



UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL SERVICIO DE TRANSPORTE POR  
CARRETERA”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL  
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

**PRESENTADO POR**

Bach. DIAZ RIMACHI MARIO WILLIAM

<https://orcid.org/0000-0001-5055-371X>

**ASESOR**

Dra. AREVALO RODRIGUEZ MIRIAN ELIZABETH

<https://orcid.org/0000-0003-3730-3577>

**CUSCO – PERÚ**

**2022**

## **DEDICATORIA**

A mi adorada familia, por confiar en mi persona para lograr los objetivos trazados, ya que ellos son mi motivación para esforzarme cada día más, los dedico a ustedes cada esfuerzo que realice para culminar este trabajo de investigación, son fuente de mi inspiración.

¡los amo mucho!

## **AGRADECIMIENTO**

### **A DIOS**

Por haberme dado salud para lograr mis objetivos, así mismo darme esa adorada familia y además de su infinita bondad y amor.

### **A MI MADRE Y HERMANOS**

Por ser el pilar fundamental de mis objetivos alcanzados, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo a través del tiempo; pero más que nada, por su incondicional amor.

### **A MI PADRE**

Por darme tanto amor, comprensión y sobre todo un ejemplo a seguir en esta sociedad, que actualmente al lado de DIOS desde el cielo guía mis pasos.

## INTRODUCCION

El presente plan de trabajo corresponde al movimiento de carga por carretera que es una necesidad fundamental para mover la economía del país, para lo cual es necesario y fundamental la creación de una empresa de transportes que da formalidad a la organización en un país plagado de informalidad y competencia desleal para el empresariado.

La característica principal de este negocio es la de prestar servicio eficientemente a los diferentes clientes potenciales y cautivos, los mimos que demandan una empresa confiable por el tipo de riesgo que genera este rubro, para lo cual se ciñen a una serie de pasos correctamente identificados y valorados.

Analizaremos correctamente los lineamientos a seguir para que el presente plan de trabajo alcance el éxito deseado tanto en lo personal como en lo económico, el transporte de carga también no es extenso al cambio globalizado que se vive hoy en día.

La investigación del presente plan de trabajo se realizó por el interés de contar con una propia organización a la cual instauraremos los pilares de la administración

como administrador de empresas, por otra parte se establece los procedimientos para realizar dicho plan de trabajo y que sea económicamente rentable

En el aspecto profesional como Administrador de Empresas el interés de contar con una propia organización para manejarla adecuadamente, tanto académica como prácticamente, tratando de superarnos día a día, por el bienestar de todos los integrantes de la organización.

El presente plan de trabajo nace por el interés de que nuestra organización cumpla los objetivos de gestión tanto operativa como organizacional, además permitiendo que las diferentes partes de la organización sean proactivas y eficientes.

Por otra parte se detalla los indicadores financieros para una adecuada y eficaz manera de gestionar económicamente en la organización para determinar la rentabilidad de nuestra organización, en el aspecto de manejo adecuado de marketing se realiza técnicamente con una serie de cuestionarios y entrevistas a los potenciales clientes tanto en la ciudad de Lima y Cusco respectivamente para detectar sus peticiones de satisfacer sus necesidades de cubrir el servicio de movimiento de sus productos de un lugar a otro, dinamizando la economía en la región.

Alcanzar a prestar un servicio eficiente a los potenciales clientes que solicitan el servicio de transporte de carga para mover sus productos de un lugar a otro y fidelizarlos en la organización, así mismo nuestros vehículos contarán con todas la

documentación legal correspondiente que solicitan las autoridades para la prestación de dicho servicio.

En el capítulo I se determina el planeamiento estratégico con la formulación propia de la idea de negocio del servicio de transporte de carga por carretera del punto AS al Punto B, se realiza la descripción adecuada de la organización, así mismo se indica su visión. Misión y valores para luego realizar su matriz foda cruzado para minimizar nuestras debilidades y amenazas y maximizar nuestras fortalezas y oportunidades, por otro lado los objetivos y metas estratégicas de la organización.

En el capítulo II el diagnóstico del plan de negocio se analiza el micro entorno tales como los potenciales clientes, competidores, proveedores y posibles intermediarios así como el producto sustituto, en el macro entorno se analizará los factores económicos, culturales y sociales, así mismo el entorno político geográfico demográfico y tecnológico respectivamente.

En el capítulo III en lo referente al estudio de mercado, se analiza la oferta que ofrecen los competidores directos y potenciales, así mismo la demanda de los potenciales clientes.

El capítulo IV el plan de comercialización, las características y la segmentación de los mercados, por otro lado el marketing mix lo que promociona nuestro servicio enfocados en las cuatro p (producto, precio, plaza y promoción)

En el capítulo V el plan técnico sobre la localización de la organización, el tamaño del negocio y sus necesidades tanto en maquinaria, equipo, mano de obra y materia prima, así mismo si indica los costos directos e indirectos y el proceso de ejecución del servicio, por otro lado las certificaciones necesarias y el manejo del impacto en el medio ambiente.

El capítulo VI la planificación financiera la estructura de costos, los ingresos y egresos, el cuadro de amortización de la deuda, el flujograma de caja económica y financieramente, la evaluación económica y financiera y los estados financieros proyectados.

El último capítulo VII llegaremos a las conclusiones del presente trabajo si es factible o viable en la práctica el plan de trabajo y las recomendaciones que se plasmaran para mejorar la organización siempre como objetivo principal la mejora continua, con su respectiva bibliografía

## RESUMEN

El presente plan de trabajo sobre la prestación de servicio de transporte de carga por carretera se desarrollara en los departamentos de Lima y Cusco respectivamente, para mover los productos de potenciales clientes de un lugar a otro la misma que dinamiza la economía en la región, para lo cual se desarrollará una serie de capítulos desde el planteamiento estratégico de la idea de negocio que incluye su formulación de la idea de negocio, la descripción de la organización su perfil incluyendo su misión, visión y valores, se analizara su matriz FODA y sus objetivos generales estratégicos, se realiza el diagnóstico del plan con el análisis de micro y macro entorno respectivamente, así mismo se efectúa un estudio de mercado delineando la oferta y demanda y su respectivo plan técnico indicando la localización, tamaño, necesidades, costos, el proceso de operación, sus certificaciones necesarias y luego su planificación financiera donde se analiza la inversión, egresos y egreso, deudas, flujo de caja evaluación y los estados financieros terminando con la conclusiones y recomendaciones respectivas.



## **ABSTRACT**

This work plan on the provision of road freight transport services will be developed in the departments of Lima and Cusco respectively, to move the products of potential customers from one place to another, the same that stimulates the economy in the region, to which will develop a series of chapters from the strategic approach of the business idea that includes its formulation of the business idea, the description of the organization, its profile including its mission, vision and values, its SWOT matrix and its objectives will be analyzed general strategic, the diagnosis of the plan is carried out with the analysis of the micro and macro environment respectively, likewise a market study is carried out outlining the supply and demand and its respective technical plan indicating the location, size, needs, costs, the process of operation, its necessary certifications and then its financial planning where the investment, expenses and expenses, debts, fl cash flow evaluation and financial statements ending with the respective conclusions and recommendations.

# INDICE

## CAPITULO I

### PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

1.1	Formulación de la idea de negocio.....	Pag.14
1.2	Descripción de la empresa.....	Pag.15
1.3	Perfil de la empresa.....	Pag.15
1.4	Misión.....	Pag.16
1.5	Visión.....	Pag.16
1.6	Valores.....	Pag.16
1.7	El servicio.....	Pag.17
1.8	Matriz FODA cruzado.....	Pag.17
1.8.1	Estrategia FO (ofensiva).....	Pag.17
1.8.2	Estrategia FA (preventiva).....	Pag.18
1.8.3	Estrategia DO (proactivas).....	Pag.19
1.8.4	Estrategia DA (defensiva).....	Pag.19
1.9	Objetivos estratégicos generales.....	Pag.20

## CAPITULO II

### DIAGNOSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1	Análisis del micro entorno.....	Pag.22
2.2	Análisis del macro entorno.....	Pag.24

## CAPITULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

3.1	Oferta.....	Pag.28
3.1.1	Competidores directos.....	Pag.29
3.1.2	Competidores potenciales.....	Pag.30
3.2	Demanda.....	Pag.31

## CAPITULO IV

### PLAN DE COMERCIALIZACION

4.1	Mercado.....	Pag.32
4.1.1	Características.....	Pag.33
4.1.2	Segmentación.....	Pag.33
4.2	Marketing mix.....	Pag.34
4.2.1	Producto.....	Pag.35
4.2.2	Distribución.....	Pag.35
4.2.3	Promoción.....	Pag.36
4.2.4	Precio.....	Pag.37

## CAPITULO V

### PLAN TECNICO

5.1	Localización de la empresa (matriz de localización.....	Pag.38
5.2	Necesidades (maquinaria y equipos, mano de obra y Materia prima).....	Pag.42
5.2.1	Necesidades de maquinarias y equipos.....	Pag.42
	a) Juego de escritorio.....	Pag.43
	b) Equipo de computo.....	Pag.44
	c) Asientos.....	Pag.44
	d) Letreros publicitarios.....	Pag.44
	e) Balanza.....	Pag.44
	f) Parihuelas.....	Pag.45
	g) Malla.....	Pag.45
	h) Camión.....	Pag.45

i) Carreta.....	Pag.46
j) Camión pequeño.....	Pag.46
k) Monta carga.....	Pag.46
5.2.2 Necesidades de infraestructura.....	Pag.47
5.2.3 Descripción de espacios.....	Pag.47
a) Área de atención al cliente.....	Pag.47
b) Área de almacenamiento.....	Pag.47
c) Área de despacho.....	Pag.48
d) Servicios higiénicos.....	Pag.48
e) Oficinas administrativas.....	Pag.48
5.3 Costos (directos e indirectos).....	Pag.48
5.4 Proceso de Operación (diagrama de flujo).....	Pag.51
5.5 Certificaciones Necesarias.....	Pag.51
5.6 Inspección técnica de seguridad en defensa civil básica,.....	Pag.52
5.7 Impacto en el medio ambiente.....	Pag.53

