



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Plan de negocio para la empresa de transporte
Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Br. Erick Rojas Huanacchiri

ASESOR:

Dr. Noel Alcas Zapata

SECCIÓN:

Ciencias empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados emergentes

LIMA - PERÚ

2019

Página del Jurado



DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL / LA BACHILLER (ES): **ROJAS HUANACCHIRI, ERICK**

Para obtener el Grado Académico de *Maestro en Administración de Negocios - MBA*, ha sustentado la tesis titulada:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA DE TRANSPORTE CORPORACIÓN MINATO S.A.C., LIMA - 2018

Fecha: 29 de enero de 2019

Hora: 3:30 p.m.

JURADOS:

PRESIDENTE: Dr. Chantal Juan Jara Aguirre

Firma:

SECRETARIO: Dra. Rosalynn Ornella Flores Castañeda

Firma:

VOCAL: Dr. Noel Alcas Zapata

Firma:

El Jurado evaluador emitió el dictamen de:

..... *Aprobado por mayoría*

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis:

.....

Recomendaciones sobre el documento de la tesis:

..... *Mejorar estilo de redacción APA*

.....

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de seis meses, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios, a mis padres y hermanos que siempre me brindan su apoyo incondicional y a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron con la culminación del presente trabajo.

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad César Vallejo, a mi asesor de tesis Noel Alcas Zapata, que me brindó su ayuda y soporte durante todo el trayecto de la realización de este trabajo, y a mis demás profesores que me brindaron sus enseñanzas para poder llegar a donde estoy.

Declaratoria de Autenticidad

Declaración de Autoría

Yo, Erick Rojas Huanacchiri, estudiante de la Escuela de Posgrado, Maestría en Administración de negocios- MBA, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; declaro el trabajo académico titulado "Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato SAC, Lima - 2018" presentada, en 101 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Administración de negocios - MBA, es de mi autoría. De conformidad con la Resolución de Vicerrectorado Académico N° 00011-2016-UCV-VA. Lima, 31 de marzo del 2016.

Por tanto, declaro lo siguiente:

He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.

No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.

Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 29 de enero del 2019



Firma

Erick Rojas Huanacchiri

DNI: 46762760

Presentación

Señor presidente

Señores miembros del jurado

Presento la Tesis titulada: Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato SAC, Lima - 2018, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para optar el grado académico de Maestro en Administración de negocios – MBA..

Esperamos que nuestros modestos aportes contribuyan con algo en la solución de la problemática de la gestión en transporte de mercadería, en especial en los aspectos relacionados con el Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato SAC, Lima - 2018

La información se ha estructurado en ocho capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad.

En el primer capítulo se expone la introducción, la misma que contiene realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, la formulación del problema, la justificación del estudio y los objetivos de investigación. Asimismo, en el segundo capítulo se presenta el método, en donde se abordan aspectos como: el diseño de investigación, las variables y su operacionalización, población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y los aspectos éticos. Los capítulos III, IV, V, VI, VII y VIII contienen respectivamente: los resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.

El autor

Índice

Carátula	i
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. Introducción	13
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Trabajos previos	15
1.2.1. Trabajos previos internacionales	15
1.2.2. Trabajos previos nacionales	16
1.3. Teorías relacionadas al tema	17
1.3.1. Importancia de la variable: plan de negocio	19
1.3.2. Características de la variable: plan de negocio	19
1.3.3. Definiciones de la variable: plan de negocio	20
1.3.4. Dimensiones de la variable: plan de negocio	21
1.4. Formulación del problema	24
1.4.1. Problema general	24
1.4.2. Problemas específicos	24
1.5. Justificación del estudio	24
1.5.1. Justificación teórica	24
1.5.2. Justificación práctica	25
1.5.3. Justificación metodológica	25
1.5.4. Justificación social	26
1.6. Objetivos	26
1.6.1. Objetivo general	26
1.6.2. Objetivos específicos	26

II.	Método	27
2.1.	Diseño de investigación	28
2.2.	Variables, operacionalización	28
2.2.1.	Variables	28
2.2.2.	Operacionalización	29
2.3.	Población y muestra	29
2.3.1.	Población	29
2.3.2.	Muestra	30
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	30
III.	Resultados	33
IV.	Discusión	39
V.	Conclusiones	43
VI.	Recomendaciones	46
VII.	Referencias	48
VIII.	Anexos	52
	Anexo 1. Artículo científico	53
	Anexo 2. Matriz de consistencia	64
	Anexo 3. Instrumento	67
	Anexo 4. Validación de los instrumentos	69
	Anexo 5. Permiso de la institución donde se aplicó el estudio	75
	Anexo 6. Base de datos	76
	Anexo 7. Modelo plan de negocio	77

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la variable: Plan de negocio	29
Tabla 2 Resultados de la opinión del juicio de expertos	31
Tabla 3 Escala para interpretar el coeficiente de confiabilidad	32
Tabla 4 Frecuencia de los niveles de la variable plan de negocio	34
Tabla 5 Frecuencia de los niveles de la dimensión resumen ejecutivo	35
Tabla 6 Frecuencia de los niveles de la dimensión plan de marketing	36
Tabla 7 Frecuencia de los niveles de la dimensión plan técnico operativo	37
Tabla 8 Frecuencia de los niveles de la dimensión plan de financiamiento	38

Índice de figuras

Figura 1. Niveles de la variable plan de negocio	34
Figura 2. Niveles de la dimensión resumen ejecutivo	35
Figura 3. Niveles de la dimensión plan de marketing	36
Figura 4. Niveles de la dimensión plan técnico operativo	37
Figura 5 Niveles de la dimensión plan de financiamiento	38

Resumen

El presente trabajo de investigación surge a raíz de una necesidad de implementar un plan de negocio del transporte por carretera, debido a que no tienen conocimiento del mismo; por lo tanto desconocen las estructuras y procedimientos que esto conlleva para el éxito de una organización, es por ello que la mayoría de los empresarios cuando ven una oportunidad de negocio evaden todo este proceso, a fin de dar una solución, es que se plantea este estudio cuyo objetivo es proponer un plan de negocio para las empresas de transporte para poder reducir riesgos de manera interna y externa.

Este estudio es un tipo de investigación descriptiva básica, el cual tiene una variable independiente que es un plan de negocio, la operacionalización de la variable está dividida por cuatro dimensiones que son resumen ejecutivo, plan de marketing, plan técnico operativo y plan de financiamiento, con una población de 42 trabajadores a quienes se les aplicó el cuestionario sobre la propuesta de un plan de negocio, para esta investigación se utilizó el método de Kuder-Richardson el cual tuvo una confiabilidad de 0.80 lo que significa que es alta.

Una vez procesada la información se concluye que se debe de realizar un plan de negocio, el cual va permitir profundizar y analizar mejor la idea de la misma, enfocándose en el giro del negocio, prestación del servicio, en el público objetivo, analizar diversas estrategias y que todas estas acciones se conviertan en una empresa real.

Palabras claves: Plan, negocio, transporte, marketing, operativo, financiamiento

Abstract

The present research work shows that in the business line of road transport they do not have knowledge about a business plan, therefore they do not know the structures and procedures that this entails for the success of an organization, that is why most of the businessmen when they see a business opportunity evade all this process, in order to give a solution, is that this study is proposed whose objective is to propose a business plan for transport companies to be able to reduce risks internally and externally.

This study is a type of basic descriptive research, which has an independent variable that is a business plan, the operationalization of the variable is divided by four dimensions that are executive summary, marketing plan, operational technical plan and financing plan. with a population of 42 workers to whom the questionnaire about the proposal of a business plan was applied, for this research the Kuder-Richardson method was used, which had a reliability of 0.80 which means that it is high.

Once the information is processed, it is concluded that a business plan must be made, which will allow to deepen and better analyze the idea of the same, focusing on the target audience, analyzing various strategies and that all these actions become a company real.

Keywords: Plan, business, transportation, marketing, operational, financing

I. Introducción

1.1. Realidad problemática

El crecimiento constante del mercado y la economía dinámica ha ocasionado una absorción en los movimientos económicos de los países, razón por la misma que las empresas de transporte por carretera es una de las diferentes actividades que tiene mayor efecto en la economía de las mismas.

En Latinoamérica existen diferentes ambientes económicos, uno más que otros avanzados y es debido a las gestiones eficientes por parte de su gobierno tales como en el aspecto legal y tecnológico, frente a este cambio constante las empresas de transporte por carretera buscan ser más eficientes en los tiempos de entrega de mercadería como en el caso de Colombia, México y Ecuador. En estos países vienen afrontando los problemas más concurrentes en el transporte y entrega de la mercadería, tales como: los plazos de entrega suelen ser muy precisos y entregar fuera de tiempo una mercancía suele significar pérdida de dinero, otras de las pérdidas de transporte se debe al manipuleo de la mercadería ya que estos daños pueden ser producidos durante la maniobra de carga y descarga de la misma, exceder el límite de apilado de la mercadería en un medio de transporte es una negligencia por parte de los trabajadores y no saber llevar un buen manejo de control de la cantidad de la mercadería por entregar.

A nivel nacional, buscar la manera y el mecanismo de transporte más eficiente se hace indispensable no solo con el fin de buscar una mejor competencia, sino también con el objetivo de disminuir los costos de transporte, recortar los tiempos de entrega y minimizar el impacto al medio ambiente. Según Rodríguez et al., (2016), el envío de mercadería es un aspecto crítico, debido a sus distintos factores, ya sean económicos, sociales o medioambientales, y este argumento tiene aspectos positivos especialmente en lo económico y en reducir la huella de carbono. Un plan de negocios para una compañía de transporte por carretera, permitirá tener un tarifario competitivo para el transporte de bienes, reestructurar mejor los tiempos de entrega de la mercadería y trazar adecuadamente las rutas de despacho para reducir los costos del combustible, en este sentido abra oportunidades de mejoras con respecto a este tema.

A nivel local, la empresa Corporación Minato S.A.C. distribuye productos de línea cosmética en diversos distritos de Lima Metropolitana, no obstante, es importante que el transportista conozca la ciudad, particularmente las rutas en donde es permitida la circulación del transporte de carga. El transportista debe entregar la mercancía a las personas indicadas y en los lugares indicados según la guía de transporte. La logística de distribución a domicilio presenta ciertas particularidades asociadas al alto volumen y peso de la mercancía, además de tratarse de productos de alta rotación. Como resultado, la demanda de transporte de mercancías a domicilio aumenta cada día y por ende también aumenta el tráfico de vehículos comerciales en la ciudad de Lima. Uno de los aspectos fundamentales dentro de este giro de negocio es la exclusión del almacenaje y sus costes asociados, tomando en cuenta una distribución cruzada en 24 horas o menos, lo cual obedece a disminuir los tiempos de respuestas a los clientes cuando por razones ajenas la misma se retrasa en el despacho de la mercadería. Es por ello que es esencial un plan de negocio que ayude al análisis y diseño de la empresa siguiendo un orden lógico y coherente, dicho esto puede representar el éxito del negocio ya que ayudará a disminuir las contingencias que estarán asociadas dentro de la organización, esto puede irse renovando con el tiempo porque es un instrumento para la toma de decisiones, dentro del proceso al emprendedor le permite darse cuenta de los riesgos y oportunidades que existen dentro de este rubro permitiéndole proyectarse y disminuir los riesgos en el corto plazo analizando las diferentes perspectivas de la empresa en el sector que se desempeña.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Trabajos previos internacionales

Rivero (2016), en su artículo *7 Razones para escribir un Plan de Negocio* su objetivo es que antes de elaborar un plan de negocio se sugiere que el planteamiento del negocio este bien estable, ya sea con algunas ventas, pocos empleados y el modelo del negocio este en claro funcionamiento. Sin embargo, esta idea del negocio debe estar plasmado en un papel con los aspectos y contenidos claves ya que pueden sufrir modificaciones en cualquier momento. Las razones por el cual se debe diseñar un plan de

negocios son para minimizar riesgos de manera interna y externa que se detalla en lo siguiente: sirve como hoja de ruta y análisis estratégico, permite conocer el sector y la competencia, comprueba la coherencia interna del negocio, comunica la idea a posibles inversionistas, proveedores, clientes, etc., relaciona al capital humano con respecto a la marcha del proyecto, analiza la viabilidad técnica y económica y sirve para visionar de manera futura y a corto plazo.

