163284	181367	201439	218569	248450	234194
INTERESES		2276	1639	887							
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-25284	105589	117946	131696	141842	163284	181367	201439	218569	248450	234194
WACC	13.09%										
VAN ECONÓMICO	834357										
TIR ECONÓMICO	437%										
VAN FINANCIERO	830449										
TIR FINANCIERO	429%										

Fuente: Empresa en estudio
Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

DEUDA

Tabla N° 21

Préstamo	S/. 12,641.91	Tiempo	Amortización	Interés	Cuota	Saldo
TEA	18%	0				S/. 12,641.91
Años	3	1	S/. 3,539	S/. 2,276	S/. 5,814	S/. 9,103
Cuota	S/. 5,814.32	2	S/. 4,176	S/. 1,639	S/. 5,814	S/. 4,927
		3	S/. 4,927	S/. 887	S/. 5,814	S/. 0

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla N° 22

DESCRIPCIÓN	FIJO	VARIABLE
GASTOS ADMINISTRATIVOS		600
SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO	65040	
CONSULTORES	97560	
COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS	2400	11100
GASTOS DE VENTAS	9100	
COSTOS TOTALES	174100	11700
COSTO VARIABLE UNITARIO		129

$$P.E. = CFT / (P.V.U. - C.V.U.)$$

$$P.E. = 174100 / (3000 - 129)$$

Punto equilibrio = 61 servicios

Donde:

P.E. = PUNTO DE EQUILIBRIO

C.F.T. = COSTO FIJO TOTAL

P.V.U. = PRECIO DE VENTA UNITARIO

C.V.U. = COSTO VARIABLE UNITARIO

Entonces nuestra empresa debe prestar 61 servicios para no ganar ni perder durante el año 2015.

ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL FLUJO DE CAJA

La idea de negocio de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C., realmente es altamente rentable según los resultados de los financieros indicadores como son el WACC, VANE, VANF, TIRE, TIRF.

Se determinó el WACC; lo cual indica que el costo promedio ponderado de capital verdadero al cual se tiene que descontar los flujos proyectados debe ser el 13.09% (tasa real).

La TIRE de 437% y una TIRF 429% nos indica que la empresa obtendrá una rentabilidad de 29.8% por encima de lo invertido, lo cual es atractivo, tal vez explica esta situación, el hecho de que es una empresa sin competencia directa y que además existe un nicho de mercado porque existe una necesidad no satisfecha.

Un VANE de S/. 834,357 y un VANF de S/. 830,449 que ganará esta cantidad en relación a la mejor alternativa. Expresa la rentabilidad de la proyección de los flujos que espera tener la empresa de asesoramiento logístico.

CONCLUSIONES

Por lo tanto se concluye, que de acuerdo a los resultados obtenidos en el plan financiero:

- a. El principal reto en la elaboración de la presente tesis fue conocer las necesidades y características del mercado empresarial, dado que nuestro modelo de negocio se basa en la oferta de intangibles, los cuales son difíciles de medir bajo un modelo tradicional; por ese motivo, que se buscaron metodologías distintas las cuales se alinearan con nuestra tesis. Para ello, se utilizó la Indagación apreciativa para conocer la necesidad del mercado y se utilizaron bases de datos de diversas fuentes para el dimensionamiento del mercado.
- b. Una TIRE de 437%, Un VANE de S/. 834,357; TIRF de 429%, Un VANF de S/. 830,449 y, Un WOCC de 13.09%; lo cual es atractivo y demuestra una rentabilidad y factibilidad económica y financiera que nos impulsa a llevar a la práctica esta idea empresarial; Es decir, si es posible conseguir los recursos económicos necesarios para poner en marcha la empresa y obtener una rentabilidad que satisfaga las expectativas de la empresa.
- c. El plan estratégico para evaluar la factibilidad económica y financiera para la creación de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C. debido a que nos indica que la matriz EFI tiene un valor de 2.85 lo cual indica que las fortalezas son más relevantes que las debilidades, por lo tanto hay una tranquilidad porque hay un ambiente interno favorable. En cuanto a la matriz EFE de igual modo tiene un valor de 2.65, lo cual igualmente es favorable porque las oportunidades identificadas son mayores que las amenazas con lo cual se tendrá una tranquilidad para gestionar esta nueva y novedosa empresa.
- d. La factibilidad del proyecto que se muestra en el plan económico financiero se ha basado en tres indicadores básicos para la toma de decisiones, como son la estimación del periodo de recuperación de la inversión, el valor presente neto y la tasa interna de retorno, estos indicadores nos han demostrado la viabilidad del proyecto y los créditos que representa este, con estos resultados se puede proceder a implantar el proyecto.

RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar el plan de negocios de creación de la empresa de asesoramiento logístico Partners Forever S.A.C. por los resultados económicos y financieros indicados en la conclusión. Lo cual es atractivo y demuestra una rentabilidad y factibilidad económica y financiera que nos impulsa a llevar a la práctica esta idea empresarial.

Llevar un seguimiento de cada uno de los clientes e ir analizando su nivel de satisfacción, de modo que se pueda detectar a tiempo el factor o factores que están generando una pérdida en los clientes, todo esto se lograría desarrollar con la finalidad de lograr que las empresas obtengan una rentabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

BIBLIOGRAFÍA.

- ANAYA. (2011) Logística integral. La gestión operativa de la empresa. Editorial Alfa omega editores. 4ta edición.
- BORELLO, Antonio, El Plan de Negocios: De herramienta de evaluación de una Inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo. Edición Mc Graw-Hill Interamericana – Colombia 2000.
- CASANOVAS August, CUATRECASAS, Lluís. (2003). Logística Empresarial Ediciones Gestión 2000. Barcelona.
- CHIAVENATO, IDALBERTO. “Administración en los nuevos tiempos” Edit. Mc Graw Hill. Bogotá. Colombia. 2002.
- GONZALES DOMÍNGUEZ, F: Creación de Empresas. Guía para el desarrollo de iniciativas Empresariales. Editorial Pirámide – Barcelona 2003.
- GÓMEZ Gras, J, Estrategia para la Competitividad de las PYMES. Edición Mc Graw-Hill –Madrid 2000.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Metodología de la investigación, Editorial Mc Graw Hill, 2009. México.
- KOONTZ Y WEHRICH. “Administración”. 14ª Ed. Edit. McGraw Hill, México, 2011.

LINKOGRAFÍA

- www.emprende.com.pe
- http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf
- <http://redunirse.org/files/Serie%20Docente%20N%C2%BA%201%20-%20RSE.pdf>
- www.google.com.pe/?gfe_rd=cr&ei=aotaU7W5F9Dd8geY_4GgDg#q=administracion+financiera+costo+de+capital.
- www.slideshare.net/lionelpineda/costo-de-capital-2694428.
- www.monografias.com/trabajos15/logistica/logistica.shtml.
- www.businesscol.com/productos/glosarios/administrativo/glosario_administrativo_a.html.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_de_negocio.
- http://contabilidad.metroblog.com/como_calcular_el_costo_de_ventas.

ANEXOS

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

ANEXO N° 01: INVERSIÓN INTANGIBLE

Concepto	Inversión			Depreciación		
	Cantidad	Precio	Total	Vida Util	Tasa	Valor
INTANGIBLES						
Constitución y organización de la empresa						
Búsqueda de antecedentes	1	S/. 13.20	S/. 13.20	10	10%	S/. 1.32
Solicitud de registro de marca	1	S/. 175.00	S/. 175.00	10	10%	S/. 17.50
Publicación en el diario oficial el peruano	1	S/. 100.00	S/. 100.00	10	10%	S/. 10.00
Constitución de la empresa	1	S/. 224.00	S/. 224.00	10	10%	S/. 22.40
Búsqueda Mercantil (SUNARP)	1	S/. 4.00	S/. 4.00	10	10%	S/. 0.40
Escritura Pública	1	S/. 160.00	S/. 160.00	10	10%	S/. 16.00
Inscripción mercantil (SUNARP)	1	S/. 60.00	S/. 60.00	10	10%	S/. 6.00
RUC	1	S/. -	S/. -	10	10%	S/. -
Ministerios (permisos y autorizaciones)						
Total Activos Intangibles			S/. 736.20		Amortización	S/. 73.62