## CAPITULO VI

### PLANIFICACION FINANCIERA

6.1 Insumos.....	Pag.55
6.2 Requerimiento de Personal.....	Pag.56
6.3 Maquinaria y equipos.....	Pag.56
6.4 Activos intangibles.....	Pag.57
6.5 Gastos de operación.....	Pag.58
6.6 Inversión inicial.....	Pag.59
6.7 Estructura de financiamiento.....	Pag.60
6.8 Calculo de interés total por préstamo bancario.....	Pag.61

6.9	Calculo de Costos unitarios de servicio.....	Pag.63
6.10	Promedio de viajes anuales.....	Pag.64
6.11	Costos por satisfacer al cliente.....	Pag.65
6.12	Ventas totales anuales.....	Pag.66
6.13	Costos de producción anual.....	Pag.66
6.14	Depreciación anual.....	Pag.66
6.15	Estado de ganancias y pérdidas.....	Pag.67

## CAPITULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1	Conclusiones.....	Pag.68
7.3	Recomendaciones.....	Pag.69

### **INDICE DE TABLAS Y FIGURAS**

1.	Tabla Nro.1.....	Pag.38
2.	Tabla Nro.2.....	Pag.39
3.	Tabla Nro.3.....	Pag.43
4.	Tabla Nro.4.....	Pag.49
5.	Tabla Nro.5.....	Pag.49
6.	Tabla Nro.6.....	Pag.50
7.	Tabla Nro.7.....	Pag.50
8.	Tabla Nro.8.....	Pag.56
9.	Tabla Nro.9.....	Pag.56
10.	Tabla Nro.10.....	Pag.57

11.	Tabla Nro11.....	Pag.58
12.	Tabla Nro.12.....	Pag.59
13.	Tabla Nro.13.....	Pag.60
14.	Tabla Nro.14.....	Pag.60
15.	Tabla Nro.15.....	Pag.61
16.	Tabla Nro.16.....	Pag.61
17.	Tabla Nro17.....	Pag.62
18.	Tabla Nro.18.....	Pag.63
19.	Tabla Nro.19.....	Pag.64
20.	Tabla Nro.20.....	Pag.65
21.	Tabla Nro.21.....	Pag.66
22.	Tabla Nro.22.....	Pag.66
23.	Tabla Nro.23.....	Pag.67
24.	Tabla Nro.24.....	Pag.67
25.	Figura Nro.1.....	Pag.29
26.	Figura Nro.2.....	Pag.31
27.	Figura Nro.3.....	Pag.37
28.	Figura Nro.4.....	Pag.40
29.	Figura Nro.5.....	Pag.51

## **CAPITULO I**

### **PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**

#### **1.1 FORMULACION DE LA IDEA DE NEGOCIO**

Creación de un servicio de transporte de carga por carretera, Esta idea de negocio nace del desprendimiento familiar, que a pasar de los años la he concretado como una realidad, prestamos servicio de transporte de carga por carretera a nivel de toda la zona sur de nuestro país (Lima – Cusco – Lima), pensando ampliar nuestra cobertura a todo el MERCOSUR (Chile, Bolivia y Brasil), siendo ahora nuestro principal objetivo.

## 1.2 DESCRPCION DE LA EMPRESA

Inversiones Y Transportes Malena Sur EIRL, inicio sus operaciones en septiembre del año 2019, en la ciudad del Cusco, es una empresa jurídica, dedicada a la logística y movimiento de carga por carretera, cuenta con vehículos de alto y pequeño tonelaje, realizando sus actividades en la región sur, así mismo cuenta con personal especializado y capacitado para cumplir con las expectativas del cliente y satisfacer sus necesidades del servicio, tiene una organización basada en principios y valores con el lema “TRANSPORTANDO FUTURO”, donde sus colaboradores están plenamente identificados con la organización.

## 1.3 PERFIL DE LA EMPRESA

Inversiones y transportes Malena Sur EIRL, con dirección de personería jurídica en la calle Mariscal castilla nro.104 del Distrito de San Sebastián, provincia del Cusco y departamento del Cusco, con teléfonos móviles 984577555 y 953694495, con correo electrónico [inversionesytransportesmnyl@gmail.com](mailto:inversionesytransportesmnyl@gmail.com), nos encuentran en el facebook como inversiones y transportes Malena Sur, es una empresa dedicada al rubro logístico de transporte de carga por carretera, realizando un servicio personalizado y grupal de puerta a puerta, según las necesidades de cada uno de sus clientes potenciales y cautivos, enfocados siempre en satisfacer las necesidades de los mismos, brindando su servicio con personal capacitado que atenderá, comprenderá y realizara el servicio de transporte de carga de manera



eficiente, siempre teniendo presente el lema “TRANSPORTANDO FUTURO”, para cumplir sus objetivos trazados a corto, mediano y largo plazo.

#### 1.4 MISION

Nuestra misión como organización que se dedica al movimiento de carga por carretera es cumplir eficientemente nuestros objetivos trazados a corto mediano y largo plazo, poniendo nuestra potencial logístico y de recursos humanos al servicio de nuestros clientes para cubrir sus necesidades de servicio de transporte de carga en la zona sur del país (Cusco y viceversa).

#### 1.5 VISION

Ser una organización líder en el movimiento de carga por carretera en la zona sur del Perú, para luego internacionalizarnos mediante la MERCOSUR al año 2027.

#### 1.6 VALORES

Ser una organización que brinde garantía, puntualidad, responsabilidad, buen clima laboral entre sus colaboradores, con la finalidad de que estos se sientan identificados con nosotros y por ende nuestros clientes.

## 1.7 EL SERVICIO

Prestamos servicio de transportes de carga por carretera en todo el sur del país, priorizando las rutas Lima-Cusco, Lima-Apurímac, Lima-madre de Dios, Lima-Arequipa, como zona de paso de nuestras unidades, realizando alianzas estratégicas con empresas aliadas en el sector, así mismo realizamos el servicio de “puerta a puerta”, realizamos el embalado de mudanzas y otros de acuerdo a las necesidades del cliente con la finalidad de satisfacer las mismas.

## 1.8 MATRIZ FODA CRUZADO

### 1.8.1 ESTRATEGIA FO (OFENSIVA)

Dentro de esta estrategia tenemos que somos una empresa que tiene experiencia en el servicio de transporte de carga por carretera, con nuestros recursos humanos que se identifican con la organización, haciendo prevalecer nuestros valores, así mismo en el aspecto logístico contamos con unidades propias que a menudo que vaya creciendo la organización iremos incrementando de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.

### 1.8.2 ESTRATEGIA FA (PREVENTIVA)

En esta estrategia nuestras amenazas para la organización tenemos que la competencia ofrece precios reducidos que no son acorde con la realidad por ende los clientes lastimosamente pasan a la competencia ya que estamos en la ley de la oferta y demanda, la cual la pretendemos contrarrestar prestando un servicio mas eficiente enfocados en la mejora continua, otra amenaza palpable es el factor riesgo que en el servicio de transporte es relativamente alto a las cuales describimos como fallas mecánicas en los vehículos en plena carretera, accidentes en carretera por factores humano y naturales, las cuales pueden causar demora en la entrega de la mercadería a su destino final lo que conduce a que el cliente pueda mostrar disconformidad con el servicio para lo cual contaremos con GPS (Sistema de Posicionamiento Global), los mismos que serán compartidos a los clientes estando informados oportunamente por cualquier eventualidad que pudiera producirse en el transcurso de servicio que estamos prestando

Entre nuestras oportunidades tenemos la constante necesidad de os clientes de mover carga por carretera de un lugar a otro, así mismo entablar alianzas estratégicas entre empresas ligadas al sector para de acuerdo a las necesidades del cliente podernos fusionar, por otro lado somos parte de un gremio de transportistas que mediante la misma vemos otras

opciones de poder tener un clima laboral estable a favor de nuestros colaboradores y cliente

### 1.8.3 ESTRATEGIA DO (PROACTIVAS)

En esta estrategia nuestras debilidades que tenemos son las pocas oportunidades de capacitar a los recursos humanos por el tema de la pandemia covid 19, la misma que con apoyo de la tecnología y capacitadores cualificados las impartiremos median el uso de plataformas digitales, así mismo el sobre costo de los insumos a utilizar en la movilización de los vehículos, maquinas (diésel, repuestos, aceites, mano de obra y otros) buscaremos proveedores que nos vendan en volúmenes para aminorar dichos cobre costos

### 1.8.4 ESTRATEGIA DA (DEFENSIVAS)

Las amenazas que tenemos como la competencia desleal que ofrece precios reducidos que no son acorde con la realidad del mercado, nos hace asumir una posición expectante y de tomar medidas adecuadas tales como ofrecer el servicio de transporte con una variable de ofertas que sean del agrado de nuestros clientes en la ley de la oferta y demanda, otra amenaza palpable es el factor riesgo que en el servicio de transporte es relativamente alto, a las cuales describimos como fallas mecánicas en los

vehículos en plena carretera, accidentes en carretera por factores humano y naturales, a las cuales nosotros lanzamos un paquete de seguros los mismos que son evaluados por nuestros clientes para su toma de decisiones.

## 1.9 OBJETIVOS ESTRATEGICOS GENERALES

El objetivo general es crear una empresa de Transporte que brinde el servicio de transporte de carga por carretera, mediante el plan de negocios con la finalidad de brindar un servicio eficiente y que genere utilidades económicas.

1.9.1. Los requisitos para crear la empresa de transporte son alcanzables y cuantificables, tales como sacar la autorización para prestar servicio de transporte de mercancía y que los vehículos que prestaran el servicio estén debidamente autorizados por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) para prestar servicio de transporte de mercancía. así mismo utilizando la MERCOSUR internacionalizarnos a todos los países comprendidos en la misma cumpliendo con las normas internacionales del transporte de carga terrestre que así lo regula.

1.9.2. Las empresas y/o personas naturales necesitan trasportar sus productos de un lugar a otro (Lima – Cusco y viceversa), para lo cual solicitan los servicios de una empresa de transportes que les satisfaga eficientemente

dicho servicio, para lo cual nosotros diversificamos nuestras cualidades de servicio y las ponemos a disposición del cliente, el mismo que tomara decisiones coherentemente para el bienestar de su negocio o empresa, para llegar a dicha conclusión se realizó un estudio de mercado para conocer nuestros potenciales clientes y nuestras posibles competencias

1.9.3. Sobre los vehículos que entraran en funcionamiento serán de marcas reconocida, que contarán con un amplio stop de repuestos y servicios de mantenimiento preventivo, correctivo y predictivo; con la finalidad de prestar un servicio eficiente en el tiempo.