Scarpinelli (2015), en su estudio *de la idea al plan de negocios: como escapar a los errores más frecuentes* su principal objetivo es que fundamentos deben generar para la creación de un nuevo negocio, hay que estar a la par con la realidad y analizarlo si esta idea es buena o no, para ello no es solamente idealizarlo si no que depende de una planificación. Para empezar con esta idea de negocio si es buena o no se debe dar cuenta que necesidades o deseos se van a satisfacer y como se va poder solucionar. Aquella persona que ve la oportunidad de negocio y la transforma en una propuesta de valor puede empezar el trabajo.

Magallanes (2014), es su estudio de *plan de negocios para las Pymes. Aspectos que se deben considerar en su elaboración según la Conducef* plantea que este tema es una guía para los empresarios o empresas que describe un proyecto de negocio, se estudia el entorno del mercado y se fomentan acciones y estrategias que serán efectuadas, tanto para la imagen del negocio como en la fabricación del producto o servicio. Con este diseño del plan de negocio lo que se investiga es concretar y precisar la idea y poder conseguir inversionistas que apuesten en esta idea del negocio.

1.2.2. Trabajos previos nacionales

Requejo y Medina (2017), en su tesis *plan de formalización de negocios para reducir la informalidad del funcionamiento de las mypes de la provincia de Jaén*, con diseño de investigación descriptiva propositiva, esquematizada y con una muestra de 60 negocios, se concluye que en el sector de las mypes más del 90% son informales ya que no cuentan con permiso de funcionamiento ni acta de defensa civil, los factores que influyen a la informalidad del negocio se ve manifestado por carecer de información por parte de las autoridades, afirman que reducirán sus ganancias y demoras en

las gestiones burocráticas, los encuestados que forman parte de la muestra quieren formalizarse, para lo cual este diseño de formalización de negocio podrá reducir la informalidad del funcionamiento de la mypes en la provincia de Jaén.

Gamarra, Ruiz y García (2017), en su tesis *plan de negocio para la implementación de un sistema de rastreo satelital*, se concluye que habrá reducción en la tasa de siniestralidad en las empresas el cual se verá reflejado en los costos por robos de los productos, ayudará en la gestión de la flota para la mejora de su distribución logrando eficiencia en los procesos, la tecnología GPS hace un mejoramiento continuo a través de la red de datos de los teléfonos celulares para poder visualizar, entregar y controlar cada pedido en reparto, lo cual se convertirá en el corto plazo un referido de control y optimización de procesos, se determinará rutas de transporte y se evaluará si es rentable o no, la optimización de rutas bajo este rastreo del GPS permitirá reducir el consumo del combustible.

Pasapera, Girón y Torres (2015), en su estudio *plan de negocios para una empresa de transporte bimodal de carga en la zona centro del Perú*, concluye que desarrollar un plan estratégico permite conocer el mercado y reforzar los objetivos estratégicos, el servicio de carga permite la integración con sus clientes ya que es un intermediario de la empresa que vende sus productos y sus consumidores finales, la evaluación financiera es rentable y el reintegro de la inversión es a largo plazo, tener clientes que aseguren el flujo continuo de la mercadería, de preferencia de manera regular y que requieran mayor seguridad y confianza en las entregas.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Teoría de la reingeniería

La reingeniería forma parte de una propuesta en la administración de negocios que está enfocado en hacer cambios sumamente importantes dentro de la organización con la finalidad de hacerlos mejor continuamente, estos cambios se ven afectados por la globalización de los mercados, vanguardia en la tecnología, que es una contraposición al trabajo rutinario en la administración de empresas.

Según Hammer y Champy (1997, p. 34) afirma que la *reingeniería*, está determinada como “la revisión fundamental y el rediseño radical de procesos empresariales con el fin de provocar mejoras espectaculares en los rendimientos y resultados”.

El proceso de la reingeniería es actualmente aplicado en los negocios, pero independientemente de la modernización, transformación y reestructuración, el objetivo de esta teoría es incrementar la capacidad para lidiar en el mercado, mediante la reducción de los costos, ya sea en los bienes o servicios.

Esta teoría menciona 3 aspectos que son: revisión fundamental que debe hacer la compañía y luego como debe hacerlo, rediseñar es desechar toda la estructura y procedimiento existentes para poder innovar formas en realizar el trabajo y mejoras espectaculares que involucra en el rendimiento y se refleja en los resultados.

La reingeniería es una proposición para la administración del negocio que se enfoca en los cambios radicales de la organización y estructura de la misma con la finalidad de realizar la mejora continua.

Teoría de los sistemas

Esta teoría es la que analiza las partes estructurales de la organización, teniendo en cuenta en que cada una de ellas se va a ir integrando, lo cual permite una buena interacción a través del funcionamiento.

De acuerdo con Von (1950), esta teoría es de forma organizada, lógica y jerárquica de contexto científico y empírico de lo abstracto de la comprensión humana. Las preferencias más importantes dentro de la administración de hoy en día es que describe a la empresa como tal, basada esta como una estructura compuesta por departamentos, estructura y jerarquías interdependientes con el objetivo de lucrar, con el fin de sobrevivir en el exterior y retroalimentándose de manera progresiva para la organización.

Coexisten diferentes teorías de sistemas, pero la más acertada es de Jonson y Kast (1968), que lo definen como “un todo organizado y complejo, implica un complejo interconectado de componentes o partes fundamentales relacionadas, que forman un todo unitario”. Cabe mencionar que dentro de

un procedimiento todas las partes están orientadas con un fin en común, tomando en cuenta que este propósito se debe de relacionar uno con el otro. Por lo tanto, este sistema es un conjunto dinámico que conforma una acción para lograr un objetivo.

1.3.1. Importancia de la variable: plan de negocio

Para incorporarnos en el entorno empresarial debemos tener en cuenta un *plan de negocios*, para muchos es un instrumento en donde se plasman las ideas, pero para otros es algo que se debe de tomar muy seriamente, la finalidad de este documento es organizar mejor las ideas y servirá de gran apoyo para encaminar en la primera fase del negocio.

Para Martín (2015), existen tres puntos claves para diseñar un buen plan de negocios que son: (1) meditar, analizar y repensar en nuestra idea de negocio, para que público va ir dirigido, como va estar puesta en marcha, quien lo va poner en práctica, cuánto va ser su costeo y que vamos a obtener de ella, (2) estará definido mediante una estructura organizativa, lo cual se podrá determinar los productos o servicios que ofrecemos, un pequeño plan de marketing y una estructura financiera que tendrá el negocio, (3) y a través de un análisis FODA se podrá acercar al mercado en el que se va desempeñar el negocio y poder estudiar a la competencia.

La función del plan de negocio es de analizar exhaustivamente la idea del negocio, examinando la posibilidad técnica, económica, financiera, social y medioambiental. De igual manera dentro de este plan es describir las técnicas estratégicas, procedimientos y demás acciones para que esta idea se convierta en una empresa real.

1.3.2. Características de la variable: plan de negocio

Para Botero (2010), las características de un plan de negocios deben cumplir los siguientes propósitos: (1) formalizar la idea del negocio de manera concreta, explícita y minuciosa de las actividades del negocio en cada uno de los departamentos de la empresa para guiar su acoplamiento y operación, (2) exponer al recurso humano esta descripción para que forme parte del negocio y sirva de referencia con sus objetivos y componentes, y así orientar su actuación con el fin de cumplir las metas (3) y por último presentar esta

descripción a los socios y accionistas con el cálculo de los resultados financieros que proyectan alcanzar la empresa para manifestar su inversión.

1.3.3. Definiciones de la variable: plan de negocio

Con el pasar del tiempo han ido surgiendo nuevas técnicas de gestión de negocios que son todo un desafío para los ejecutivos, dueños o empresarios de una organización, para esto las empresas se han negado en adaptarse a los cambios del mundo, del mercado y no afrontan su verdadera realidad.

Según Bullón (2010), el plan de negocio es un resumen minucioso y detallado de una empresa existente, sirve para conocer más a detalle la empresa, conocer su historial de éxito o fracaso, sus estrategias y metas por cumplir. Es un documento en donde encamina a la empresa y se ejecuta de manera específica y coordinada, para ello se tiene que cumplir con cuatro aspectos que son: un resumen ejecutivo, un plan de marketing, plan técnico operativo y plan de financiamiento.

Según Berry (2013), es una recopilación organizada de segmentos importantes, tareas, información y finanzas básicas de la empresa. En este documento deben estar editadas las técnicas, estrategias y los detalles de lo que debe ocurrir en el negocio y cuándo, quién está a cargo y de qué, cómo se medirá el progreso, cómo gastar el dinero y de dónde provendrá, y cuantas utilidades se espera obtener.

Según Botero (2010), el plan de negocio es un escrito en donde se presenta de forma organizada y al detalle todos los conceptos y parte operativa de un negocio a implementar.

Pérez y Gardey (2009), es una guía para el emprendedor y es un acta en donde se presenta el negocio, se analiza la situación del entorno del mercado y plantean gestiones para realizarla en un mediano plazo, con las diferentes estrategias por implementar ya sea de un producto y/o servicio.

Pinson (2009), es una hoja de itinerario que permite visualizar las oportunidades y dificultades deseadas o indeseadas en un futuro, con el fin de alcanzar el éxito dentro del sector, ya sea un negocio nuevo, alguna expansión de la empresa o un proyecto dentro de la misma.

Velasco (2007), es un instrumento de trabajo que sirve como inicio para el progreso de la empresa, esto es transcrito en un papel donde se plasman las ideas, con el fin de alcanzar los objetivos y estrategias a utilizar.

Borello (1994), es elaborado de manera escrita en donde se sigue una manera lógica, progresiva y realista a una acción a llevar, en donde esto va ser ejecutado de manera futura tanto el propietario como los trabajadores de la empresa, manejando los recursos que disponga la empresa con el fin de cumplir sus objetivos.

Ceballos (2011), es un instrumento necesario para la organización de las ideas de la cabeza y presentarlo en un documento sencillo para su lectura de cualquier interesado, esto se presenta como un mapa el cual se fijan las metas propuestas y se trata de crear un negocio cumpliendo la satisfacción de uno mismo.

1.3.4. Dimensiones de la variable: plan de negocio

Resumen ejecutivo

Para Bullón (2010), el plan de negocios es un instrumento cuyo resumen ejecutivo es transcribir de manera clara, sencilla y precisa, el resultado de un transcurso de planeación, este método de negocio sirve para guiar la misma, porque presenta desde los objetivos que se requieren lograr hasta las operaciones cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos.

Lo que busca este instrumento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere al esquema, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán amigable resulta y el contenido se refiere al plan como proposición de inversión, la calidad de la idea, la aclaración financiera, el estudio y la oportunidad de mercado.

Según Gardey y Pérez (2014), se refiere a la exposición de un documento de manera detallada y limitándose a lo central con el objetivo de exhibir el proyecto frente a las personas que lo puedan financiar.

Barreda (2015), es parte de un plan de negocios y la más importante para su lector porque es lo primero que leen los inversores. Por lo tanto, su finalidad es enganchar al inversor y poder acaparar la atención suficiente ya que es el mini plan del proyecto o negocio.

Indicadores

Razón social: es el nombre oficial y legal de un negocio el cual está constituido como persona jurídica o persona natural con negocio.

Giro del negocio: es la actividad en que se dedica la empresa, estas pueden ser de giro empresarial industrial, comercial o de servicios.

Ubicación: es la localización geográfica del negocio y es una decisión de estrategia, ya que va depender de muchos elementos que pueden estar a favor o en contra en cuanto al éxito del negocio.

Plan de marketing

Según Bullón (2010), este plan conduce a través de una cadena de instrucciones y formularios en el que se debe de formar, como y porque hacerlo, no es solo de mencionar la teoría, sino que ha sido puesto en marcha y en muchas ocasiones de manera exitosa. De tal manera que es fundamental para cualquier giro de negocio con el fin de comercializar los bienes o servicios que ofrece la empresa.

Según Marrero (2015), es un manuscrito en el que se detalla de manera metódica todo el resultado de los análisis y estudios realizados, en ello se definen los objetivos a cumplir por un tiempo limitado, así como se despliegan las acciones a tomar para alcanzar dichos objetivos.

Thompson (2016), es un instrumento de suma importancia para todas las personas vinculadas con las actividades a la mercadotecnia de una organización, en ello se describe los objetivos a lograr, como se logrará, los ingresos y egresos de la parte operativa y el proceso de seguimiento y control.