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

1956	46.67	2.19	7.44%	3.59%	-2.26%
1957	39.99	1.80	-10.46%	3.21%	6.80%
1958	55.21	2.26	43.72%	3.86%	-2.10%
1959	59.89	1.98	12.06%	4.69%	-2.65%
1960	58.11	1.98	0.34%	3.84%	11.64%
1961	71.55	2.04	26.64%	4.06%	2.06%
1962	63.10	2.15	-8.81%	3.86%	5.69%
1963	75.02	2.35	22.61%	4.13%	1.68%
1964	84.75	2.58	16.42%	4.18%	3.73%
1965	92.43	2.83	12.40%	4.62%	0.72%
1966	80.33	2.88	-9.97%	4.84%	2.91%
1967	96.47	2.98	23.80%	5.70%	-1.58%
1968	103.86	3.04	10.81%	6.03%	3.27%
1969	92.06	3.24	-8.24%	7.65%	-5.01%
1970	92.15	3.19	3.56%	6.39%	16.75%
1971	102.09	3.16	14.22%	5.93%	9.79%
1972	118.05	3.19	18.76%	6.36%	2.82%
1973	97.55	3.61	-14.31%	6.74%	3.66%
1974	68.56	3.72	-25.90%	7.43%	1.99%
1975	90.19	3.73	37.00%	8.00%	3.61%
1976	107.46	4.22	23.83%	6.87%	15.98%
1977	95.10	4.86	-6.98%	7.69%	1.29%
1978	96.11	5.18	6.51%	9.01%	-0.78%
1979	107.94	5.97	18.52%	10.39%	0.67%
1980	135.76	6.44	31.74%	12.84%	-2.99%
1981	122.55	6.83	-4.70%	13.72%	8.20%
1982	140.64	6.93	20.42%	10.54%	32.81%
1983	164.93	7.12	22.34%	11.83%	3.20%
1984	167.24	7.33	6.15%	11.50%	13.73%
1985	211.28	8.20	31.24%	9.26%	25.71%
1986	242.17	8.19	18.49%	7.11%	24.28%
1987	247.08	9.17	5.81%	8.99%	-4.96%
1988	277.72	10.22	16.54%	9.11%	8.22%
1989	353.40	11.73	31.48%	7.84%	17.69%

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

1990	330.22	12.35	-3.06%	8.08%	6.24%	
1991	417.09	12.97	30.23%	7.09%	15.00%	
1992	435.71	12.64	7.49%	6.77%	9.36%	
1993	466.45	12.69	9.97%	5.77%	14.21%	
1994	459.27	13.36	1.33%	7.81%	-8.04%	
1995	615.93	14.17	37.20%	5.71%	23.48%	
1996	747.74	14.89	23.82%	6.30%	1.43%	
1997	970.43	15.52	31.86%	5.81%	9.94%	
1998	1229.23	16.20	28.34%	4.65%	14.92%	
1999	1469.25	16.71	20.89%	6.44%	-8.25%	6.02%
2000	1320.28	16.27	-9.03%	5.11%	16.66%	5.68%
2001	1148.09	15.74	-11.85%	5.05%	5.57%	6.51%
2002	879.82	16.08	-21.97%	3.82%	15.12%	6.14%
2003	1111.91	17.39	28.36%	4.25%	0.38%	4.39%
2004	1211.92	19.44	10.74%	4.22%	4.49%	3.60%
2005	1248.29	22.22	4.83%	4.39%	2.87%	2.00%
2006	1418.30	24.88	15.61%	4.70%	1.96%	1.67%
2007	1468.36	27.73	5.48%	4.02%	10.21%	1.38%
2008	903.25	28.39	-36.55%	2.21%	20.10%	2.71%
2009	1115.10	22.41	25.94%	3.84%	-11.12%	2.70%
2010	1257.64	22.73	14.82%	3.29%	8.46%	2.83%
2011	1257.60	26.02	2.07%	1.88%	16.04%	4.15%
2012	1426.29	30.44	15.83%	1.76%	2.97%	2.73%

Rm	Rendimiento promedio anual del índice S&P500 1962 - 2011	10.71%
-----------	---	---------------

Rf	Rendimiento promedio anual de los Bonos del Tesoro Norteamericano 1962 -2011	7.16%
-----------	---	--------------

Rm - Rf	Prima por riesgo 1962 - 2011	3.55%
----------------	-------------------------------------	--------------

Rp	Riesgo País Promedio 2005 – 2009	2.52%
-----------	---	--------------

Elegimos el periodo 1969 - 2009

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

Sergio Bravo Orellana en su paper denominado los parámetros del Capital Asset Pricing Model Conceptos y Estimación indica: "Para la determinación de los parámetros del CAPM nos inclinamos por la utilización de horizontes de largo plazo debido a dos razones fundamentales: porque es parte de la metodología de los más reconocidos servicios financieros que se dedican a la determinación del Costo de Oportunidad del Capital; y porque la mayoría de libros y artículos publicados sobre el tema adoptan un horizonte de largo plazo".

Riesgo país elegimos el periodo 2005 – 2009

Elegimos este periodo debido a que en los periodos anteriores el riesgo país en el Perú era elevado, el cual se ha ido reduciendo en estos últimos años, el fin es no distorsionar nuestra evaluación.