Las metas que nos proponemos es conquistar el 35% del mercado en un mediano plazo con el objetivo que nuestros clientes se sientan satisfechos con el servicio brindado para obtener su fidelidad, así mismo tener a nuestros colaboradores en constante capacitación con la finalidad de reducir los riesgos que en el servicio de transporte son altos

## **CAPITULO II**

### **DIAGNOSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO**

#### **2.1 ANALISIS DEL MICROENTORNO**

Para analizar el micro entorno nos centraremos en las cinco fuerzas de Porter, como a continuación detallamos:

2.1.1 El poder de los proveedores de carga, los mismos que son nuestros clientes potenciales y cautivos, a los cuales se ofrece un servicio eficiente y con garantía por como se desarrolla determinado servicio y el grado de riesgo existente, desarrollando nuestro servicio en la región sur de país.

2.1.2 El poder de los compradores por el tipo de competencia existente en un país de libre mercado el cual tiene la opción de elegir el la mejor opción en su necesidad de movilizar sus productos, es por esta razón que nosotros apostamos al mejor clima laboral para que ellos siempre nos tengan presentes y se pueda desarrollar las negociaciones deseadas.

2.1.3 La rivalidad entre los competidores, en el servicio de movimiento de carga por carretera tenemos a la competencia que presta dicho servicio compartiendo el mercado como competidores formales e informales, la cual hace que nuestra empresa tenga que realizar eficientemente el proceso para poder sobre vivir en un mercado altamente competente y volátil por el grado de riesgo existente.

2.1.4 La amenaza de servicios sustitutos, en el movimiento de carga, existen servicios sustitutos tales como movimiento por línea férrea, movimiento por línea aérea y movimiento por vía acuática, los cuales son segmentados por la diversidad del ecosistema de la zona sur, así mismo es limitada la oferta de servicios y por el alto costo que genera a los clientes, hace que dependa de la necesidad de cada uno de ellos elegir la mejor forma de mover sus productos de un lugar determinado a otro.

2.1.5 La amenaza de nuevos competidores entrantes, como estamos en un mundo de libre mercado, siempre va a existir nuevas organizaciones que ingresen al mercado del movimiento de carga que hace mas interesante la



competencia, ya que hace que nuestra organización entre en un mundo de mejora continua para poder fidelizar de mejor manera a los clientes potenciales y cautivos.

## 2.2 ANALISIS DEL MACRO ENTORNO

Analizar el macro entorno nos conlleva a analizar los factores externos que pueden afectar de manera positiva o negativa a nuestra organización.

2.2.1 Demográficamente el Perú, como país en desarrollo y de tercer mundo esta en crecimiento y por ende la necesidad de satisfacer a mayor cantidad de personas sus necesidades a la PEA, para lo cual los proveedores de carga o clientes aumentan los volúmenes de estos y por consiguiente estos necesitan mover sus productos con mayor eficacia.

2.2.2 Económicamente hablando el Perú, a pesar de la crisis mundial del covid 19, se mantiene estable tal como menciona los indicadores económicos, siendo una de las economías más estables de la región, teniendo un PBI positivo, pero que si se ha detenido el crecimiento de años anteriores, que ha afectado a las diferentes empresas existentes en el país, nosotros tenemos que adecuarnos rápidamente a los cambios producidos para poder subsistir en el mercado.

2.2.3 Socioculturalmente hablando hay cambios significativos, actualmente por la crisis mundial de la pandemia, para lo cual nuestra organización viene analizando los cambios a realizar una vez que disminuya o se mitigue la pandemia, por los cambios que esta conlleva a la sociedad.

2.2.4 En el aspecto político, hay cambios que de manera rutinaria y por cambio de gobierno tenemos que adecuarnos rápidamente, LA SUTRAN es el órgano de gobierno encargado de la fiscalización al servicio de transporte de carga y tienen cambios en su política de control , así mismo se vive un clima político inestable por la guerra de poderes en el ejecutivo y legislativo que afecta las inversiones y la confianza de los inversionistas en el Perú.

2.2.5 Medioambiental, tenemos que lamentablemente el mundo está colapsando a pesar de la existencia de organismos internacionales que luchan para disminuir y evitar la contaminación ambiental, nosotros como organización tenemos la difícil tarea de luchar contra la contaminación, actualmente estamos realizando nuestros estudios de impacto ambiental para reducir significativamente los daños al ecosistema.

2.2.6 Tecnológicamente hablando tenemos que nuestro país ha roto fronteras para estar acorde con los avances tecnológicos y que las organizaciones no tengan problemas significativos para adecuarse a los cambios que ella conlleva, por ese motivo nuestra organización no ha sido ajena a ello y

también proveemos actualizarnos tecnológicamente, tanto en lo logístico (vehículos, maquinaria, equipos), así como también capacitar a nuestros recursos humanos para estar a la vanguardia con la tecnología.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Según Víctor islas (2002), “la oferta y demanda, son los dos lados de un mismo fenómeno que hemos reconocido como “mercado” del servicio de transporte de carga por carretera. Podría pensarse que hay distintos ofertantes y distintos demandantes de acuerdo al libre mercado en la cual nos encontramos funcionando como empresa en el país. En consecuencia, su análisis se ha desarrollado en forma muy paralela. Sin embargo, como veremos, esta afirmación no es correcta. No obstante, en los siguientes apartados del capítulo describiremos los modelos básicos primero de la demanda, después lo correspondiente a la oferta del servicio de transporte por

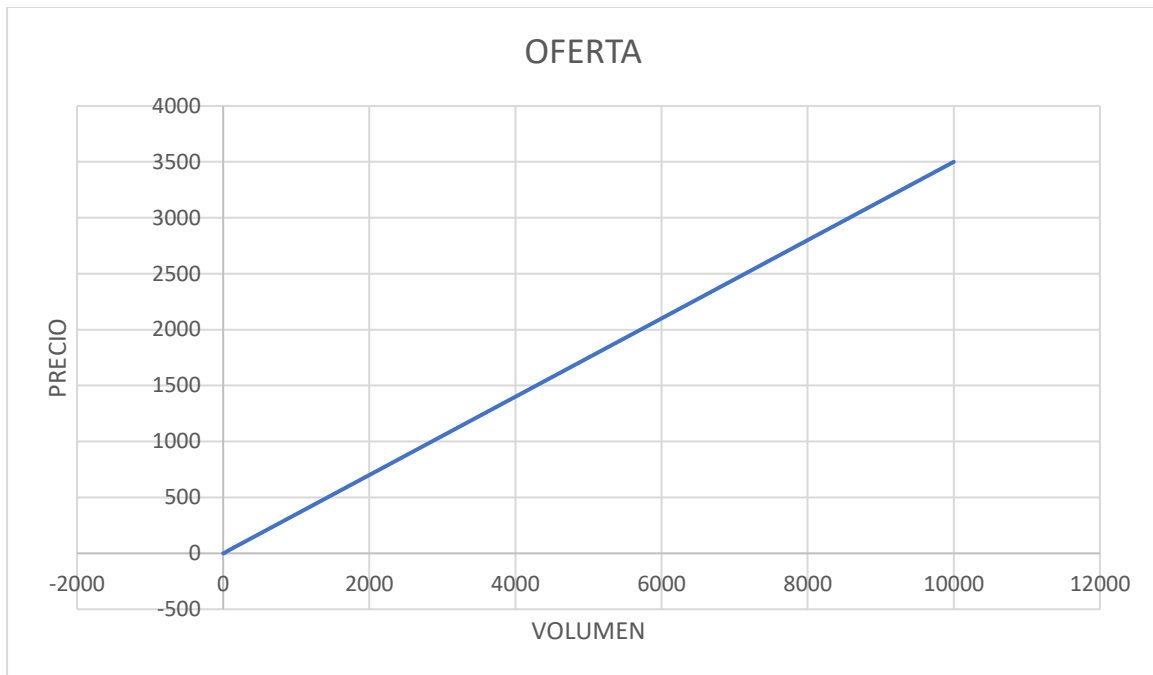
carretera y después un modelo que intenta integrarlos en una sola representación (su “equilibrio”) que resalta su interacción en un mismo fenómeno económico”.

### 3.1 OFERTA

Según el IMT (2002), “la función de oferta representa la cantidad de bienes o servicios que un productor desea ofrecer a un precio determinado. Así, para el caso de una empresa que ofrece un servicio de transporte de carga, la función de servicio estará dada por la cantidad de camiones-kilómetro ofrecidos a determinada tarifa. Sin embargo, la cantidad de producto a ofrecer no sólo dependerá del precio del producto en el mercado, sino también de factores tales como el precio de los insumos y de la tecnología”.

En ese entender nuestra organización pretende ofertar servicios a corde con nuestra realidad socioeconómica en la ruta Lima – Cusco – Lima viceversa, con precios competitivos en el mercado actual para captar los clientes potenciales y cautivos tal como mostraremos en la tabla referencial.

Figura 1



Fuente: Monday.com, elaboración propia.

### 3.1.1 COMPETIDORES DIRECTOS

En la actualidad en el libre mercado que vivimos en el país, tenemos competidores directos legales e ilegales, que ameritan que nuestra organización utilice estrategias adecuadas para sobre vivir en el mercado, en cuanto a las empresas legales son empresas constituidas con personería jurídica y natural, caso contrario sucede con los competidores ilegales que trabajan al margen de la ley sin formalización y mucho menos declaran impuestos al fisco peruano razón por la cual se vuelve en una competencia desleal.

### 3.1.2 COMPETIDORES POTENCIALES

Según MK@ (2020), “los competidores potenciales forman parte de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter y hace referencia a todas aquellas empresas con las que podríamos llegar a competir, aunque no lo hagamos en este instante”. Es por ese motivo que empresas dedicadas al rubro de transporte de pasajeros, ofrecen también su oficina de encomiendas y carga las cuales que por competir en un mundo de libre mercado pueden llegar a ser competidores directos. Entre ellos tenemos a los siguientes MARVISUR, transportes CHOQUEQUIRAO, QUILLA CARGO, AMAZON CARGO, logística AVILA MUÑOZ, CARRASOS Y otros microempresarios dedicados al servicio de transporte de carga.