Indicadores

Análisis del mercado: es la obtención de datos sobre la competencia, futuros clientes y el sector del negocio en el que se va a desarrollar para luego analizarlo y obtener información sobre el mercado, la localización del negocio, el producto o servicio, etc.

Prestación del servicio: es un servicio que brinda la empresa frente a terceros el cual será remunerado.

Plan técnico operativo

Según Bullón (2010), es un escrito en donde se detalla los pasos a seguir de la empresa y que acciones deberá desempeñar las personas implicadas en la parte de producción y ventas del producto o servicio, con el fin de alcanzar los objetivos en una determinada etapa.

Según Gardey y Pérez (2014), es el documento en donde los responsables de la organización establecen los objetivos a cumplir y detallan los pasos a seguir. Los directivos ponen por escrito las estrategias que ha ideado para su cumplimiento y son explicados a los empleados para su trabajo cotidiano.

Navarro (2016), es una estrategia general que menciona que se va conseguir y cuáles son los pasos a seguir para su cumplimiento. También consiste en que la organización se proyecte y que tipo de estrategias están diseñadas para poder alcanzarlas y previamente a ello debe hacer una planificación.

Indicadores

Instalaciones: es el conjunto de equipos físicos con el cual va permitir el inicio de operaciones de un negocio cumpliendo las funciones diseñadas.

Proceso de la operación: es una serie de tareas y procesos que van enfocados con la producción del negocio con el fin de brindar un servicio al consumidor final.

Proveedores: son aquellos negocios que proveen a otros con bienes o servicios para el correcto funcionamiento de la misma.

Plan de financiamiento

Para Bullón (2010), la planificación financiera encamina a la organización para poder conseguir sus objetivos estratégicos, con el fin de mejorar su rentabilidad, manejar de manera adecuada el efectivo de dinero, así como las fuentes de financiamiento, fijar límite de ventas, acoplar los gastos operativos y entre otros.

Según Saavedra (2006), es la expresión de importe monetario, el cual se entiende en fijar los objetivos, que estrategias a utilizar para poder alcanzarlas, proposición de metas, etc.

Según Weston (2006), es la obtención de proyectos de ventas, ingresos y activos tomando como base las técnicas de producción y marketing, así como toda la preparación de recursos que se necesitan para poder cumplir la proyección.

Indicadores

Inversión: es la obtención y colocación de un dinero con el cual se conseguirá una ganancia futura.

Punto de equilibrio: es el nivel de ventas en donde cubre todos los costos de la empresa, es decir que no gana ni pierde dinero.

Flujo de caja: es una herramienta financiera en el que se detalla todos los ingresos y egresos del dinero que tiene el negocio en un tiempo dado.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cómo proponer un plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019?

1.4.2. Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cuál es el nivel de resumen ejecutivo de la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019?

Problema específico 2

¿Cuál es el nivel del plan de marketing de la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019?

Problema específico 3

¿Cuál es el nivel técnico operativo de la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019?

Problema específico 4

¿Cuál es el nivel del plan de financiamiento de la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1. Justificación teórica

La actual investigación se realiza con el propósito de contribuir ideas bajo el discernimiento existente sobre el uso de teorías validadas y herramientas

bibliográficas que dan una mayor visión de lo que se quiere desarrollar en el presente trabajo.

Este proyecto de investigación indaga mediante diferentes teorías y definiciones administrativas, explicar las diferentes situaciones de manera externa e interna que puedan afectar a la organización, por ello estos son de gran importancia para la mejora de la misma.

1.5.2. Justificación práctica

El reciente estudio de investigación surge de manera que la empresa Corporación Minato SAC no cuenta con un plan de negocio, ya que la realización de sus operaciones no se encuentra de manera ordenada, con el fin de contribuir se propone alternativas de solución el cual esta idea del negocio se estudiará de manera detallada para no fracasar en el transcurso del tiempo.

Las estrategias a utilizar contribuirán con la elaboración del plan de negocio ya que se estudiará diferentes puntos, tales como el análisis del mercado, futuros clientes potenciales, se obtendrá un mejor concepto del servicio que se está ofreciendo, se establecerá una línea estratégica con el cual servirá de apoyo para cumplir los objetivos de mediano y corto plazo y así evaluar los resultados. Este plan afianzará la idea del negocio, ya que ayudará a mejorar ciertos aspectos para poder minimizar riesgos y sobre todo poder cumplir con los objetivos que tiene la empresa a fin de posicionarse en el mercado y perdurar en el tiempo.

1.5.3. Justificación metodológica

La elaboración de un proyecto de negocio es de suma importancia para el inicio de sus actividades de la organización, es por ello que este plan es una herramienta útil para la planeación e implementación de las actividades que llevará a la empresa a un buen funcionamiento. La idea de este plan es fortalecer el crecimiento de la cultura empresarial con el propósito de generar una imagen de la organización ante terceros, tener una mejor planificación del proyecto, conocer mejor el mercado, determinar las operaciones del negocio en las diferentes áreas, conocer la variabilidad económica y financiera del negocio y definir mejor la organización para que sea eficiente.

1.5.4. Justificación social

Con la finalidad de cumplir y llevar a cabo esta idea de negocio en el rubro de transporte de mercadería por carretera en el distrito de Puente Piedra y ser reconocido en el servicio de entrega eficiente, se cumplirá con el objetivo de una empresa rentable y por lo tanto generará puestos de trabajos a diferentes familias peruanas con un sueldo y gozar de diferentes beneficios que les permitan una mejor calidad de vida.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Proponer un plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019

1.6.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Determinar el nivel de resumen ejecutivo para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019.

Objetivo específico 2

Determinar el nivel de plan de marketing para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019.

Objetivo específico 3

Determinar el nivel de plan técnico operativo para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019.

Objetivo específico 4

Determinar el nivel de plan de financiamiento para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019.

II. Método

2.1. Diseño de investigación

Tipo de estudio

Según Hernández, et al (2014), el actual trabajo de investigación es de tipo básico, el cual está destinado en buscar nuevos conocimientos y nuevas indagaciones.

Enfoque

Según Hernández, et al (2014), tiene un enfoque cuantitativo ya que se fundamenta en números para investigar, analizar y comprobar información, delimitando la asociación mediante las variables, la generalización y objetivación de los resultados obtenidos de la población y para ello se necesita un subgrupo metódico y ordenado para analizar la información que se tiene.

Diseño de estudio

Según Hernández, et al (2014), es descriptiva ya que se va medir, evaluar y recopilar información de las variables, para luego describir la variable independiente plan de negocio.

El diseño de investigación transversal es aquella en donde se recogen datos en un determinado momento, en un período único con el propósito de describir las variables.

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1. Variables

Definición conceptual de la variable plan de negocio

Según Bullón (2010), el plan de negocio es un resumen minucioso y detallado de una empresa existente, sirve para conocer más a detalle la empresa, conocer su historial de éxito o fracaso, sus estrategias y metas por cumplir. Es un documento en donde encamina a la empresa y se ejecuta de manera específica y coordinada, para ello se tiene que cumplir con cuatros aspectos que son: un resumen ejecutivo, un plan de marketing, plan técnico operativo y plan de financiamiento.

Definición Operacional de la variable plan de negocio

Operacionalmente la variable plan de negocio se resalta mediante 04 dimensiones que son: resumen ejecutivo, plan de marketing, plan técnico operativo y plan de financiamiento. Así mismo cada dimensión contiene

indicadores; resumen ejecutivo: razón social, giro del negocio y ubicación; plan de marketing: análisis del mercado y prestación del servicio; plan técnico operativo: instalaciones, proceso de la operación y proveedores; plan de financiamiento: inversión, punto de equilibrio y flujo de caja. Para la clasificación del Plan de negocio se consideró el puntaje promedio obtenido por las encuestas y de acuerdo con ello se determina mediante los niveles que son muy baja, baja, moderada, alta y muy alta.

2.2.2. Operacionalización

Tabla 1.

Operacionalización de la variable: Plan de negocio

Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición y valores	Niveles y rango
Resumen ejecutivo	Razón social	Del 01 al 05	1 = SI	Deficiente
	Giro del negocio			
	Ubicación			
Plan de marketing	Análisis del mercado	Del 06 al 10		0 - 7
	Prestación del servicio			Regular
Plan técnico operativo	Instalaciones	Del 11 al 18	2 = NO	8 – 15
	Proceso de la operación			Bueno
	Proveedores			16 – 21
Plan de financiamiento	Inversión	Del 19 al 21		
	Punto de equilibrio			
	Flujo de caja			

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Según Hernández et al. (2014), la población es un conjunto finito (se conoce todas cantidades) o infinito (que se desconoce las cantidades), que presentan características similares con el cual van hacer materia de investigación.

Para el presente trabajo de investigación la población ha estado compuesta por 42 integrantes que trabajan en la empresa de transporte Corporación Minato SAC.

Unidad de análisis

Trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC.

Criterios de inclusión

Todos los trabajadores que cuenten con secundaria completa, entre las edades de 20 a 54 años.

2.3.2. Muestra

Según Hernández et al. (2014), es una parte extraída de un conjunto que es considerado un segmento distintivo de él. La muestra de este estudio ha sido intencionada por lo cual estaba constituida por 42 colaboradores de la empresa Corporación Minato SAC.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para el trabajo de investigación, la técnica manejada fue la encuesta que se realizó mediante el uso del instrumento de propuesta de plan de negocio.

El instrumento que ha sido utilizado para la recopilación de datos fue el cuestionario, ya que este método nos permite obtener información de las personas en estudio proporcionadas por ellos mismos sobre opiniones y sugerencias.

Ficha técnica del cuestionario

Nombre: Cuestionario de evaluación del plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C.

Autor: Erick Rojas Huanacchiri

Aplicación: Individual

Ámbito de aplicación: Todos los trabajadores que cuenten con secundaria completa, entre las edades de 20 a 54 años.

Significación: Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C. a partir de las siguientes dimensiones: Resumen ejecutivo, Plan de marketing, Plan técnico operativo y Plan de financiamiento.

Duración: 10 minutos.

Finalidad: Medir el conocimiento de los trabajadores sobre la elaboración de un plan de negocio.

Material: Manual y lapicero

Validez

Según Hernández et al. (2014), es el nivel en el que un instrumento busca medir la variable. Para esta aprobación se utilizó el instrumento de medición a través de juicio de expertos con el cual 03 docentes validaron dicha información.

Tabla 2

Resultados de la opinión del juicio de expertos

Experto	Especialidad	Opinión
Dr. Noel Alcas Zapata	Metodólogo	Aplicable
Dr. Carlos Castagnola Sánchez	Temático	Aplicable
Mg. Juan Sánchez Ramos	Temático	Aplicable

Confiabilidad de los instrumentos de medición

Según Hernández et al. (2014), es la precisión de una herramienta de medición y describe el grado de confianza con el cual van hacer aceptados los resultados obtenidos por el investigador.

Para este caso se utiliza el método de Kuder-Richardson y anida en evaluar la consistencia interna de la prueba, es utilizado en una sola aplicación y la confiabilidad se da a partir de las respuestas de los involucrados.

Para poder realizar esta investigación primero se realizó una prueba piloto con el fin de obtener el método de Kuder-Richardson mayor a 0.61.

La prueba piloto se realizó a 15 trabajadores de la empresa. Dicha prueba se hizo en las instalaciones del negocio cumpliendo los criterios de inclusión.

El resultado obtenido mediante la aplicación de la fórmula del método de Kuder-Richardson fue de 0.80, el cual indica que el instrumento tiene una alta confiabilidad.

Tabla 3

Escala para interpretar el coeficiente de confiabilidad

Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.40 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

Fuente: Vallejo, 2007.

De lo expuesto anteriormente se puede atestiguar que el cuestionario que mide la variable plan de negocio es confiable.

2.1. Métodos de análisis de datos

Para el análisis de la variable independiente plan de negocio se utilizó la escala nominal para clasificar las dimensiones y medir los indicadores, se manipuló el cuestionario de manera ordenada para poder realizar el conteo pertinente de cada una de las respuestas y por medio de ello se obtuvieron los resultados, para esto se utilizó la hoja de cálculo Excel para hacer los gráficos de la variable y de las dimensiones.

Según Hernández et al. (2014), para realizar dicho cuestionario se ha recurrido a preguntas cerradas de modalidad dicotómicas, el cual son aquellas con 02 alternativas de respuesta.