A continuación vamos a determinar el Beta y Estructura de Capital de Empresas comparables. Luego tenemos que quitar el efecto de apalancamiento financiero y tributario, para esto aplicamos la siguiente fórmula:

$$\beta_{na}(u) = \frac{\beta_a(L)}{\left(1 + (1 - t) * \left(\frac{D}{E}\right)\right)}$$

Para el cálculo del Beta también podemos utilizar el beta que desarrolla Aswat Damodaran, en este caso se elige el beta de la industria Engineering & Const (Ingeniería y Construcción).

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

Industria	N° de Empresas	Beta Apalancado	Razón D/E de la Industria	Tasa de Impuestos
Consultoría	136	0.97	36.56%	20%

Industria	Beta Despalancado
Consultoría	0.75

A continuación vamos a determinar el beta apalancado de la Universidad UPAGU, para esto aplicamos la siguiente fórmula:

$$\beta_a = \beta_d \alpha \left(1 + (1-t) \left(\frac{D}{E} \right) \right)$$

Beta despalancado	0.75
Tasa de Impuestos	30%
Razón Deuda - Patrimonio	67%
Beta apalancado	1.10

$$COK = CAPM = R_f + \beta * (R_m - R_f) + R_p$$

Tasa libre de Riesgo (Rf)	7.16%
Beta	1.10
Prima por Riesgo	3.55%
Riesgo País	2.521%
CAPM	13.59%

$$CPPC = WACC = \frac{D}{D+C} * K_d * (1-t) + \frac{C}{D+C} * K_e$$

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

%Deuda	50.00%	12,641.91
%Capital	50.00%	12,641.91
TOTAL	100%	25,283.82
Costo deuda	18.0%	
CAPM	13.59%	
Impuestos	30%	
WACC	13.09%	

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

ANEXO N° 05: DEPRECIACION DE ACTIVO FIJO TANGIBLE

Concepto	Características / Requisitos Técnicos	Función	Inversión			Depreciación				
			TANGIBLES	Cant.	Precio	Total	Vida util	Tasa	D. Anual	D. Acumulada
Maquinaria y Equipo										
- Laptops	Memoria RAM 3 GB, con expansión a 8, Disco Duro de 500 GB; velocidad de 5400 RPM. Lectora Multimedia: MMC, MS, Pro, SD y XD. Conectividad: Bluetooth y Lan de 10/100 MB/S. Batería: 6 Celdas, 4 horas aproximadamente de rendimiento.	Es el medio para realizar tareas e informes diarios (costos, flujos, etc.), soporta el almacén de la información en virtual.	3	1,600.00	4,800.00	4	0.25	1,200.00	4,800.00	0
- Impresora Escáner	Económica, multifuncional y de fácil manejo. Ciclo de trabajo mensual: 3000 páginas. Tamaño de papel estándar: A4, B4, B5, C6. Memoria de serie: 16 MB.	Generar informes de manera física, mediante impresiones y copios a color y blanco y negro.	1	350	350	4	0.25	87.5	350	0
Muebles y Enseres										

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORAMIENTO LOGÍSTICO PARTNERS FOREVER S.A.C.**

- Escritorios	Escritorio de madera, color caoba de tamaño de 1.5 mt. Por 1 mt.	Inmuebles que sirven de soporte para realizar trámites y también para guardar información física.	2	500	1,000.00	10	0.1	100	1,000.00	0
- Sillas Giratorias	Juego de sillas giratorias de diseño decorativo.	Inmuebles necesarios para poder brindar el servicio mediante la comodidad de los colaboradores.	4	75	300	10	0.1	30	300	0
- Mesa de Trabajo	Mesa de madera grande de madera.	Inmueble utilizado como soporte para realizar trámites y gestionar documentación.	1	300	300	10	0.1	30	300	0
- Juego de Sillas	Juego de sillas de madera para la atención de los clientes.	Inmuebles necesarios para brindar un mejor servicio en el momento de instancia de los clientes en el local.	6	35	210	10	0.1	21	210	0
- Estantes Metálicos	Estante de oficina de metal de medidas de 2.10 mt. Por 1 mt.	Inmuebles necesarios para guardar la información física tanto propia de la empresa como de los clientes.	1	400	400	10	0.1	40	400	0
Total Activos Tangibles					7,360.00			1,508.50	7,360.00	

Fuente: Empresa en estudio

Autor: Elaboración propia