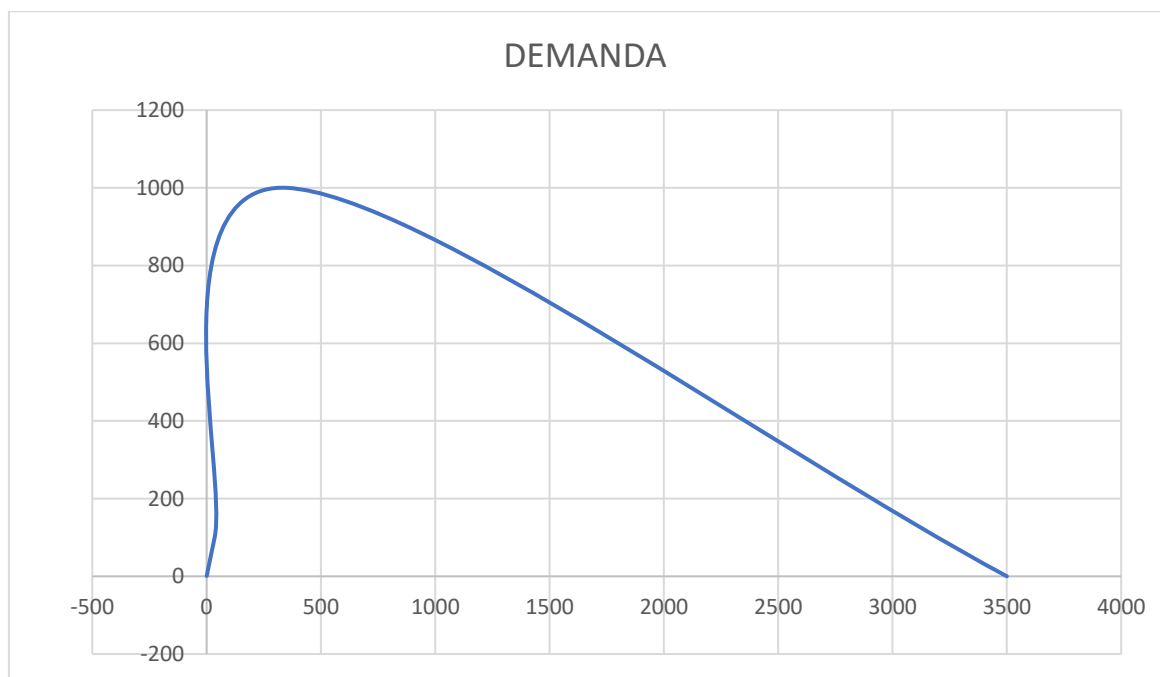
### 3.2 DEMANDA

La demanda tiene que ver con lo que los consumidores deseen adquirir, demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición, la demanda también refleja la intención, mientras que la compra constituye una acción.

Mheducation.es

En relación a ese concepto nuestra empresa ve por conveniente atraer a los posibles clientes que demandaran nuestros servicios para transportar su mercadería de un lugar a otro, en este caso desde Lima hasta Cusco y viceversa, de manera eficiente siempre visionando la calidad total.

Figura 2



FUENTE: Monday.com, elaboración propia



## **CAPITULO IV**

### **PLAN DE COMERCIALIZACION**

#### **4.1 MERCADO**

La investigación de mercado de nuestro servicio de transporte de carga, comprenderá realizar diferentes cuestionarios de entrevistas a profundidad a nuestros clientes potenciales y cautivos, como fuentes de información primaria, para lo cual se realizarán encuestas. Con respecto a las fuentes de información

secundaria, se ha podido obtener información valiosa de instituciones gubernamentales y privadas.

#### 4.1.1 CARACTERISTICAS

Se trata de identificar las diferentes características del mercado relacionadas al servicio de transporte de carga por carretera, especialmente en nuestra ruta Lima – Cusco y viceversa, la misma que se llevara a cabo por la carretera panamericana sur para luego ingresar a la carretera de penetración interoceánica, otras de las características es que se transporta bienes de diferente índole (productos de primera necesidad, productos de ferretería entre otros), así mismo se promueve el servicio de puerta a puerta para dar mayor facilidad a nuestros clientes, por otro lado mencionar que la respuesta es mas rápida que otros medios de transporte y los costos son menores que otros tipos de transporte (aéreo, fluvial etc).

#### 4.1.2 SEGMENTACION

Se realizará un estudio de segmentación, identificaremos las características de los diferentes segmentos relacionados a nuestros clientes que brindaremos nuestro servicio de transporte de carga terrestre como a continuación se detalla:

Segmentación geográfica, donde la mayor cantidad de concentración de nuestro servicio se encuentran en la ciudad del Cusco ( cercado de Cusco, Wanchaq, San Sebastián, San Jerónimo, Saylla, Oropesa y Poroy).

Segmentación sociodemográfica, los consumidores de nuestro servicio generalmente tienen una edad de 20 a 45 años, que tienen un rango medio de educación, generalmente solteros o convivientes, que solicitan nuestros servicios.

Segmentación psicológica, nuestros clientes consideran que nuestro servicio es primordial para movilizar su carga de un punto a otro, ya que les quitamos hasta cierto punto el estrés de la preocupación de satisfacer esa necesidad de transporte de sus bienes con seguridad y eficiencia.

Segmentación por situación de uso, nuestros consumidores no pertenecen a ninguna empresa relacionada a nuestro rubro, que tienen la necesidad de usar o percibir nuestro servicio para el traslado de sus bienes para comercializarlos dentro del ámbito del departamento del Cusco.

## 4.2 MARKETING MIX

Según Lamb, C.; Hair, J. & McDaniel, C. (2011) Explican que para las

empresas de servicios es necesario realizar un ajuste a los elementos del mix de marketing, para lograr satisfacer las necesidades pues se está hablando de algo intangible.

#### 4.2.1 PRODUCTO:

Al ser una empresa de servicio de transporte de carga, el intercambio se verá reflejado en el beneficio que se le genera a nuestros clientes después de haber recibido el servicio, es por esta razón que es necesario la creación de una serie de procesos, que empieza con el servicio como un proceso, servicios centrales y suplementarios, estandarización o personalización y la mezcla de servicios como tales para la satisfacción de sus necesidades de movimiento de sus bienes de un lugar a otro.

#### 4.2.2 DISTRIBUCIÓN

Para este punto es necesario que nuestra empresa de servicio de transporte de carga utilizemos contenidos de conveniencia, ubicación, número de establecimientos, distribución directa e indirecta y programación, consensuada con nuestros clientes potenciales y cautivos.

#### 4.2.3 PROMOCIÓN

Enfatizar las señales tangibles que viene a ser un símbolo determinado en nuestro servicio de transporte de carga, el uso de fuentes de información personal es aquella persona que los consumidores lo consideran conocido en su ambiente personal, crear una sólida imagen organizacional es una combinación del entorno físico de las instalaciones de nuestra empresa, la apariencia física de nuestros clientes internos de la empresa y los artículos tangibles que estén asociados con nuestro servicio, participar en la comunicación posterior al servicio es fundamental a las actividades que se puedan realizar después de la transacción con el cliente con el fin de dar un seguimiento para la mejora continua de la empresa.

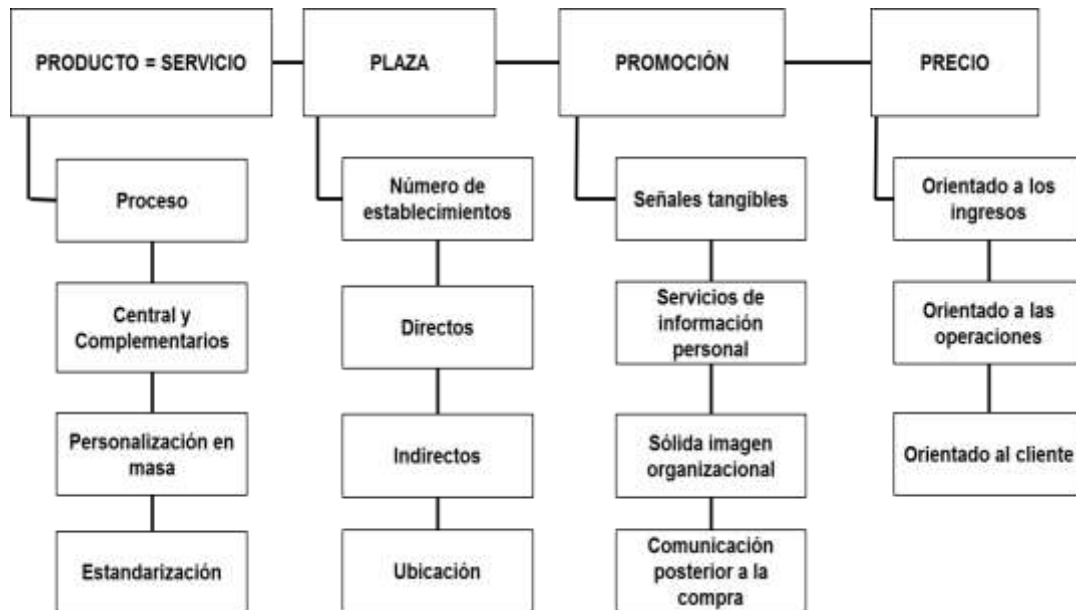
#### 4.2.4 PRECIO

Para fijar nuestra estrategia de precios es necesario conocer cada elemento que ofrece nuestra organización, en ese entender la fijación de precios se orienta a los ingresos, se enfoca en maximizar el excedente del ingreso sobre los costos, la fijación de precios orientada a las operaciones, busca concordar la oferta y la demanda al variar precios, La fijación de precios orientada al cliente, trata de maximizar el número de cliente que utilizan el servicio. Así los precios varían según la capacidad de pago de diferentes segmentos de mercado y se ofrecen métodos de pago (como el crédito), que aumentan la

probabilidad del uso de nuestros servicios.

**Figura 3**

**Desarrollar Mezclas de Marketing de Servicios**



Fuente: (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011)

## CAPITULO V

### PLAN TECNICO

#### 5.1 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA (MATRIZ DE LOCALIZACIÓN)

Para hacer una buena ubicación en el proyecto se procedió criterios de factores de localización.