2.2. Aspectos éticos

Según Osorio (2017), cualquier clase de divulgación, se considera diferentes principios jurídicos y éticos. Las primordiales de interés a menudo son coherentes entre sí, son de originalidad y de propiedad intelectual.

Por lo tanto, la presente investigación contó con el apoyo de los dueños del negocio y colaboradores de la empresa, manteniendo el anonimato, así mismo respetando a todos los involucrados y sin juzgar las respuestas del instrumento que fueron formuladas a los encuestados.

III. Resultados

3.1. Descripción de la variable: plan de negocio

Para la realización de la presente investigación se entrevistó a 42 trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, tal como se especifica en la siguiente tabla:

Tabla 4.

Frecuencia de los niveles de la variable plan de negocio

<i>Niveles</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Deficiente	4	9,5 %
Regular	27	64,3 %
Bueno	11	26,2 %
Total	42	100,0 %

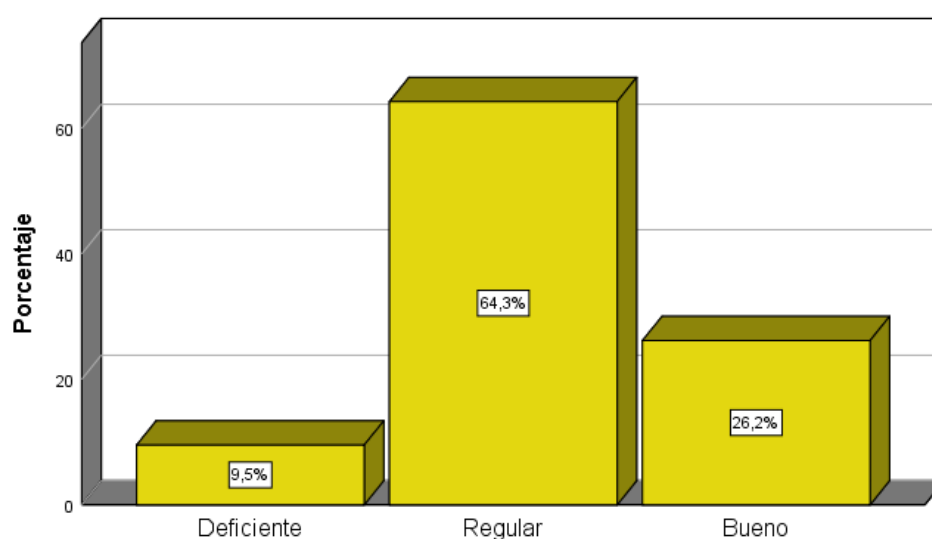


Figura 1. Niveles de la variable plan de negocio

En la tabla 4 y figura 1, se observa que la variable plan de negocio está en el nivel regular con un 64.3% seguido del nivel bueno con el 26.2%. Debido a que los colaboradores de la empresa Corporación Minato SAC considera que es regular implementar un plan de negocio, porque no tienen en claro la idea del negocio, su actividad económica, su procedimiento, estrategias y demás acciones para su elaboración.

Dimensión 1: resumen ejecutivo

Tabla 5.

Frecuencia de los niveles de la dimensión resumen ejecutivo

<i>Niveles</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Deficiente	1	2.4%
Regular	17	40.5%
Bueno	24	57.1%
Total	42	100%

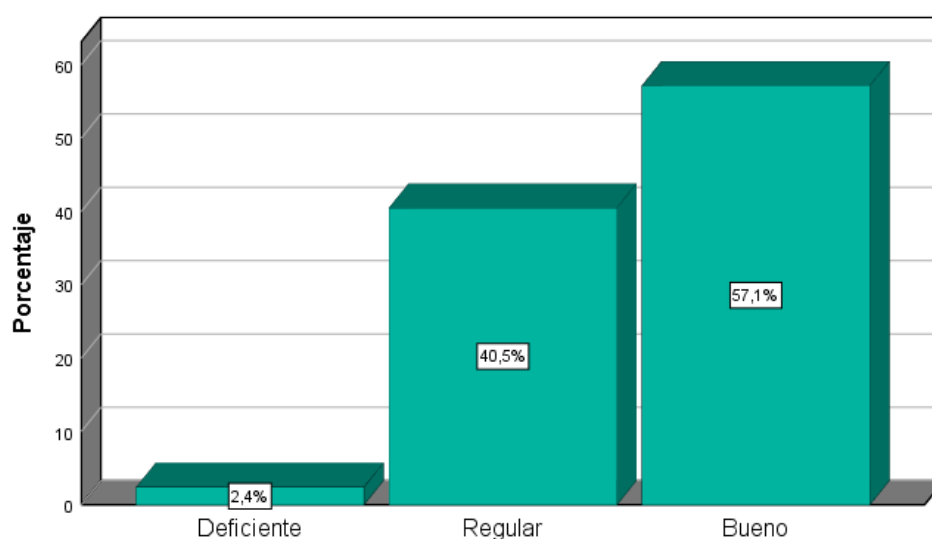


Figura 2. Niveles de la dimensión resumen ejecutivo

En la tabla 5 y figura 2, se observa que la dimensión resumen ejecutivo está en el nivel bueno con un 57.1% seguido del nivel regular con un 40.5%. Debido a que los colaboradores de la empresa Corporación Minato SAC considera que, si se debe de realizar un resumen ejecutivo porque conocen el nombre comercial, el giro del negocio y su ubicación para poder atraer más inversionistas.

Dimensión 2: plan de marketing

Tabla 6.

Frecuencia de los niveles de la dimensión plan de marketing

<i>Niveles</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Regular	22	52.4 %
Bueno	20	47.6 %
Total	42	100.0 %

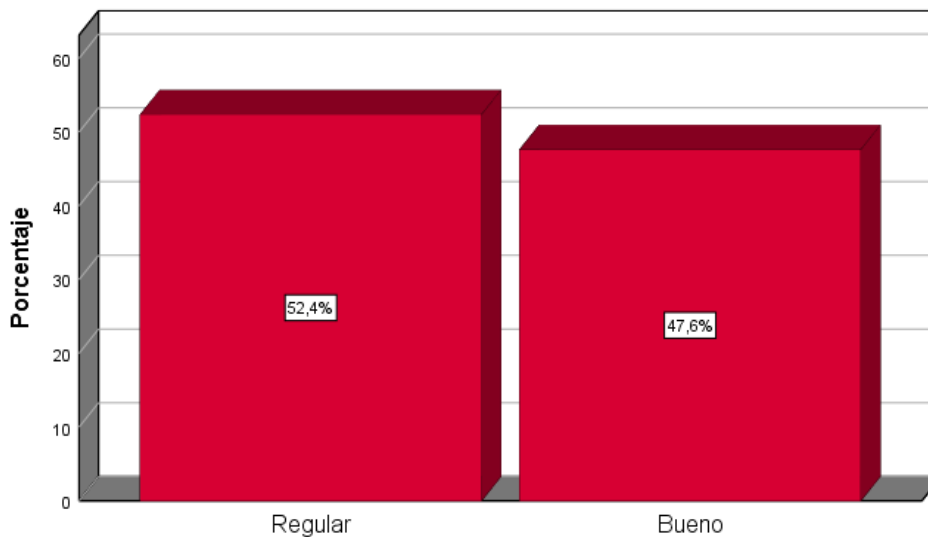


Figura 3. Niveles de la dimensión plan de marketing

En la tabla 6 y figura 3, se observa que la dimensión plan de marketing está en el nivel regular con un 52.4% continuo del nivel bueno con un 47.6%. Debido a que los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC consideran que no tienen en claro el análisis del mercado y del servicio que ofrecen.

Dimensión 3: plan técnico operativo

Tabla 7.

Frecuencia de los niveles de la dimensión plan técnico operativo

<i>Niveles</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Deficiente	16	38.1 %
Regular	12	28.6 %
Bueno	14	33.3 %
Total	42	100.0 %

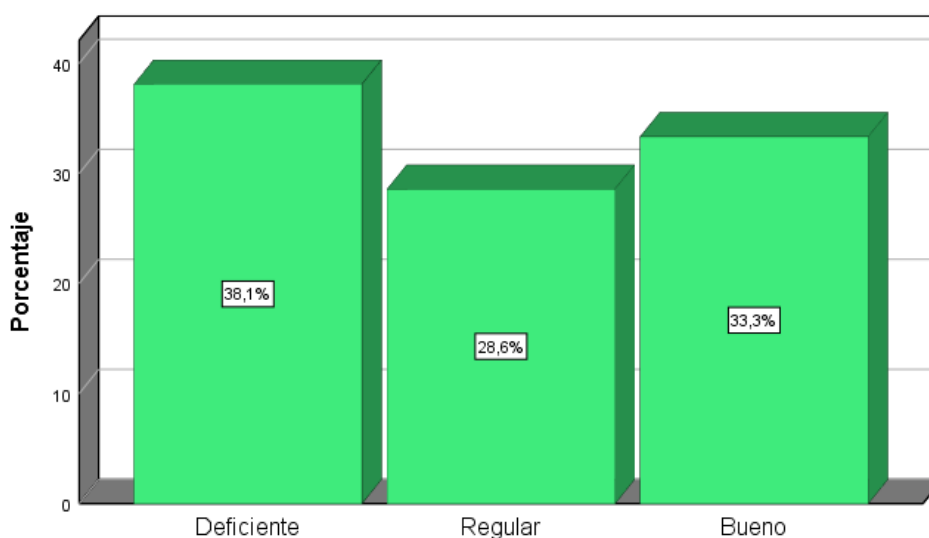


Figura 4. Niveles de la dimensión plan técnico operativo

En la tabla 7 y figura 4, se visualiza que la dimensión plan técnico operativo está en el nivel deficiente con un 38.1% seguido del nivel bueno con un 33.3%. Debido a que los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC consideran que las instalaciones no son las más adecuadas para la operación, desconocen el proceso del trabajo y no tienen contacto con los proveedores.

Dimensión 4: plan de financiamiento

Tabla 8.

Frecuencia de los niveles de la dimensión plan de financiamiento.

<i>Niveles</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Deficiente	34	81.0 %
Regular	2	4.8 %
Bueno	6	14.3 %
Total	42	100.0 %

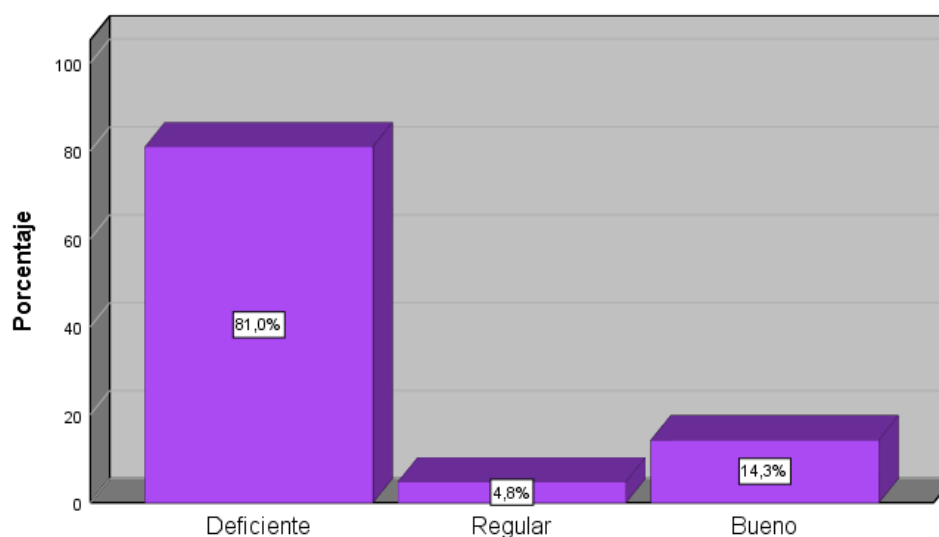


Figura 5. Niveles de la dimensión plan de financiamiento

En la tabla 8 y figura 5, se presenta que la dimensión plan de financiamiento está en el nivel deficiente con un 81% seguido del nivel bueno con un 14.3%. Debido a que los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC desconocen sobre la inversión realizada, cuanto se debe vender diariamente y del movimiento del flujo del dinero y de los gastos operativos.