Tabla N° 1: Matriz de localización

FUENTE: Elaboración Propia

LA VICTORIA



TABLA DE VALORES	
Exelente	100

SAN LUIS

VILLA EL SALAVDOR



Muy Buena	80
Regular	60
Malo	20

CRITERIOS	PESO	LA VICTORIA		SAL LUIS		VILLA EL SALVADOR	
		Valor	Puntaje	Valor	Puntaje	Valor	Puntaje
Costo de Alquiler	30%	100	30	80	24	100	30
Cercania al segmento	15%	60	9	60	9	20	3
Tramites Municipales	5%	20	1	80	4	80	4
tamaño del ambiente	30%	100	30	20	6	60	18
Acceso a Engergia Electrica	20%	80	16	80	16	20	4
	100%		86		59		59

Tabla N° 2: Matriz de localización

FUENTE: Elaboración Propia

WANCHAQ

SANTIAGO

SAN JERONIMO



TABLA DE VALORES	
Exelente	100
Muy Buena	80
Regular	60
Malo	20

CRITERIOS	PESO	WANCHAQ		SANTIAGO		SAN JERONIMO	
		Valor	Puntaje	Valor	Puntaje	Valor	Puntaje
Costo de Alquiler	30%	80	24	100	30	100	30
Cercania al segmento	15%	100	15	60	9	80	12

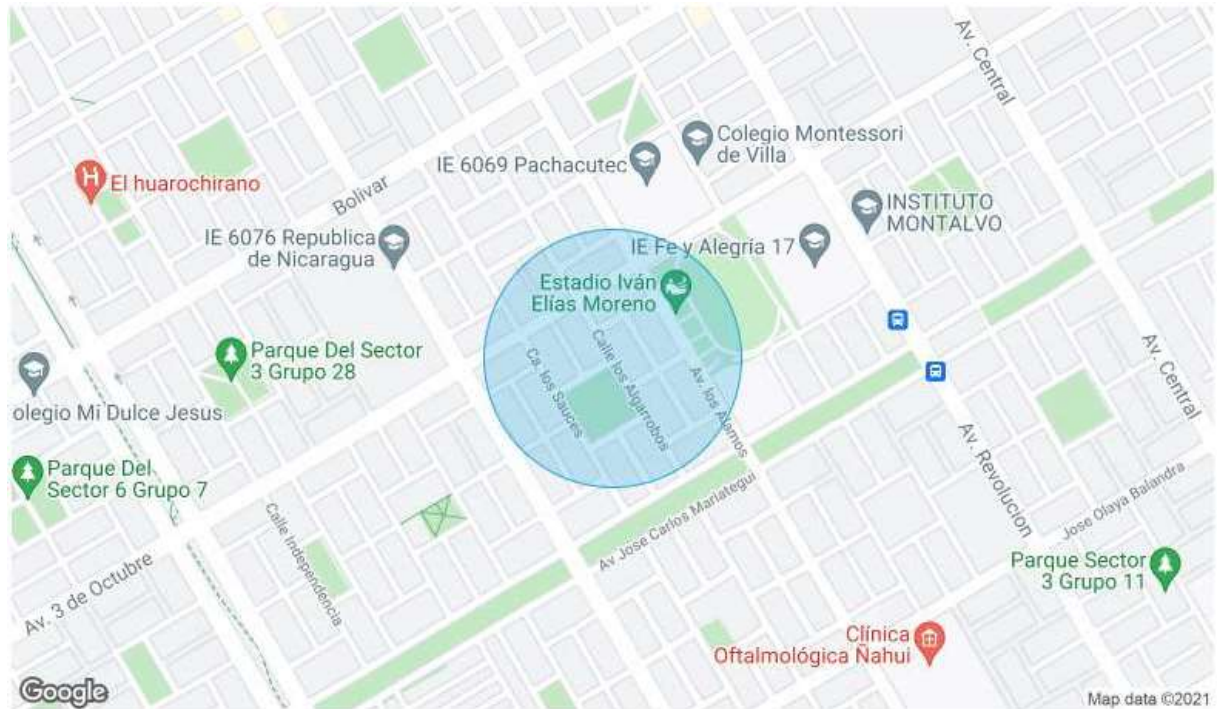


Tramites Municipales	5%	60	3	20	1	20	1
tamaño del ambiente	30%	20	6	20	6	60	18
Acceso a Engergia Electrica	20%	80	16	60	12	80	16
	100%		64		58		77

Las oficinas de recepción, almacenamiento, envío de mercadería y la atención al cliente se ubicarán en La victoria – Lima y en San Jerónimo –Cusco, cuenta con buen espacio para el movimiento y maniobra de los vehículos, así mismo cuenta energía eléctrica y conexión a internet y el alquiler están dentro del presupuesto.

Por otro lado, las oficinas están estratégicamente adecuadas en los lugares donde los potenciales y cautivos clientes depositen con seguridad sus mercaderías para posteriormente ser cargados al vehículo que los trasladara del punto de inicio hasta el punto final.

Figura N°4: oficina en Villa El Salvador



FUENTE : GOOGLE MAP

Tamaño del negocio (capacidad instalada) En cuanto a la capacidad que nos brinda el local en Lima (punto A), es de 500 metros cuadrados el cual nos permite instalar las áreas requerida como: El área de oficina para la atención al cliente de 20 metros cuadrados donde estará ubicada la sala de espera, muebles de escritorio y la balanza electrónica, asimismo en 100 metros cuadrados será el lugar de almacenamiento de la mercadería a transportar de acuerdo al peso y medida en volumen, las mismas que estarán apiladas sobre tarimas(pallet) y los 380 metros cuadrados restantes para el movimiento y maniobra de la maquina debidamente señalizada; en Cusco (punto B), es de 100 metros cuadrados, el cual nos permite instalar las áreas requerida como: El área de oficina para la atención al cliente de 15 metros cuadrados donde estará ubicada la sala de espera, muebles de escritorio y la balanza electrónica, asimismo en 85 metros cuadrados será el lugar de almacenamiento de la mercadería a transportar de acuerdo al peso y medida en volumen, las mismas que estarán apiladas sobre tarimas(pallet) y los 380 metros

cuadrados restantes para el movimiento y maniobra de la maquina debidamente señalizada

Para prestar el servicio en el (punto A) es necesario la fuerza de trabajo de dos personas en el área de recepción y almacenamiento, entre ellas 1 (uno) secretaria(o) de atención al cliente, debidamente capacitada en temas administrativos de transporte de carga por carretera, asimismo 1(uno) almacenero que se encargara de seleccionar y almacenara adecuadamente la mercadería que ingresara y saldrá utilizando la herramienta de (kardex), este proceso se realizara de acuerdo a los tiempos programados con el cliente para realizar el servicio eficientemente, Para prestar el servicio en el (punto B) es necesario la fuerza de trabajo de dos personas en el área de recepción y almacenamiento, entre ellas 1 (uno) secretaria(o) de atención al cliente, debidamente capacitada en temas administrativos de transporte de carga por carretera, asimismo 1(uno) almacenero que se encargara de seleccionar y almacenara adecuadamente la mercadería que ingresara y saldrá utilizando la herramienta de (kardex).

El proceso de servicio permite determinar las actividades a realizar, así como los equipos, e instalaciones requeridas para llevar a cabo la prestación del servicio de la empresa.

Para esto se requiere:

A. Elaborar una lista de todo el equipo requerido para cada actividad.

- B. Calcular la materia prima requerida en el proceso.
- C. Determinar el espacio necesario para llevar a cabo cada actividad.
- D. Establecer cualquier requerimiento especial de instalación o facilidades para llevar a cabo cada actividad.

## 5.2 NECESIDADES (MAQUINARIAS Y EQUIPOS, MANO DE OBRA Y MATERIA PRIMA)

### 5.2.1 NECESIDADES DE MAQUINARIA Y EQUIPOS:

El proceso de prestación del servicio consta de diferentes etapas y para cada una de los respectivos equipos e instalaciones necesarias para su realización.

Tabla N°3 : Equipos instalados en planta

EQUIPOS			
Proceso	Area de servicio	Capacidad	Nro. De equipos
Atencion al cliente	Juego de escritorio		2
Atencion al cliente	Equipo de computo		2
Atencion al cliente	Asientos		5
Atencion al cliente	Letreros Publicitarios		2
Almacenamiento	Balanza	200 Kg	2
Almacenamiento	Parihuelas	2000 Kg	15
Almacenamiento	Malla	20 m	1

Servicio	Camion	Gl	1
Servicio	Carreta		1
Servicio	Camioncito	Gl	1
Servicio	Montacraga	Gl	1

a) Juego de Escritorio:

1. Escritorio: Hecho de material melamina, durable, resistente.
2. Sillón: suave, acuerdo, acolchado, adaptable al peso, color negro de material resistente y durable

b) Equipo de Computo:

1. Maquina CPU (Unidad Central de Procesamiento), compatible con programas actualizados, con acceso a internet, con sus accesorios correspondientes.
2. Monitor de 21 pulgadas compatible con el CPU, con sus cables correspondientes

c) Asientos:

Confortable, de material plástico reforzado, de color celeste, para que el cliente espere su turno de atención de la manera mas cómoda posible.

d) Letreros Publicitarios:

Los mismos que estarán enmarcados con fierro y su forrado de material policarbonato, donde indicara el nombre de la empresa, logo característico, direcciones, números telefónicos, las rutas en las que prestaremos el servicio y algo muy importante nuestros valores.

e) Balanza:

Electrónica, con capacidad de hasta 200 kilogramos, de excelente calidad y durabilidad que nos permitirá saber cuántos kilogramos pesa la mercadería que se transportará de un determinado cliente y sacar el costo total del servicio de transporte de dicha mercadería.

f) Parihuelas:

De material madera, resistente al peso de hasta 200 kilogramos, que permitirá organizar adecuadamente la mercadería entrante en el almacén, asimismo nos ayuda a seleccionar el tipo de mercadería (peso y/o volumen), para su carguío al vehículo.

g) Malla:

De excelente calidad, que nos permite separar las áreas correspondientes entre el cliente y su mercadería.

h) Camión:

Marca Volvo, con motor D12A, de cuatrocientos veinte caballos de fuerza, funciona con diésel (DB5), de 3 (cuatro) ejes, con capacidad de transportar 15 (quince) toneladas de carga útil, de carrocería baranda de madera, con su respectiva toldera de lona que permite cubrir la mercadería de las inclemencias climatológicas, asimismo cuenta con todos los permisos solicitados para su operatividad.

i) Carreta:

Marca Indio de dos ejes, con capacidad para transportar 15(quince) toneladas de carga útil, de carrocería baranda de madera, con su respectiva toldera de lona que permite cubrir la mercadería de las inclemencias climatológicas, asimismo cuenta con todos los permisos solicitados para su operatividad, este es enganchado al camino mediante el kramer y tiro para su arrastre.

j) Camión pequeño:

Marca AWA, con motor cummis, de dos ejes, con capacidad para transportar de 1.5 (uno y medio) toneladas de carga útil, funciona con

diésel (DB5), que permite trasladar la mercadería a lugares donde no está permitido por ordenanza municipal el ingreso de camiones de alto tonelaje.

k) Monta Carga:

Máquina de marca TOYOTA, funciona con GLP (gas licuado de petróleo), de dos ejes, que nos facilita el carguío de las diferentes mercaderías de manera más eficiente.

#### 5.2.2. NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA

La oficina se debe acondicionar para que las diferentes operaciones del servicio, que se desarrollen en aptas condiciones de higiene, seguridad y comodidad. Se adecuará de manera pertinente teniendo en cuenta el flujo del servicio, las cuales consideraremos las óptimas para el tipo de actividad que queremos desarrollar, no obstante, se realizaran algunas adecuaciones. También se ubicarán estratégicamente la señalización de las áreas acondicionadas para la prestación del servicio, esto es con el objeto que el personal este informado y familiarizado por temas de seguridad.

#### 5.2.3 DESCRIPCIÓN DE LOS ESPACIOS:



a) Área de Atención al Cliente:

a.1 Ubicación estratégica de los asientos para sala de espera

a.2 Paredes y pisos en óptimas condiciones

a.3 Punto de conexión de energía eléctrica ubicados estratégicamente

b) Área De Almacenamiento:

b.1 Paredes y pisos en terminación sanitarias.

b.2 Implementación de palés de madera.

c) Área De Despacho

c.1 Paredes y pisos en terminación sanitaria

d) Servicios Higiénicos

d.1 Papel higiénico

d.2 Inodoro, dispensador de jabón líquido, lavamanos.

Estos se encuentran a lado de las oficinas administrativas

e) Oficina Administrativas

e.1 Archivador

e.2 Computadora, escritorio, silla, conexión a wifi.

### 5.3 COSTOS (DIRECTOS E INDIRECTOS)

Para el servicio de transporte se estima que el costo de Materia Prima que se utilizara en el proceso productivo es de S/ 3070 por servicio de transporte del punto A al punto B.

Los costos reflejados en la siguiente tabla se basan en una proyección de ventas de 8 servicios al mes.

Tabla N° 4: Costo de Materia Prima.

INSUMOS	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	COSTOS UNITARIOS (SOLES)	COSTOS TOTALES (SOLES)
Diesel DB5	GI	1600	15.35	24560
Aceite	GI	10	63.2	632
<b>TOTAL DE INSUMOS</b>				<b>25192</b>

Para la mano de obra se requiere de 1 conductor, 2 despachadores y 1 ayudante el costo de la mano de obra es de S/ 7,000.00 incluyendo los costos laborales de una pequeña empresa. Además de 1 administrador y un contador que tendrán un costo de S/1,700.00 el monto incluye costos laborales que estarán en contrato en planilla con todos sus beneficios laborales

Tabla N° 05: Costo de Mano de Obra Directa

<b>REQUERIMIENTO DE PERSONAL</b>			
PERSONAL	CANTIDAD	RENUMERACION MENSUAL (SOLES)	MONTO TOTAL MENSUAL (SOLES)
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
CONDUCTOR	1	2500	2500
ALMACENERO	2	1000	2000
AYUDANTE	1	1000	1000
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>			<b>5500</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>			
ADMINISTRADOR	1	1500	1500
CONTADOR	1	200	200
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>			<b>1700</b>
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>7200</b>

FUENTE : Elaboracion Propia

A continuación podremos visualizar otros costos indirectos para la prestación del servicio.

Tabla N° 06: Costo indirecto de servicio

<b>COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO</b>					
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO(SOLES)	COSTO MENSUAL(SOLES)	COSTO DIARIO (SOLES)
Agua (antioxidante )	GL	3	5,5	16,500	0,550
Depresiacion - equipos	%	0,08	252,28	21,023	0,701
Depresiacion - local	%	0,02	0,8	0,067	0,002
Energia Electrica	Kw/Hr	0,6	480	40,000	1,333
Peajes	Maq.	1	337,42	2024,520	67,484
<b>COSTO UNITARIO TOTAL</b>			<b>1076</b>	<b>2102,110</b>	<b>70,070</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

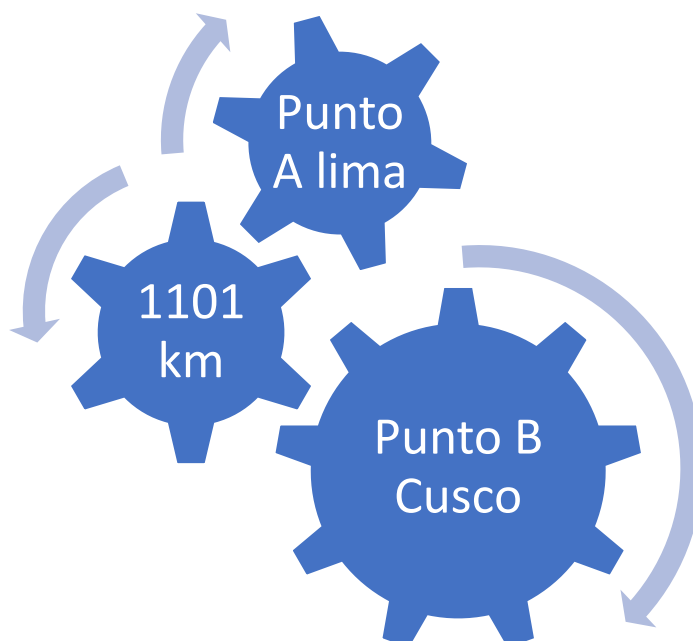
Tabla N° 07: Costo Total

<b>COSTOS POR SATISFACER AL CLIENTE</b>					
DETALLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nro. de clientes por mes	20	25	50	55	60
Nro. de días trabajados	26	26	26	26	26
Nro. de meses trabajados	12	12	12	12	12
Nro. De viajes por mes	6	6	6	6	6
Nro. De toneladas por viaje	28	28	28	28	28
<b>TOTAL DE VIAJES</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>PROMEDIO DE VIAJES ANUALES</b>	<b>72</b>				
ESCENARIO	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pesimista					
Conservador	2016	2016	2016	2016	2016
Optimista					
<b>PROMEDIO DE TONELADAS POR MES</b>	<b>168</b>				

FUENTE : Elaboracion Propia

#### 5.4 PROCESO DE OPERACIÓN (DIAGRAMA DE FLUJO)

Figura N° 05: Diagrama de proceso de operación



FUENTE: Elaboración Propia

En el siguiente diagrama se puede observar cada etapa que se realizaran para la prestación del servicio.

## 5.5 CERTIFICACIONES NECESARIAS

Para poder realizar las actividades del negocio se tramita la licencia de funcionamiento y el carnet sanitario. Los tramites de licencia de funcionamiento se ha de realizar en la municipalidad distrital de Villa el Salvador contando tanto las oficinas administrativas y el almacén con los requisitos solicitados por dicha comuna, así mismo el carnet sanitario se gestionara en la posta de salud correspondiente, los requisitos para este tramite son:

- Llenar el formato de solicitud de licencia de funcionamiento
- Presentar la copia de la vigencia de poder de representante legal
- indicar el número de comprobante de pago por derecho de trámite.
- Presentar la declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad

El costo para este trámite en el distrito de Villa el salvador es de S/215.20, el tramitedemora un promedio de siete días hábiles.

El otro tramite que se debe realizar es la inspección técnica de Defensa civil, este tiene un costo de S/223.00 en el distrito de Villa el Salvador y tiene un plazo derevisión en 15 días hábiles.

## 5.6 INSPECCION TECNICA DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL BASICA

Antes del Suceso a Solicitud De Parte (Áreas desde 101 m2 hasta 500 m2), para lo cual se procederá como a continuación se detalla.

5.6.1 Solicitud (Carta simple) de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil.

5.6.2 Cartilla y/o Plan de Seguridad en Defensa Civil según corresponda (incluye Plano de Evacuación y Seguridad a escala 1/50, 1/75, 1/100. Los planos deberán estar con el mobiliario incorporado y acorde al Reglamento Nacional de Edificaciones (firmado por Arq.)

5.6.3 Pruebas, informes, Protocolos, constancias y otros documentos relacionados con el objeto de inspección con fecha vigente, así como la información técnica requerida por parte del grupo Inspector y/u Órgano ejecutante de la Municipalidad de Villa El Salvador, durante el procedimiento.

## 5.7 IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE

Al servicio de transporte de carga se le presentan varios problemas que hay que solucionar. Contaminación por emisión de gases, residuos de aceite y grasa vertidos de los vehículos, falta de agua, y hoy también el uso indiscriminado de plástico de embalaje o (file), es crítico en un mundo que sufre las consecuencias del cambio climático, la elaboración de estudios de estudio de impacto ambiental es una técnica que se presenta coma solución a estos problemas y mas.

El estudio de impacto ambiental define una serie de procesos que esta definido en el plan de mitigación de residuos que minimicen la contaminación del agua, tierra, aire y sonora para que sea considera la organización como eficiente en el manejo de planes de contingencia de impacto ambiental.

El Plan de Manejo Ambiental (PMA) establece las medidas destinadas a prevenir, corregir y/o mitigar los impactos ambientales potenciales identificados en el Capítulo IV - Identificación y Evaluación de Impactos Ambientales y paralelamente cumplir con el marco legal nacional vigente, que incluye los lineamientos de la Ley General del Ambiente (Ley N° 28611), el Reglamento de Protección Ambiental en las Actividades Eléctricas (D.S. N° 029-94-EM), el Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo de las Actividades Eléctricas (R.M. N° 161-2007-MEM/DEM) y la Guía de Estudios de Impacto Ambiental de la Dirección General de Asuntos Ambientales Energéticos del Ministerio de Energía y Minas (DGAAE - MINEM). Según Estudio de Impacto Ambiental Proyecto Eléctrico.