IV. Discusión

En el presente capítulo se realiza la discusión del trabajo de investigación el cual tiene como objetivo identificar y describir la variable de plan de negocio, con el apoyo y experiencia de todos los colaboradores de la empresa Corporación Minato SAC. Ante todo, esto se pretendió examinar cuales son tales acontecimientos que más se presentaron en el grupo estudiado, como se manifestaron en el resumen ejecutivo, plan de marketing, plan técnico operativo y plan de financiamiento.

En referencia al objetivo general los resultados demuestran que proponer un plan de negocio es de manera regular para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC con un resultado estadístico del 64.3%. En ello, es en donde se evalúa la oportunidad de negocio, se analiza el mercado en el que se va llevar dicho plan, lo cual puede representar el éxito de una idea de negocio ya que va contribuir en la reducción de los riesgos de manera interna y externa que se puedan presentar en la organización. Al respecto Scarpinelli (2015), en su estudio de la idea al plan de negocios: como escapar a los errores más frecuentes, su primordial objetivo es que elementos deben generar para la creación de un nuevo negocio, concluyó que se debe disminuir riesgos dentro de la misma y se debe crear el negocio acorde con las necesidades de la sociedad, analizando si esta idea es buena o no, para ello no es solamente idealizarlo si no que obedece de una planificación. Así mismo Rivero (2016), en su artículo *7 Razones para escribir un Plan de Negocio* su objetivo principal es que la idea del negocio este sólida, ya sea con pocos ingresos, algunos colaboradores y que el negocio este en correcto funcionamiento. Por lo tanto, esta idea del negocio debe estar escrito en un documento con la finalidad de minimizar riesgos.

En relación al objetivo específico 1 los resultados muestran que, determinar el nivel de resumen ejecutivo de la empresa Corporación Minato SAC, nos muestra que es bueno en un 57.1 %, el cual esto involucra 3 elementos que son: razón social, giro del negocio y ubicación. Todo y cada uno de ellos está enfocado en el conocimiento del negocio de manera detallada y resumida con el fin de atraer más inversionistas, detallando los aspectos más significativos del plan de negocio en el cual deben ser breves y concisos al momento de vender la imagen del negocio. Asimismo, Bullón

(2010), nos dice que el resumen ejecutivo es el inicio de un plan de negocios, donde se redacta de manera clara, sencilla y precisa, el resultado de un procedimiento de planeación, este resumen ejecutivo lo que busca es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere al esquema, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán amigable resulta y el contenido se refiere al plan como proposición de inversión, la calidad de la idea, la aclaración financiera, el estudio y la oportunidad de mercado; con el objetivo de exhibir el proyecto frente a otros interesados en financiarlo.

En referencia al objetivo específico 2 los resultados indican que, determinar el nivel de plan de marketing es normal en un 52.4 % para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC con el cual se manifiesta que, si se debe de realizar dicho plan, ya que ello va permitir analizar mejor el mercado y conocer mejor el servicio que se entrega. Al respecto Thompson (2016), nos dice que el plan de marketing es una herramienta en el cual se vincula a todas las personas que están destinados a la mercadotecnia de una organización, en ello se describe los objetivos a lograr, como se logrará, los ingresos y egresos de la parte operativa y el procedimiento de seguimiento y control. Así mismo Según Bullón (2010), el plan de marketing debe de realizar una secuencia de procesos una vez puesto en marcha con el fin de generar un éxito para el negocio al momento de comercializar el servicio que ofrece.

En referencia al objetivo específico 3 los resultados enseñan que, determinar el nivel de plan técnico operativo es deficiente en un 38.1 % para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, ya que desconocen el proceso operativo del negocio que contempla toda la estructura del mismo, conocer todo el proceso de la parte operativa y estar al tanto de los proveedores. De tal manera que este plan técnico operativo ayuda a la organización a alcanzar los objetivos del día a día, dicha estrategia señala los pasos a seguir para su cumplimiento y para ello debe estar todo planeado. Al respecto Gardey y Pérez (2014), nos define el plan técnico operativo como un documento en donde los responsables de la organización establecen los objetivos a cumplir y detallan los pasos a seguir previamente planeados; en este ponen las estrategias por escrito que se ha ideado para su cumplimiento

y son explicados a los empleados para su trabajo cotidiano mejorando así la producción del día a día.

Con referencia al objetivo específico 4 los resultados muestran que, determinar el nivel de plan de financiamiento, es deficiente en un 81% para los colaboradores de la empresa Corporación Minato SAC, ya que desconocen de ello, debido a que no tienen en claro sobre que van a invertir, no conocen cuanto es lo mínimo que deben vender, el desconocimiento del flujo del dinero y gastos operativos. La falta de conocimiento sobre el acceso al financiamiento y factor pérdida económica (descuentos, amonestaciones escritas, activación de primas de seguro, entre otros), afecta en la productividad y crecimiento del negocio, el cual tiene un impacto sobre el crecimiento de las ventas, la producción y limitación al acceso de otras fuentes de financiamiento. Al respecto, Para Bullón (2010), la planificación financiera orienta al negocio para alcanzar sus objetivos estratégicos, con el fin de lograr su rentabilidad, manejar el dinero adecuadamente, fijar límite de ventas, minimizar gastos operativos y buscar diferentes fuentes de financiamiento, entre otros.

V. Conclusiones

Luego de examinar los resultados conseguidos del presente trabajo de investigación se llega a las conclusiones el cual se detalla a continuación:

Primera:

En relación al objetivo general se concluye que la propuesta de un plan de negocio para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, se determinó que el 64.3% de los encuestados, manifiesta que es normal realizar un plan de negocios y que se debe profundizar y analizar la idea del negocio, enfocándonos en el público objetivo, examinando el mercado y visualizar diferentes acciones para alcanzar los objetivos estratégicos del negocio.

Segunda:

En mención al primer objetivo específico se deduce que el nivel de resumen ejecutivo de la empresa Corporación Minato SAC, y nos muestra que es bueno en un 57.1 %, el cual involucra 03 elementos que son: razón social, giro del negocio y ubicación. Todo y cada uno de ellos está enfocado en el conocimiento del negocio de manera detallada y resumida con el fin de atraer más inversionistas, ya que el propósito de ello es tener una visión general y breve del negocio.

Tercera:

En mención al segundo objetivo específico se deduce que un nivel de plan de marketing en la empresa Corporación Minato SAC con un resultado de 52.4% de los encuestados, establece que es normal realizar dicho plan, ya que es esencial al momento de analizar el mercado, comercializar y conocer mejor el servicio que se ofrece.

Cuarta:

En mención al tercer objetivo específico se deduce que el nivel de plan técnico operativo, es deficiente en un 38.1 % para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, ya que ellos desconocen el proceso operativo del negocio. Y es fundamental al momento de brindar el servicio debido a que este plan técnico operativo ayuda a la organización a alcanzar los objetivos del día a día.

Quinta:

En mención al cuarto objetivo específico se deduce que el nivel de plan de financiamiento, es deficiente en un 81% para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, puesto que los colaboradores no tienen una cultura financiera estructurada, por lo cual omiten la proyección de ventas, las inversiones y las estrategias de producción que deben cumplir.

VI. Recomendaciones

Después de las conclusiones que se han logrado en el actual trabajo de investigación se sugiere lo siguiente:

Primera:

A los encargados de la empresa Corporación Minato SAC se sugiere que apliquen la propuesta de “plan de negocio” ya que es fundamental concientizar la idea del negocio, puesto que ayudará a fidelizar mejor las ideas y poder analizarlas, con el propósito de implementar diferentes técnicas estratégicas sobre el servicio que se brinda y posicionarlos en el mercado.

Segunda:

En cuanto al resumen ejecutivo de la empresa se recomienda que provean un documento de manera detallada y breve sobre los aspectos importantes del negocio, ya que ayudará a exhibir mejor la organización frente a posibles inversionistas.

Tercera:

Con relación al plan de marketing de la empresa se recomienda que debe estar totalmente estructurada, en donde se detalle todo el análisis del mercado, conocer a fondo el servicio que ofrece y poder comercializar y captar futuros clientes.

Cuarta:

Se recomienda un plan técnico operativo para la empresa ya que ayudará mucho en todo el proceso de la operación, debido a que en este documento se detallara todos los pasos a seguir y que funciones deben desempeñar cada uno de los trabajadores al momento de brindar el servicio.

Quinta:

Se recomienda la creación de un plan de financiamiento acorde a las necesidades de los colaboradores, por tal motivo este plan es de vital importancia ya que el propósito es optimizar la rentabilidad del negocio, conocer el flujo del dinero, plantear un límite de ventas y ajustar los gastos operativos del negocio.

VII. Referencias

- Barreda, B. (2015). *Como escribir un resumen ejecutivo*. Recuperado de <https://bit.ly/2TV2hgL>
- Berry, T. (2013). *8 pasos para escribir tu plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2sIQOTn>
- Borello, A. (1994). *El plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2lo7nkc>
- Botero, B. (2010). *Estructura del plan de negocios (1a ed.)*. Bogotá, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Bullón, D. (2010). *Importancia del plan de negocio*. Recuperado de <https://bit.ly/2S7DRik>
- Ceballos, A. (2011). *Como empezar un negocio*. Recuperado de <https://bit.ly/2SbucHI>
- Gamarra, W., Ruiz, J. y Garcia, A. (2017). *Plan de negocio para la implementación de un sistema de rastreo satelital*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Hammer, M. y Champy, J. (1997). *Reingeniería, olvide lo que usted sabe sobre cómo debe funcionar una empresa (5a ed.)*. Barcelona, España: Grupo Editorial Norma.
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6a ed.)*. México D. F., México: McGraw-Hill
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, P. (2014). *Selección de la muestra (6a ed.)*. México D. F., México: McGraw-Hill.
- Magallanes, D. (2014). Plan de negocios para las Pymes, aspectos que se deben considerar en su elaboración según la Condusef. *Práctica Fiscal 741*. doi: bit.ly/2SGCPz3
- Marrero, M. (2015). *El plan de marketing*. Recuperado de <https://bit.ly/2NeV1tn>

- Martin, J. (2015). *8 puntos para realizar tu plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2TWDI2O>
- Navarro, E. (2016). *Plan operativo de atención integral*. Recuperado de <https://bit.ly/2InI6YN>
- Ojeda, F. (1972). La teoría de sistemas y el management como sistema. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 1 (2), 281-296.
- Osorio, J. (2017). La ética en la investigación de posgrado. *Revista Electrónica Educare*. doi: bit.ly/2SaKWP6
- Pasapera, A., Girón, J. y Torres, O. (2015). *Plan de negocios para una empresa de transporte bimodal de carga en la zona centro del Perú*. Universidad del Pacífico, Lima, Perú.
- Pérez, J. y Gardey, A. (2009). *Definición de plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2lilczp>
- Pinson, L. (2009). *Anatomía de un plan de negocio*. Recuperado de <https://bit.ly/2oN5Eaf>
- Requejo, D. y Medina, S. (2017). *Plan de formalización de negocios para reducir la informalidad del funcionamiento de las mypes de la provincia de Jaen*. Universidad César Vallejo, Jaén, Perú.
- Rivero, J. (2016). 7 Razones para escribir un Plan de Negocio. *Emprendimiento, Startups & Co*. doi: bit.ly/2TWbl50
- Rodriguez, A., Familiar, J., Menendez, A. y Briceño, C. (2016). *Análisis Integral de Logística en Perú*. Recuperado de <https://bit.ly/2KqFnxe>
- Saavedra, A. (2006). *Plan financiero*. Recuperado de <https://bit.ly/2V40uWI>
- Scarpinelli, L. (2015). De la idea al plan de negocios: cómo escapar a los errores más frecuentes. *La Nación*. doi: bit.ly/2SbuWN0
- Thompson, I. (2016). *El plan de marketing*. Recuperado de <https://bit.ly/2Jk0BY5>

Vallejo, P. (2007). *La fiabilidad de los tests y escalas*. Universidad Pontificia Comillas, Madrid, España.

Velasco, F. (2007). *Aprender elaborar un plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2T6SuXW>

Weston, A. (2006). *Administración del capital de trabajo en las empresas*. Recuperado de <https://bit.ly/2SJUc21>

VIII. Anexos

Anexo 1. Artículo científico

1. TÍTULO

Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C.,
Lima - 2018

2. AUTOR

Erick Rojas Huanacchiri, sek_erick@hotmail.com, Universidad César Vallejo.