Así mismo Asegurar que las actividades, proyectos y servicios del Sector Transportes se ejecuten salvaguardando el derecho de las personas a vivir en un ambiente equilibrado y adecuado, conforme lo establece la Constitución Política del Perú y de acuerdo los criterios y principios de la gestión ambiental establecidos en la Ley General del Ambiente y su Reglamento, tal como lo indica el DECRETO SUPREMO N° 004-2017-MTC



## **CAPITULO VI**

### **PLANIFICACION FINANCIERA**

Apaza (2017), define a la planificación financiera como uno de los agentes primordiales para alcanzar una correcta gestión de recursos financieros, lo que hace posible que puedan fundamentarse diferentes estrategias con el propósito de cumplir los objetivos y metas establecidas con las medidas de control.

#### **6.1 INSUMOS**

En insumos del servicio estamos considerando los que van ha ser utilizados por la maquina (vehículo mayor)

Tabla Nro.8

INSUMOS	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	COSTOS UNITARIOS (SOLES)	COSTOS TOTALES (SOLES)
Diesel DB5	Gl	1600	15,35	24560
Aceite	Gl	10	63,2	632
Llantas	Uni.	4	1110	4440
<b>TOTAL DE INSUMOS</b>				<b>25192</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

## 6.2 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

Se contratará personal especializado y no especializado, según los requerimientos de cada área

Tabla Nro.9

<b>REQUERIMIENTO DE PERSONAL</b>			
PERSONAL	CANTIDAD	RENUMERACION MENSUAL (SOLES)	MONTO TOTAL MENSUAL (SOLES)
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
CONDUCTOR	1	2500	2500
ALMACENERO	2	1000	2000
AYUDANTE	1	1000	1000
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>			<b>5500</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>			
ADMINISTRADOR	1	1500	1500
CONTADOR	1	200	200
<b>TOTAL MANODE OBRA INDIRECTA</b>			<b>1700</b>
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>7200</b>

FUENTE : Elaboracion Propia

## 6.3 MAQUINARIA Y EQUIPOS

Se detalla en base a la necesidad del tipo de maquina (vehículo mayor, vehículo menor y otros), necesarias para la prestación del servicio

tabla Nro 10

<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIOS UNITARIOS(SOLES)	MONTO TOTAL (SOLES)
CAMION	1	231000	231000
CARRETA	1	23100	23100
CAMIONCITO	1	35000	35000
BALANZA	2	2500	5000
MONTA CARGA	1	19250	19250
EQUIPO DE COMPUTO	2	1000	2000
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			<b>315350</b>
<b>MUEBLES EN GENERAL</b>			
JUEGO DE ESCRITORIO	2	500	1000
ASIENTOS	5	45	225
PARIHUELAS	15	15	225
<b>TOTAL MUEBLES EN GENERAL</b>			<b>1450</b>
<b>IMPLEMENTACION DE INFRAESTRUCTURA</b>			
LETREROS PUBLICITARIOS	4	80	320
ADECUACION DEL LOCAL	1	800	800
<b>TOTAL IMPLEMENTACION INFRAESTRUCTURA</b>			<b>1120</b>

FUENTE:Elavoracion Propia

#### 6.4 ACTIVOS INTANGIBLES

Se detalla ordenadamente en el cuadro los pasos cronológicos a seguir para la apertura de los locales (punto A y punto B).

Tabla Nro.11

<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>		
DESCRIPCION	COSTO (SOLOES)	RESUMEN DE GASTOS POR RUBRO (SOLES)
<b>GASTOS DE ORGANIZACIÓN</b>		
Estudios preliminares	300	2150
Estudios de factibilidad definitivo	450	
Estudio arquitectonico		
Asesoría	250	
Gastos de instalacion	300	
permisos (construccion, municipales, otros	500	
Busqueda y selección de personal	100	
Gastos imprevistos	250	
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>		
Gastos notariales	850	2780
Inscripcion a Registros publicos	250	
Inscripcion al MTC	300	
Licencia Municipal	280	
Tramites en ministerio de salud	100	
Otros tramites	400	
Servicios de terceros	600	
<b>GASTOS EN CAPACITACION</b>		
Capacitacion en el puesto	450	1250
Otras capacitaciones	800	
<b>GASTOS EN PUBLICIDAD Y ´ PROMOCION</b>		
Permisos municipales para publicidad	150	750
Publicidad	300	
Gastos en marketing directoi	300	
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>		<b>6930</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

## 6.5 GASTOS DE OPERACIÓN

Se ha considerado elementos, servicios, equipos y otros que serán de utilidad para los gastos de operación del servicio para satisfacer al cliente.

Tabla Nro.12

DESCRIPCION	COSTO (SOLES)	GASTOS MENSUALES	GASTOS DE OPERACION				
			AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>GASTOS GENERALES</b>							
Telefono celular	75	4915	58980,000	60749,400	62571,882	64449,038	66382,510
Alquiler de local	4000						
Servicio de internet	60						
Arbitrios	50						
Servicio de agua	50						
Servicios de luz	50						
Servicios de telefonía fija	30						
Personal de mantenimiento y seguridad	600						
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>							
Utiles de oficina	80	1710	20520	21135,600	21769,668	22422,758	23095,441
Gastos de representacion							
Servicio de terceros	200						
Mantenimiento de equipos	150						
Articulos de limpieza	100						
Personal administrativo	980						
Otros gastos	200						
<b>GASTOS DE VENTA</b>							
Publicidad	300	300	3600	3708,000	3819,24	3933,817	4051,832
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>6925</b>	<b>83100</b>	<b>85593</b>	<b>88160,79</b>	<b>90805,614</b>	<b>93529,782</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

## 6.6 INVERSION INICIAL

Tomamos en cuenta el capital monetario que necesitamos para iniciar el negocio, en base a este resultado nos proyectamos a conseguir la misma.

Tabla Nro.13

<b>INVERSION INICIAL</b>				
INVERSIONES	RUBRO DE INVERSIONES	INVERSION DESAGREGADA	INVERSIONES PARCIALES (SOLES)	TOTAL DE INVERSIONES(SOLES)
INVERSION FIJA	INVERSION TANGIBLE	Maquinaria y equipos	315350	317920
		Muebles en general	1450	
		implementacion de infraestructura	1120	
	INVERSION INTANGIBLE	Gastos de organización	2150	6930
		Gastos de constitucion	2780	
		Gatos en capacitacion	1250	
		Gastos en publicidad y promocion	750	
CAPITAL DE TRABAJO	CAPITAL DE TRABAJO	Gastos en insumos	25192	39317
		Pago de sueldos y salarios	7200	
		Gastos de operaciones sin MOI(2)	6925	
<b>TOTAL DE INVERSION INICIAL</b>				<b>364167</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

## 6.7 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Mediante esta estructura tendremos la información del porcentaje de la deuda de nuestra organización con bancos y/o cajas

Tabla Nro.14

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>		
FINANCIAMIENTO	MONTO (SOLES)	PORCENTAJE
Capital	250000	69%
Bancos y/o cajas	114167	31%
otros	0	0%
<b>TOTAL (SOLES)</b>	<b>364167</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

## 6.8 CACULO DEL INTERES TOTAL POR PRESTAMO BANCARIO

Este cuadro nos demuestra el periodo de endeudamiento, la tasa efectiva anual y los interese que se pagaran al largo de este periodo.

Tabla Nro.15

### **CALCULO DE INTERES TOTAL POR EL PRESTAMO BANCARIO**

Tasa efectiva anual	1,65%
4 años = 48 meses	48
PRESTAMO	114167

CUOTA MENSUAL =	3461,989
INTERES TOTAL (4 años)	52008,486
INTERES PROMEDIO MENSUAL	1083,510

FUENTE: Elaboracion Propia

Tabla Nro.16

TASA EFECTIVA MENSUAL	1,65%
N° DE MESES	48
PRÉSTAMO	114167

<b>CUOTA MENSUAL =</b>	<b>3461,99</b>
<b>INTERÉS AÑO 1 =</b>	<b>20788,24</b>
<b>INTERÉS AÑO 2 =</b>	<b>16284,38</b>
<b>INTERÉS TOTAL (4 AÑOS) =</b>	<b>52008,49</b>
<b>INTERÉS PROMEDIO MENSUAL =</b>	<b>1083,51</b>
<b>AMORTIZACIÓN AÑO 1 =</b>	<b>20755,63</b>
<b>AMORTIZACIÓN AÑO 2 =</b>	<b>25259,49</b>
<b>AMORTIZACION AÑO 3 =</b>	<b>30740,66</b>
<b>AMORTIZACION AÑO 4 =</b>	<b>37411,21</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

Tabla Nro.17

MESES	SALDO INICIAL (SOLES)	INTERESES (SOLES)	AMORTIZACIÓN (SOLES)	CUOTA MENSUAL (SOLES)	SALDO FINAL (SOLES)
1	114167,00	1883,76	1578,23	3461,99	112588,77
2	112588,77	1857,71	1604,27	3461,99	110984,49
3	110984,49	1831,24	1630,75	3461,99	109353,75
4	109353,75	1804,34	1657,65	3461,99	107696,09
5	107696,09	1776,99	1685,00	3461,99	106011,09
6	106011,09	1749,18	1712,81	3461,99	104298,28
7	104298,28	1720,92	1741,07	3461,99	102557,22
8	102557,22	1692,19	1769,80	3461,99	100787,42
9	100787,42	1662,99	1799,00	3461,99	98988,42
10	98988,42	1633,31	1828,68	3461,99	97159,74
11	97159,74	1603,14	1858,85	3461,99	95300,89
12	95300,89	1572,46	1889,52	3461,99	93411,37
13	93411,37	1541,29	1920,70	3461,99	91490,66
14	91490,66	1509,60	1952,39	3461,99	89538,27
15	89538,27	1477,38	1984,61	3461,99	87553,66
16	87553,66	1444,64	2017,35	3461,99	85536,31
17	85536,31	1411,35	2050,64	3461,99	83485,67
18	83485,67	1377,51	2084,48	3461,99	81401,19
19	81401,19	1343,12	2118,87	3461,99	79282,32
20	79282,32	1308,16	2153,83	3461,99	77128,49
21	77128,49	1272,62	2189,37	3461,99	74939,12
22	74939,12	1236,50	2225,49	3461,99	72713,63
23	72713,63	1199,77	2262,21	3461,99	70451,42
24	70451,42	1162,45	2299,54	3461,99	68151,87
25	68151,87	1124,51	2337,48	3461,99	65814,39
26	65814,39	1085,94	2376,05	3461,99	63438,34
27	63438,34	1046,73	2415,26	3461,99	61023,08
28	61023,08	1006,88	2455,11	3461,99	58567,97
29	58567,97	966,37	2495,62	3461,99	56072,36
30	56072,36	925,19	2536,80	3461,99	53535,56
31	53535,56	883,34	2578,65	3461,99	50956,91
32	50956,91	840,79	2621,20	3461,99	48335,71
33	48335,71	797,54	2664,45	3461,99	45671,26
34	45671,26	753,58	2708,41	3461,99	42962,84
35	42962,84	708,89	2753,10	3461,99	40209,74
36	40209,74	663,46	2798,53	3461,99	37411,21
37	37411,21	617,29	2844,70	3461,99	34566,51
38	34566,51	570,35	2891,64	3461,99	31674,87
39	31674,87	522,64	2939,35	3461,99	28735,51
40	28735,51	474,14	2987,85	3461,99	25747,66
41	25747,66	424,84	3037,15	3461,99	22710,51
42	22710,51	374,72	3087,27	3461,99	19623,24
43	19623,24	323,78	3138,21	3461,99	16485,04
44	16485,04	272,00	3189,99	3461,99	13295,05
45	13295,05	219,37	3242,62	3461,99	10052,43
46	10052,43	165,87	3296,12	3461,99	6756,30
47	6756,30	111,48	3350,51	3461,99	3405,79
48	3405,79	56,20	3405,79	3461,99	0,00