3. RESUMEN

El presente trabajo de investigación surge a raíz de una necesidad de implementar un plan de negocio del transporte por carretera, debido a que no tienen conocimiento del mismo; por lo tanto desconocen las estructuras y procedimientos que esto conlleva para el éxito de una organización, es por ello que la mayoría de los empresarios cuando ven una oportunidad de negocio evaden todo este proceso, a fin de dar una solución, es que se plantea este estudio cuyo objetivo es proponer un plan de negocio para las empresas de transporte para poder reducir riesgos de manera interna y externa.

Este estudio es un tipo de investigación descriptiva básica, el cual tiene una variable independiente que es un plan de negocio, la operacionalización de la variable está dividida por cuatro dimensiones que son resumen ejecutivo, plan de marketing, plan técnico operativo y plan de financiamiento, con una población de 42 trabajadores a quienes se les aplicó el cuestionario sobre la propuesta de un plan de negocio, para esta investigación se utilizó el método de Kuder-Richardson el cual tuvo una confiabilidad de 0.80 lo que significa que es alta.

Una vez procesada la información se concluye que se debe de realizar un plan de negocio, el cual va permitir profundizar y analizar mejor la idea de la misma, enfocándose en el giro del negocio, analizar el mercado, prestar un buen servicio, identificar el público objetivo, analizar diversas estrategias y que todas estas acciones se conviertan en una empresa real.

4. PALABRAS CLAVE

Plan, negocio, transporte, marketing, operativo, financiamiento

5. ABSTRACT

The present research work shows that in the business line of road transport they do not have knowledge about a business plan, therefore they do not know the

structures and procedures that this entails for the success of an organization, that is why most of the businessmen when they see a business opportunity evade all this process, in order to give a solution, is that this study is proposed whose objective is to propose a business plan for transport companies to be able to reduce risks internally and externally.

This study is a type of basic descriptive research, which has an independent variable that is a business plan, the operationalization of the variable is divided by four dimensions that are executive summary, marketing plan, operational technical plan and financing plan. with a population of 42 workers to whom the questionnaire about the proposal of a business plan was applied, for this research the Kuder-Richardson method was used, which had a reliability of 0.80 which means that it is high.

Once the information is processed, it is concluded that a business plan must be made, which will allow to deepen and better analyze the idea of the same, focusing on the target audience, analyzing various strategies and that all these actions become a company real.

6. KEYWORDS

Plan, business, transportation, marketing, operational, financing

7. INTRODUCCIÓN

Rivero (2016), en su artículo *7 Razones para escribir un Plan de Negocio* su objetivo es que antes de elaborar un plan de negocio se sugiere que la idea del negocio este bien estable, ya sea con algunas ventas, pocos empleados y el modelo del negocio este en claro funcionamiento. Sin embargo, esta idea del negocio debe estar plasmado en un papel con los aspectos y contenidos claves ya que pueden sufrir modificaciones en cualquier momento. Las razones por el cual se debe elaborar un plan de negocios son para minimizar riesgos de manera interna y externa que se detalla en lo siguiente: sirve como hoja de ruta y análisis estratégico, permite conocer el sector y la competencia, comprueba la coherencia interna del negocio, comunica la idea a posibles inversionistas, proveedores, clientes, etc., relaciona al capital humano con respecto a la marcha del proyecto, analiza la viabilidad técnica y económica y sirve para visionar de manera futura y a corto plazo.

La empresa Corporación Minato S.A.C. distribuye productos de línea cosmética en diversos distritos de Lima Metropolitana, no obstante, es importante que el transportista conozca la ciudad, particularmente las rutas en donde es permitida la circulación del transporte de carga. El transportista debe entregar la mercancía a las personas indicadas y en los lugares indicados según la guía de transporte. La logística de distribución a domicilio presenta ciertas particularidades asociadas al alto volumen y peso de la mercancía, además de tratarse de productos de alta rotación. Como resultado, la demanda de transporte de mercancías a domicilio aumenta cada día y por ende también aumenta el tráfico de vehículos comerciales en la ciudad de Lima. Uno de los aspectos fundamentales dentro de este giro de negocio es la eliminación del almacenaje y sus costos asociados, tomando en cuenta una distribución cruzada en 24 horas o menos, lo cual obedece a disminuir los tiempos de respuestas a los clientes cuando por razones ajenas la misma se retrasa en el despacho de la mercadería. Es por ello que es necesario un plan de negocio que ayude al análisis y diseño de la empresa siguiendo un orden lógico y coherente, dicho esto puede representar el éxito del negocio ya que ayudará a disminuir las contingencias que estarán asociadas dentro de la organización. Problema: ¿Cómo proponer un plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018? Objetivo: Proponer un plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018. Contexto: El estudio se realizó en la empresa Corporación Minato SAC sobre la propuesta de un plan de negocio. Unidad de análisis: Trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC. Testimonio: La propuesta de un plan de negocio para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, se determinó que es normal realizar un plan de negocios y que se debe profundizar y analizar la idea del negocio, enfocándonos en el público objetivo, analizando las estrategias y otras acciones para alcanzar los objetivos estratégicos del negocio.

8. METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación es de tipo básico, el cual está destinado en buscar nuevos conocimientos y nuevas indagaciones. Tiene un enfoque cuantitativo ya que se basa en números para investigar, analizar y comprobar información, delimitando la asociación mediante las variables, la generalización

y objetivación de los resultados obtenidos de la población y para ello se necesita un subgrupo metódico y ordenado para analizar la información que se tiene. Es descriptiva ya que se medirá, evaluará y recolectará información de las variables, para luego describir la variable independiente plan de negocio. El diseño de investigación transversal es aquella en donde se recolectan datos en un determinado momento, en un tiempo único con el propósito de describir las variables.

Para el presente trabajo de investigación la población ha estado compuesta por 42 trabajadores, la muestra de este estudio ha sido intencionada por lo cual estuvo constituida por los 42 trabajadores con un muestreo no aleatorio, la unidad de análisis han sido todos los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, la técnica utilizada fue la encuesta, el instrumento que ha sido utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario, la aplicación ha sido de manera individual con una duración de 10 minutos. Para poder realizar esta investigación primero se realizó una prueba piloto con el fin de obtener el método de Kuder-Richardson mayor a 0.61. El resultado obtenido mediante la aplicación de la fórmula del método de Kuder-Richardson fue de 0.80, el cual indica que el instrumento tiene una alta confiabilidad.

9. RESULTADOS

Variable. Plan de negocio, se observa que está en el nivel regular con un 64.3% seguido del nivel bueno con el 26.2%. Debido a que los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC considera que es regular implementar un plan de negocio, porque no tienen en claro la idea del negocio, su actividad económica, su procedimiento, estrategias y demás acciones para su elaboración.

10. DISCUSIÓN

En referencia al objetivo general los resultados indican que proponer un plan de negocio es de manera regular para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC con un resultado estadístico del 64.3 %. En ello, es en donde se evalúa la oportunidad de negocio, se analiza el mercado en el que se va llevar dicho plan, lo cual puede representar el éxito de una idea de negocio ya que va contribuir en la reducción de los riesgos de manera interna y externa que se puedan presentar en la organización. Al respecto Scarpinelli

(2015), en su estudio de la idea al plan de negocios: como escapar a los errores más frecuentes, su primordial objetivo es que elementos deben generar para la creación de un nuevo negocio, concluyó que se debe disminuir riesgos dentro de la misma y se debe crear el negocio acorde con las necesidades de la sociedad, analizando si esta idea es buena o no, para ello no es solamente idealizarlo sino que obedece de una planificación. Así mismo Rivero (2016), en su artículo *7 Razones para escribir un Plan de Negocio* su objetivo principal es que la idea del negocio este sólida, ya sea con pocos ingresos, algunos colaboradores y que el negocio este en correcto funcionamiento. Por lo tanto, esta idea del negocio debe estar escrito en un documento con la finalidad de minimizar riesgos. En referencia al objetivo específico 1 los resultados indican que, determinar el nivel de resumen ejecutivo de la empresa Corporación Minato SAC, nos muestra que es bueno en un 57.1 %, el cual esto involucra 3 elementos que son: razón social, giro del negocio y ubicación. Todo y cada uno de ellos está enfocado en el conocimiento del negocio de manera detallada y resumida con el fin de atraer más inversionistas, detallando los aspectos más importantes del plan de negocio en el cual deben ser breves y concisos al momento de vender la imagen del negocio. Asimismo, bullón (2010), nos dice que el resumen ejecutivo es el inicio de un plan de negocios, donde se redacta de manera clara, precisa y sencilla, el resultado de un proceso de planeación, este resumen ejecutivo lo que busca es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán “amigable,” contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado; con el objetivo de exhibir el proyecto frente a otros interesados en financiarlo. En referencia al objetivo específico 2 los resultados indican que, determinar el nivel de plan de marketing es normal en un 52.4 % para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC con el cual se manifiesta que, si se debe de realizar dicho plan, ya que ello va permitir analizar mejor el mercado y conocer mejor el servicio que se entrega. Al respecto Thompson (2016), nos dice que le plan de marketing es un instrumento en el cual se vincula a todas las personas que están destinados a la mercadotecnia de una organización, en ello se describe los objetivos a lograr, como se logrará,

los ingresos y egresos de la parte operativa y el proceso de seguimiento y control. Así mismo Según Bullón (2010), el plan de marketing debe de realizar una serie de procedimientos una vez puesto en marcha con el fin de generar un éxito para el negocio al momento de comercializar el servicio que ofrece. En referencia al objetivo específico 3 los resultados indican que, determinar el nivel de plan técnico operativo es deficiente en un 38.1 % para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, ya que desconocen el proceso operativo del negocio que contempla toda la estructura del mismo, conocer todo el proceso de la parte operativa y estar al tanto de los proveedores. De tal manera que este plan técnico operativo ayuda a la organización a alcanzar los objetivo del día a día, dicha estrategia señala los pasos a seguir para su cumplimiento y para ello debe estar todo planeado. Al respecto Gardey y Pérez (2014), nos define el plan técnico operativo como un documento en donde los responsables de la organización establecen los objetivos a cumplir y detallan los pasos a seguir previamente planeados; en este ponen las estrategias por escrito que se ha ideado para su cumplimiento y son explicados a los empleados para su trabajo cotidiano mejorando así la producción del día a día. En referencia al objetivo específico 4 los resultados indican que, determinar el nivel de plan de financiamiento, es deficiente en un 81% para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, ya que desconocen de ello, debido a que no tienen en claro sobre que van a invertir, no conocen cuanto es lo mínimo que deben vender, el desconocimiento del flujo del dinero y gastos operativos. La falta de conocimiento sobre el acceso al financiamiento y factor pérdida económica (descuentos, amonestaciones escritas, activación de primas de seguro, entre otros), afecta en la productividad y crecimiento del negocio, el cual tiene un impacto sobre el crecimiento de las ventas, la producción y limitación al acceso de otras fuentes de financiamiento. Al respecto, Para Bullón (2010), la planificación financiera orienta al negocio para alcanzar sus objetivos estratégicos, con el fin de lograr su rentabilidad, manejar el dinero adecuadamente, fijar límite de ventas, minimizar gastos operativos y buscar diferentes fuentes de financiamiento, entre otros.

11. CONCLUSIONES

En referencia al objetivo general se concluye que la propuesta de un plan de negocio para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, se determinó que el 64.3% de los encuestados, manifiesta que es normal realizar un plan de negocios y que se debe profundizar y analizar la idea del negocio, enfocándonos en el público objetivo, examinando el mercado y visualizar diferentes acciones para alcanzar los objetivos estratégicos del negocio. En referencia al primer objetivo específico se concluye que el nivel de resumen ejecutivo de la empresa Corporación Minato SAC, y nos muestra que es bueno en un 57.1 %, el cual involucra 03 elementos que son: razón social, giro del negocio y ubicación. Todo y cada uno de ellos está enfocado en el conocimiento del negocio de manera detallada y resumida con el fin de atraer más inversionistas, ya que el propósito de ello es tener una visión general y breve del negocio. En referencia al segundo objetivo específico se concluye que un nivel de plan de marketing en la empresa Corporación Minato SAC con un resultado de 52.4% de los encuestados, establece que es normal realizar dicho plan, ya que es esencial al momento de analizar el mercado, comercializar y conocer mejor el servicio que se ofrece. En referencia al tercer objetivo específico se concluye que el nivel de plan técnico operativo, es deficiente en un 38.1 % para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, ya que ellos desconocen el proceso operativo del negocio. Y es fundamental al momento de brindar el servicio debido a que este plan técnico operativo ayuda a la organización a alcanzar los objetivos del día a día. En referencia al cuarto objetivo específico se concluye que el nivel de plan de financiamiento, es deficiente en un 81% para los trabajadores de la empresa Corporación Minato SAC, puesto que los colaboradores no tienen una cultura financiera estructurada, por lo cual omiten la proyección de ventas, las inversiones y las estrategias de producción que deben cumplir.