FUENTE:Elaboracion Propia



## 6.9 CALCULO DE COSTOS UNITARIOS DE SERVICIO

En este ítem ya profundizamos el tema de costos del servicio para luego sacar la conclusión de la rentabilidad del negocio

Tabla Nro.18

<b>CALCULO DE COSTOS UNITARIOS DEL SERVICIO</b>					
			1SERVICIO = 28 TN    1 TN = 1000 KI		
<b>MATERIALES E INSUMOS DIRECTOS</b>					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO (SOLES)	COSTO TOTAL (SOLES)	COSTO (SOLES)
Diesell DB5	Gl	200	15,35	3070	109,643
Aceite	Gl	1,25	63,2	79	2,821
Llantas	Uni	4	1110	4440	158,571
<b>TOTAL COSTO DE INSUMOS DIRECTOS DEL SERVICIO</b>				<b>7589</b>	<b>271,036</b>

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL (SOLES)	COSTO POR VIAJE (SOLES)	COSTO DIARIO (SOLES)
CONDUCTOR	Hr-H	1	2500	416,667	41,667
AYUDANTE	Hr-H	1	1000	166,667	16,667
VIATICOS	DIA	2	1800	300,000	30,000
<b>TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>			<b>3500</b>	<b>583,333</b>	<b>88,333</b>

<b>COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO</b>					
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO(SOLES)	COSTO MENSUAL(SOLES)	COSTO DIARIO (SOLES)
Agua (antioxidante )	GL	3	5,5	16,500	0,550
Depresiacion - equipos	%	0,08	252,28	21,023	0,701
Depresiacion - local	%	0,02	0,8	0,067	0,002
Energia Electrica	Kw/Hr	0,6	480	40,000	1,333
Peajes	Maq.	1	337,42	2024,520	67,484
<b>COSTO UNITARIO TOTAL</b>			<b>1076</b>	<b>2102,110</b>	<b>70,070</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

## 6.10 PROMEDIO DE VIAJES ANUALES

Mediante el presente cual se determina con proyección a 5 años los viajes y toneladas de carga que desarrollara y transportara el vehículo en dos años, proyectando a aumentar un vehículo mas al partir del tercer año.

Tabla Nro.19

<b><u>COSTOS POR SATISFACER AL CLIENTE</u></b>					
DETALLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nro. de clientes por mes	20	25	50	55	60
Nro. de dias trabajados	26	26	26	26	26
Nro. de meses trabajados	12	12	12	12	12
Nro. De viajes por mes	6	6	6	6	6
Nro. De toneladas por viaje	28	28	28	28	28
TOTAL DE VIAJES	72	72	72	72	72

**PROMEDIO DE VIAJES ANUALES** **72**

ESCENARIO	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pesimista					
Conservador	2016	2016	2016	2016	2016
Optimista					

**PROMEDIO DE TONELADAS POR MES** **168**

FUENTE : Elaboracion Propia

#### 6.11 COSTOS POR SATISFACER AL CLIENTE

Se determina los costos pormenorizados del costo de satisfacer al cliente potencial o cautivo precio por tonelada transportada.

Tabla Nro.20

<b>COSTOS DE SATISFACER AL CLIENTE POR VIAJE Promedio de Toneladas viaje =28</b>				
DESCRIPCION	TONELADAS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (SOLES/tn)	MONTO TOTAL (SOLES)
Materia Prima Directa	Toneladas por viaje	28	271,036	7589,008
Mano de obra dirrecta	viaje	1	583,333	583,333
Gastos indirectos de servicio	Toneladas por viaje	28	20,455	572,740
COSTOS DE SERVICIO				8745,081
Gastos generales	mensual	1	4915	4915
Gastos administartivos	mensual	1	1710	1710
Gastos de Venta	mensual	1	300	300
Gastos financieros	mensual	1	1083,51	1083,51
COSTO DE VENTA				8008,51
COSTO UNITARIO DE SERVICIO				312,324
COSTOS UNITARIOS DE VENTA				286,018
MARGEN DE UTILIDAD (25%)				71,505
PRECIO VENTA TN				357,523

FUENTE : Elaboracion Propia

## 6.12 VENTAS TOTALES ANUALES

Como indica el cuadro nos proyectamos a cinco años de ventas totales anuales

Tabla Nro.21

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO DE VENTA TONELADA (SOLES)	357,523	357,523	357,523	357,523	357,523
CANTIDAD ANUAL DE TONELADAS	2016	2016	2016	2016	2016
<b>VENTAS TOTALES ANUALES (SOLES)</b>	<b>720766,368</b>	<b>720766,368</b>	<b>720766,368</b>	<b>720766,368</b>	<b>720766,368</b>

FUENTE : Elaboracion Propia

### 6.13 COSTOS DE PRODUCCION ANUAL

En el presente cuadro, demostramos los costos de producción anual proyectados a cinco años

Tabla Nro.22

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIALES E INSUMOS (SOLES)	302304,00	302304,00	302304,00	302304,00	302304,00
MANO DE OBRA DIRECTA (SOLES)	42000,00	42000,00	42000,00	42000,00	42000,00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (SOLES)	25225,320	25225,320	25225,320	25225,320	25225,320
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>369529,32</b>	<b>369529,32</b>	<b>369529,32</b>	<b>369529,32</b>	<b>369529,32</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

### 6.14 DEPRECIACION ANUAL

En el siguiente cuadro demostraremos la depreciación anual de las maquinarias y equipos, muebles en general e infraestructura, para poder sacar el costo de venta, cuando se quiera actualizar los mismo.

Tabla Nro.23

DEPRECIACIÓN	MONTO (SOLES)	VIDA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN (%)	DEPRECIACIÓN ANUAL (SOLES)	VALOR RESIDUAL (SOLES)
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	315350	15	7%	19621,778	21023,333
MUEBLES EN GENERAL	1450	5	20%	232,000	290,000
INFRAESTRUCTURA	1120	10	10%	100,800	112,000
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>				<b>19954,578</b>	<b>21425,333</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

## 6.15 ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

Por ultimo en el siguiente cuadro definiremos los estados de ganancias y pérdidas de nuestra organización, en la cual nos arroja la rentabilidad positiva.

Tabla Nro.24

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	720766,368	720766,368	720766,368	720766,368	720766,368
COSTO DE PRODUCCIÓN	369529,32	369529,32	369529,32	369529,32	369529,32
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>351237,05</b>	<b>351237,05</b>	<b>351237,05</b>	<b>351237,05</b>	<b>351237,05</b>
GASTOS GENERALES	58980,00	60749,400	62571,882	64449,038	66382,510
GASTOS ADMINISTRATIVOS	20520,00	21135,600	21769,668	22422,758	23095,441
GASTOS DE VENTAS	3600,000	3708,000	3819,240	3933,817	4051,832
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>268137,05</b>	<b>265644,05</b>	<b>263076,26</b>	<b>260431,44</b>	<b>257707,27</b>
DEPRECIACIÓN	19954,578	19954,578	19954,578	19954,578	19954,578
AMORTIZACIÓN DEL INTANGIBLE	20755,63	25259,49	30740,66	37411,21	0,00
GASTOS FINANCIEROS	20788,214	16284,38	10803,21	4132,66	0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>206638,63</b>	<b>204145,60</b>	<b>201577,81</b>	<b>198932,99</b>	<b>237752,69</b>
IMPUESTO A LA RENTA (6,25%)	12914,91	12759,10	12598,61	12433,31	14859,54
<b>UTILIDAD NETA (SOLES)</b>	<b>193723,71</b>	<b>191386,50</b>	<b>188979,20</b>	<b>186499,68</b>	<b>222893,14</b>

FUENTE: Elaboracion Propia

## **CAPITULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1 CONCLUSIONES**

Del presente trabajo de análisis de investigación, en la cual nuestra organización trabaja arduamente para subsistir en un mercado competitivo y a la vez desigual por la existencia de competidores desleales y con clientes o proveedores de carga exigentes para que sus productos sean transportados de manera eficiente desde el punto de inicio hasta el destino final, llegamos a la conclusión de que es rentable económicamente hablando la idea de negocio, ya que se tiene la

experiencia del caso en el rubro de transporte de carga por carretera desde el departamento de Lima hasta el departamento del Cusco y viceversa, contamos con el capital inicial mas el apalancamiento financiero positivo, así mismo el crecimiento de la empresa se desarrollara a mediano y largo plazo porque el monto de inversión es elevado.

## 7.2 RECOMENDACIONES

Por otro lado se recomienda, que porque el grado de riesgo es elevado a consecuencia de la diversidad de climas geográficos que cuenta nuestro país, con carreteras variadas en su circulación contratar una línea de seguros que nos de la garantía de poder afrontar cualquier accidente tanto con nuestros recursos humanos, maquinaria y equipos y también con los productos que transportamos para hacer un servicio más eficiente y siempre visionando a la mejora continua.