12. REFERENCIAS

Barreda, B. (2015). *Como escribir un resumen ejecutivo*. Recuperado de <https://bit.ly/2TV2hgL>

- Berry, T. (2013). *8 pasos para escribir tu plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2sIQOTn>
- Borello, A. (1994). *El plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2lo7nkc>
- Botero, B. (2010). *Estructura del plan de negocios (1a ed.)*. Bogotá, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Bullón, D. (2010). *Importancia del plan de negocio*. Recuperado de <https://bit.ly/2S7DRik>
- Ceballos, A. (2011). *Como empezar un negocio*. Recuperado de <https://bit.ly/2SbucHI>
- Gamarra, W., Ruiz, J. y Garcia, A. (2017). *Plan de negocio para la implementación de un sistema de rastreo satelital*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Hammer, M. y Champy, J. (1997). *Reingeniería, olvide lo que usted sabe sobre cómo debe funcionar una empresa (5a ed.)*. Barcelona, España: Grupo Editorial Norma.
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6a ed.)*. México D. F., México: McGraw-Hill
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, P. (2014). *Selección de la muestra (6a ed.)*. México D. F., México: McGraw-Hill.
- Magallanes, D. (2014). Plan de negocios para las Pymes, aspectos que se deben considerar en su elaboración según la Condusef. *Práctica Fiscal 741*. doi: [bit.ly/2SGCPz3](https://doi.org/10.1016/j.pf.2014.03.003)
- Marrero, M. (2015). *El plan de marketing*. Recuperado de <https://bit.ly/2NeV1tn>
- Martin, J. (2015). *8 puntos para realizar tu plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2TWDI2O>

- Navarro, E. (2016). *Plan operativo de atención integral*. Recuperado de <https://bit.ly/2Inl6YN>
- Ojeda, F. (1972). La teoría de sistemas y el management como sistema. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 1 (2), 281-296.
- Osorio, J. (2017). La ética en la investigación de posgrado. *Revista Electrónica Educare*. doi: bit.ly/2SaKWP6
- Pasapera, A., Girón, J. y Torres, O. (2015). *Plan de negocios para una empresa de transporte bimodal de carga en la zona centro del Perú*. Universidad del Pacífico, Lima, Perú.
- Pérez, J. y Gardey, A. (2009). *Definición de plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2lilczp>
- Pinson, L. (2009). *Anatomía de un plan de negocio*. Recuperado de <https://bit.ly/2oN5Eaf>
- Requejo, D. y Medina, S. (2017). *Plan de formalización de negocios para reducir la informalidad del funcionamiento de las mypes de la provincia de Jaen*. Universidad César Vallejo, Jaén, Perú.
- Rivero, J. (2016). 7 Razones para escribir un Plan de Negocio. *Emprendimiento, Startups & Co*. doi: bit.ly/2TWbl50
- Rodriguez, A., Familiar, J., Menendez, A. y Briceño, C. (2016). *Análisis Integral de Logística en Perú*. Recuperado de <https://bit.ly/2KqFnxe>
- Saavedra, A. (2006). *Plan financiero*. Recuperado de <https://bit.ly/2V40uWI>
- Scarpinelli, L. (2015). De la idea al plan de negocios: cómo escapar a los errores más frecuentes. *La Nación*. doi: bit.ly/2SbuWN0
- Thompson, I. (2016). *El plan de marketing*. Recuperado de <https://bit.ly/2Jk0BY5>
- Vallejo, P. (2007). *La fiabilidad de los tests y escalas*. Universidad Pontificia Comillas, Madrid, España.

Velasco, F. (2007). *Aprender elaborar un plan de negocios*. Recuperado de <https://bit.ly/2T6SuXW>

Weston, A. (2006). *Administración del capital de trabajo en las empresas*. Recuperado de <https://bit.ly/2SJUc21>

DECLARACIÓN JURADA

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

Yo, Erick Rojas Huanacchiri, estudiante del Programa MBA - Administración de negocios de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI 46762760, con el artículo titulado

“Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2018”

declaro bajo juramento que:

- 1) El artículo pertenece a mi autoría.
- 2) El artículo no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El artículo no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
- 4) De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
- 5) Si, el artículo fuese aprobado para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Lugar y fecha: Lima, 29 de enero del 2019

Nombres y apellidos: Erick Rojas Huanacchiri.

Anexo 2. Matriz de consistencia

Matriz de consistencia						
Título	Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2018					
Autor	Erick Rojas Huanacchiri					
Problemas	Objetivos	Variables e indicadores				
Problema General	Objetivo General	Variable 1: Plan de negocio				
¿Cómo proponer un plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018?	Proponer un plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición	Niveles y rango
Problemas Específicos	Objetivos Específicos					
¿Cuál es el nivel de resumen ejecutivo de la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018?	Determinar el resumen ejecutivo para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018.	Resumen ejecutivo	Razón social	Tiene conocimiento del nombre oficial y legal de su negocio.	Nominal 1=SI 2=NO	Deficiente 0-7 Regular 8-15 Bueno 16-21
				Cree usted que el nombre oficial y legal de su negocio es relevante para sus clientes.		
				Tiene conocimiento a que giro empresarial o sector pertenece su negocio.		
				La ubicación de su negocio es primordial para sus clientes.		
			Ubicación	Se encuentra satisfecho con la ubicación de su negocio.		
¿Cuál es el nivel del plan de marketing de la empresa de	Determinar el nivel de plan de marketing para la empresa de	Plan de marketing	Análisis del mercado	Conoce a que público objetivo va destinado su negocio.		

transporte Corporación Minato S.A.C., 2018?	transporte Corporación Minato S.A.C., 2018.			La tendencia de su negocio se encuentra en crecimiento		
¿Cuál es el nivel técnico operativo de la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018?	Determinar el nivel de plan técnico operativo para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018.	Plan técnico operativo	Prestación del servicio	Tiene total conocimiento sobre el servicio que brinda.		
				El precio del servicio que brinda es el adecuado con el mercado		
				El servicio que brinda es conocido por la mayor parte de la población		
			Instalaciones	La empresa cuenta con todos los equipos necesarios para su operación		
				La empresa tiene un buen ambiente de trabajo		
			Proceso de la operación	Conoce todo el servicio que brinda la empresa		
				La gerencia hace mejoras en el proceso de la operación. La gerencia tiene comunicación con todas las áreas del negocio.		
Proveedores	La empresa tiene buena relación con sus proveedores					
	Los proveedores ofrecen créditos para la compra de sus insumos					

				Los proveedores le ofrecen garantía sobre los productos brindados.		
¿Cuál es el nivel del plan de financiamiento de la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018?	Determinar el nivel de plan de financiamiento para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., 2018.	Plan de financiamiento	Inversión	La inversión realizada cumple con las metas y objetivos de la empresa		
			Punto de equilibrio	Conoce cuanto es el servicio de transporte mínimo que debe de ofrecer diario		
			Flujo de caja	Conoce el control sobre los ingresos y egresos de dinero		

Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnica e instrumento	Estadística a utilizar
Nivel: básico Diseño: descriptivo Método: analítico	Población: 42 trabajadores Tipo de muestreo: no aleatorio	Variable 1: Plan de negocio Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Autor: Erick Rojas H. Año: 2018	Descriptiva: Se utilizó el análisis descriptivo, tablas y figuras

Anexo 3. Instrumento

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA DE TRANSPORTE CORPORACION MINATO SAC, LIMA - 2018

A continuación, encuentra usted una serie de ítems que expresan aspectos o experiencias sobre el conocimiento de un plan de negocio. Marque por favor para cada ítem con un aspa (X) en la columna que corresponda. Conteste todas las preguntas, los investigadores garantizamos total confidencialidad de la información, la cual será utilizada para fines estadísticos.

Nº	PREGUNTAS	RESPUESTA	
		Si	No
1	Tiene conocimiento del nombre oficial y legal de su negocio.		
2	Cree usted que el nombre oficial y legal de su negocio es relevante para sus clientes.		
3	Tiene conocimiento a que giro empresarial o sector pertenece su negocio.		
4	La ubicación de su negocio es primordial para sus clientes.		
5	Se encuentra satisfecho con la ubicación de su negocio.		
6	Conoce a que público objetivo va destinado su negocio.		
7	La tendencia de su negocio se encuentra en crecimiento		
8	Tiene total conocimiento sobre el servicio que brinda.		
9	El precio del servicio que brinda es el adecuado con el mercado		
10	El servicio que brinda es conocido por la mayor parte de la población		
11	La empresa cuenta con todos los equipos necesarios para su operación		
12	La empresa tiene un buen ambiente de trabajo		
13	Conoce todo el proceso de servicio que brinda la empresa		
14	La gerencia hace mejoras en el proceso de la operación.		
15	La gerencia tiene comunicación con todas las áreas del negocio.		
16	La empresa tiene buena relación con sus proveedores		
17	Los proveedores ofrecen créditos para la compra de sus insumos		
18	Los proveedores le ofrecen garantía sobre los productos brindados.		

19	La inversión realizada cumple con las metas y objetivos de la empresa		
20	Conoce cuanto es el servicio de transporte mínimo que debe de ofrecer diario		
21	Conoce el control sobre los ingresos y egresos de dinero		

Anexo 4. Validación de los instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN RESUMEN EJECUTIVO								
1	Tiene conocimiento del nombre oficial y legal de su negocio.	✓		✓		✓		
2	Cree usted que el nombre oficial y legal de su negocio es relevante para sus clientes.	✓		✓		✓		
3	Tiene conocimiento a que giro empresarial o sector pertenece su negocio.	✓		✓		✓		
4	La ubicación de su negocio es primordial para sus clientes.	✓		✓		✓		
5	Se encuentra satisfecho con la ubicación de su negocio.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN PLAN DE MARKETING								
6	Conoce a que público objetivo va destinado su negocio.	✓		✓		✓		
7	La tendencia de su negocio se encuentra en crecimiento	✓		✓		✓		
8	Tiene total conocimiento sobre el servicio que brinda.	✓		✓		✓		
9	El precio del servicio que brinda es el adecuado con el mercado	✓		✓		✓		
10	El servicio que brinda es conocido por la mayor parte de la población	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN PLAN TÉCNICO OPERATIVO								
11	La empresa cuenta con todos los equipos necesarios para su operación	✓		✓		✓		
12	La empresa tiene un buen ambiente de trabajo	✓		✓		✓		
13	Conoce todo el proceso de servicio que brinda la empresa	✓		✓		✓		
14	La gerencia hace mejoras en el proceso de la operación.	✓		✓		✓		

15	La gerencia tiene comunicación con todas las áreas del negocio.	✓		✓		✓	
16	La empresa tiene buena relación con sus proveedores	✓		✓		✓	
17	Los proveedores ofrecen créditos para la compra de sus insumos	✓		✓		✓	
18	Los proveedores le ofrecen garantía sobre los productos brindados.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN PLAN DE FINANCIAMIENTO		Si	No	Si	No	Si	No
19	La inversión realizada cumple con las metas y objetivos de la empresa	✓		✓		✓	
20	Conoce cuanto es el servicio de transporte mínimo que debe de ofrecer diario	✓		✓		✓	
21	Conoce el control sobre los ingresos y egresos de dinero	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador ^(D) Mg: *ARCAI ZAPATA NOEL*
 DNI: *06167282*

Especialidad del validador: *METODOLÓGICO*

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

01 de *12* del 20*18*


 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN RESUMEN EJECUTIVO								
1	Tiene conocimiento del nombre oficial y legal de su negocio.	X		X		X		
2	Cree usted que el nombre oficial y legal de su negocio es relevante para sus clientes.	X		X		X		
3	Tiene conocimiento a que giro empresarial o sector pertenece su negocio.	X		X		X		
4	La ubicación de su negocio es primordial para sus clientes.	X		X		X		
5	Se encuentra satisfecho con la ubicación de su negocio.	X		X		X		
DIMENSIÓN PLAN DE MARKETING								
6	Conoce a que público objetivo va destinado su negocio.	X		X		X		
7	La tendencia de su negocio se encuentra en crecimiento	X		X		X		
8	Tiene total conocimiento sobre el servicio que brinda.	X		X		X		
9	El precio del servicio que brinda es el adecuado con el mercado	X		X		X		
10	El servicio que brinda es conocido por la mayor parte de la población	X		X		X		
DIMENSIÓN PLAN TÉCNICO OPERATIVO								
11	La empresa cuenta con todos los equipos necesarios para su operación	X		X		X		
12	La empresa tiene un buen ambiente de trabajo	X		X		X		
13	Conoce todo el proceso de servicio que brinda la empresa	X		X		X		
14	La gerencia hace mejoras en el proceso de la operación.	X		X		X		

15	La gerencia tiene comunicación con todas las áreas del negocio.	X		X		X	
16	La empresa tiene buena relación con sus proveedores	X		X		X	
17	Los proveedores ofrecen créditos para la compra de sus insumos	X		X		X	
18	Los proveedores le ofrecen garantía sobre los productos brindados.	X		X		X	
DIMENSIÓN PLAN DE FINANCIAMIENTO		Si	No	Si	No	Si	No
19	La inversión realizada cumple con las metas y objetivos de la empresa	X		X		X	
20	Conoce cuanto es el servicio de transporte mínimo que debe de ofrecer diario	X		X		X	
21	Conoce el control sobre los ingresos y egresos de dinero	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable []** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Carlos German, Castañeda Sánchez*
DNI: *06276984*.....

Especialidad del validador:.....

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....de.....del 20.....

Dr. Carlos Castañeda Sánchez

Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN RESUMEN EJECUTIVO								
1	Tiene conocimiento del nombre oficial y legal de su negocio.	✓		✓		✓		
2	Cree usted que el nombre oficial y legal de su negocio es relevante para sus clientes.	✓		✓		✓		
3	Tiene conocimiento a que giro empresarial o sector pertenece su negocio.	✓		✓		✓		
4	La ubicación de su negocio es primordial para sus clientes.	✓		✓		✓		
5	Se encuentra satisfecho con la ubicación de su negocio.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN PLAN DE MARKETING								
6	Conoce a que público objetivo va destinado su negocio.	✓		✓		✓		
7	La tendencia de su negocio se encuentra en crecimiento	✓		✓		✓		
8	Tiene total conocimiento sobre el servicio que brinda.	✓		✓		✓		
9	El precio del servicio que brinda es el adecuado con el mercado	✓		✓		✓		
10	El servicio que brinda es conocido por la mayor parte de la población	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN PLAN TÉCNICO OPERATIVO								
11	La empresa cuenta con todos los equipos necesarios para su operación	✓		✓		✓		
12	La empresa tiene un buen ambiente de trabajo	✓		✓		✓		
13	Conoce todo el proceso de servicio que brinda la empresa	✓		✓		✓		
14	La gerencia hace mejoras en el proceso de la operación.	✓		✓		✓		

15	La gerencia tiene comunicación con todas las áreas del negocio.	✓		✓		✓	
16	La empresa tiene buena relación con sus proveedores	✓		✓		✓	
17	Los proveedores ofrecen créditos para la compra de sus insumos	✓		✓		✓	
18	Los proveedores le ofrecen garantía sobre los productos brindados.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN PLAN DE FINANCIAMIENTO		Si	No	Si	No	Si	No
19	La inversión realizada cumple con las metas y objetivos de la empresa	✓		✓		✓	
20	Conoce cuanto es el servicio de transporte mínimo que debe de ofrecer diario	✓		✓		✓	
21	Conoce el control sobre los ingresos y egresos de dinero	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay

suficiencia): Si hay suficiencia

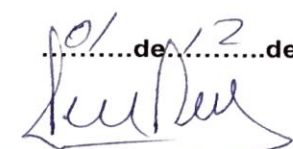
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable []** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/Mg: SANCHEZ RAMOS JUAN
DNI: 09144820

Especialidad del validador: MAGISTER Gestión Pública

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

10 de 12 del 2018


Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 5. Permiso de la institución donde se aplicó el estudio



Fecha: 15 de octubre del 2018
Señores: Universidad César Vallejo
Ciudad: Lima

Yo, Juan Eduardo Avila Cisneros, identificado con DNI 41501659, Gerente de Operaciones de la empresa Corporación Minato SAC con número de RUC 20566281423, por este medio doy mi autorización a Erick Rojas Huanacchiri, identificado con DNI 46762760, para que realice su trabajo de investigación con el título de "Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2018".

Igualmente, manifiesto expresamente mi consentimiento y brindarle nuestra colaboración para que pueda llevar a cabo parte de su trabajo de investigación.

Desde ya, le deseo mucho éxito en su investigación y confiamos que de la misma resulte una aportación valiosa para nuestra empresa y al mejoramiento de la educación.

Cordialmente

Juan Eduardo Avila Cisneros
Gerente de Operaciones

Anexo 6. Base de datos

resultados.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 31 de 31 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	s1	s13	p6	p7	p8	p9	p10	s2	s23	p11
1	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	1	1	5	3	1
2	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	1	1	5	3	1
3	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	1	1	5	3	1
4	1	1	0	1	0	3	2	1	1	1	1	1	5	3	1
5	1	1	0	1	1	4	3	1	1	1	1	1	5	3	1
6	1	1	1	1	1	5	3	1	0	1	1	1	4	3	0
7	1	1	1	0	0	3	2	1	0	1	0	1	3	2	1
8	1	1	0	1	0	3	2	1	0	1	1	0	3	2	1
9	1	0	1	0	0	2	2	1	0	1	0	0	2	2	1
10	1	0	1	1	1	4	3	1	0	1	0	1	3	2	1
11	1	1	1	1	1	5	3	0	1	1	0	1	3	2	0
12	1	0	0	0	1	2	2	1	1	0	1	0	3	2	0
13	0	1	0	1	0	2	2	1	0	1	0	1	3	2	0
14	1	0	1	0	1	3	2	0	1	1	0	1	3	2	0
15	1	1	1	1	1	5	3	1	1	0	0	1	3	2	0
16	0	1	1	1	1	4	3	1	0	1	1	1	4	3	0
17	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	0	1	4	3	0
18	1	1	0	1	0	3	2	1	0	1	1	0	3	2	1
19	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1	0	0	2	2	1
20	0	0	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	3	2	0
21	1	1	1	1	1	5	3	1	1	0	0	1	3	2	0
22	1	1	1	1	1	5	3	0	1	1	1	1	4	3	0
23	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	1	1	5	3	1

Vista de datos Vista de variables

Ve a Configuración para activar Windows.

Anexo 7. Modelo plan de negocio

Nombre de la idea de negocio: Plan de negocio para una empresa de transporte.

1. RESUMEN EJECUTIVO

- Razón social: Corporación Minato S.A.C.
- Nombre comercial: Minato.
- RUC: 20566281423
- Giro del negocio: Transporte por carretera.
- Ubicación: Calle Los Pinos Mz D - lote 1 A – Urb. Chillón – Puente Piedra.
- Misión: Comprometidos en brindar un servicio de transporte logístico de calidad cumpliendo los estándares exigidos para lograr satisfacer todos los requisitos de nuestros clientes, aplicando las buenas prácticas.
- Visión: Ser una empresa líder de distribución a nivel nacional con calidad y excelencia en el servicio de transporte aplicando la mejora continua.
- Objetivos: Los objetivos que se plantean en Corporación Minato S.A.C. para el transporte de mercadería se basan en 4 pilares fundamentales.
 - Orientación al cliente: Compromiso de la empresa para asegurar que los servicios prestados por Corporación Minato S.A.C. satisfagan los requisitos y expectativas de nuestros clientes.
 - Mejora continua: Revisión permanente de todas nuestras actividades para lograr los mejores métodos de trabajo.
 - Trabajo en equipo: Colaboración y participación de toda nuestra plantilla en la consecución de la satisfacción de nuestros clientes.
 - Gestión de calidad: Realización de estos tres objetivos fundamentales dentro de un Sistema de Gestión de Calidad conforme a la norma internacional ISO 9001:2008.
- Breve descripción del negocio: La empresa CORPORACION MINATO S.A.C. es una empresa que viene desempeñándose desde el 15 de noviembre del 2014 en el desarrollo de actividades de transporte y distribución, desde el inicio de sus actividades, se ha desarrollado con la única misión de ofrecer a sus clientes un servicio de almacenaje, control,

transporte y distribución de calidad, cumpliendo con los estándares exigidos a un precio competitivo.

Todo esto es posible gracias a los colaboradores que forman parte, quienes con su alta cualificación y experiencia en el rubro brindan la mejor calidad en el servicio.

Además, la alta dirección de CORPORACION MINATO S.A.C. se compromete a desarrollar unos planes de formación tendentes a la mejor cualificación de sus colaboradores, implicando así a todos en la consecución de los objetivos establecidos en el presente documento.

– Matriz FODA

Fortalezas

- Prestigio de la marca
- Calidad de atención
- Puntualidad
- Mantenimiento vehicular

Oportunidades

- Economía peruana en crecimiento
- Demanda creciente del sector
- Mejora del servicio de transporte por medio de la tecnología
- Ingreso de nuevos clientes potenciales

Debilidades

- Baja retención del personal
- Alquiler de local
- Bajo poder negociación de proveedores
- Deficiente infraestructura TI (Tecnología Informática)

Amenazas

- Incremento constante de los precios de mantenimiento vehicular
- Alto nivel de delincuencia e inseguridad
- Competitividad en el sector transporte por carretera
- Alto nivel de informalidad y deficiente fiscalización en el sector
- Poder de negociación con los clientes

2. PLAN DE MARKETING

- Análisis del entorno empresarial: Evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan.
 - Tercerización del servicio de transporte con empresas nuevas para satisfacer las necesidades de ampliación del negocio.
 - Convenio con la municipalidad de Puente Piedra en relación de las buenas prácticas ambientales (reciclaje)
 - Convenio con empresas móviles de telefonía por campañas en alta demanda.
- Análisis del mercado potencial concepto

CONCEPTO	N°
Número de empresas en el sector donde piensan vender su producto o servicio	2
Número de empresas que compran el producto o servicio en el sector (demandantes potenciales)	2
Cantidad de entrega de mercadería (cajas)	25,000
Establecer la cantidad de servicio a ofrecer	38,000

- Segmento del mercado: Público objetivo

Nuestro público objetivo son aquellas empresas que vendan productos de línea cosmética, ya sean nuevas en el negocio o que tengan trayectoria, que radiquen en la ciudad de Lima y que tengan alta rotación de mercadería.
- Ventaja competitiva

Somos una empresa que ofrece un servicio personalizado con la entrega de la mercadería, contamos con tiempos de entrega eficientes, nuestros colaboradores tienen más de 8 años de experiencia en servicio de distribución, reparto de mercadería y courier, contamos con

24 unidades vehiculares de reparto y 2 motorizados para los servicios de emergencia.

– Análisis de la competencia

Empresas competidoras	Nivel de aceptación			Cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se ubica su almacén?	Precio de venta
	Alta	Regular	Poca				
RODMON EIRL		X		UNIQUE SA	Tiempo de permanencia	Comas	S/ 4.50
TRANSROWI SA	X			UNIQUE SA	Tiempo de permanencia	Chorrillos	S/ 4.50
DALUJEGA SRL			X	DUPREE SRL	Cronograma de operaciones	Chorrillos	S/ 4.20
LEXMART CARGO SAC			X	DUPREE SRL	Cronograma de operaciones	Ate	S/ 4.20

– Estrategia del producto o servicio

- Servicio no tercerizado
- Amplia flota vehicular con rastreo satelital
- Transporte a nivel Lima Metropolitana
- Servicio de transporte de carga en general
- Tiempo de entrega dentro de las 12 horas
- Servicio de motorizado
- Servicio de puerta a puerta
- Seguridad y garantía en la entrega de los productos

– Estrategia de precio

¿Cuál es el precio del producto?	De S/ 4.50 a S/ 6.00
¿Cómo se ha determinado el precio?	En base a los costos operativos del negocio o precio pactado por el cliente
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Es un precio de introducción

– Estrategia de plaza o distribución

- Expandir el canal de distribución para conseguir más lugares de la oferta del servicio
- Manejo de las redes sociales, correos corporativos y red de contactos
- Ubicación del servicio en zona empresarial
- Bajo costo del alquiler del local

– Estrategia de promoción

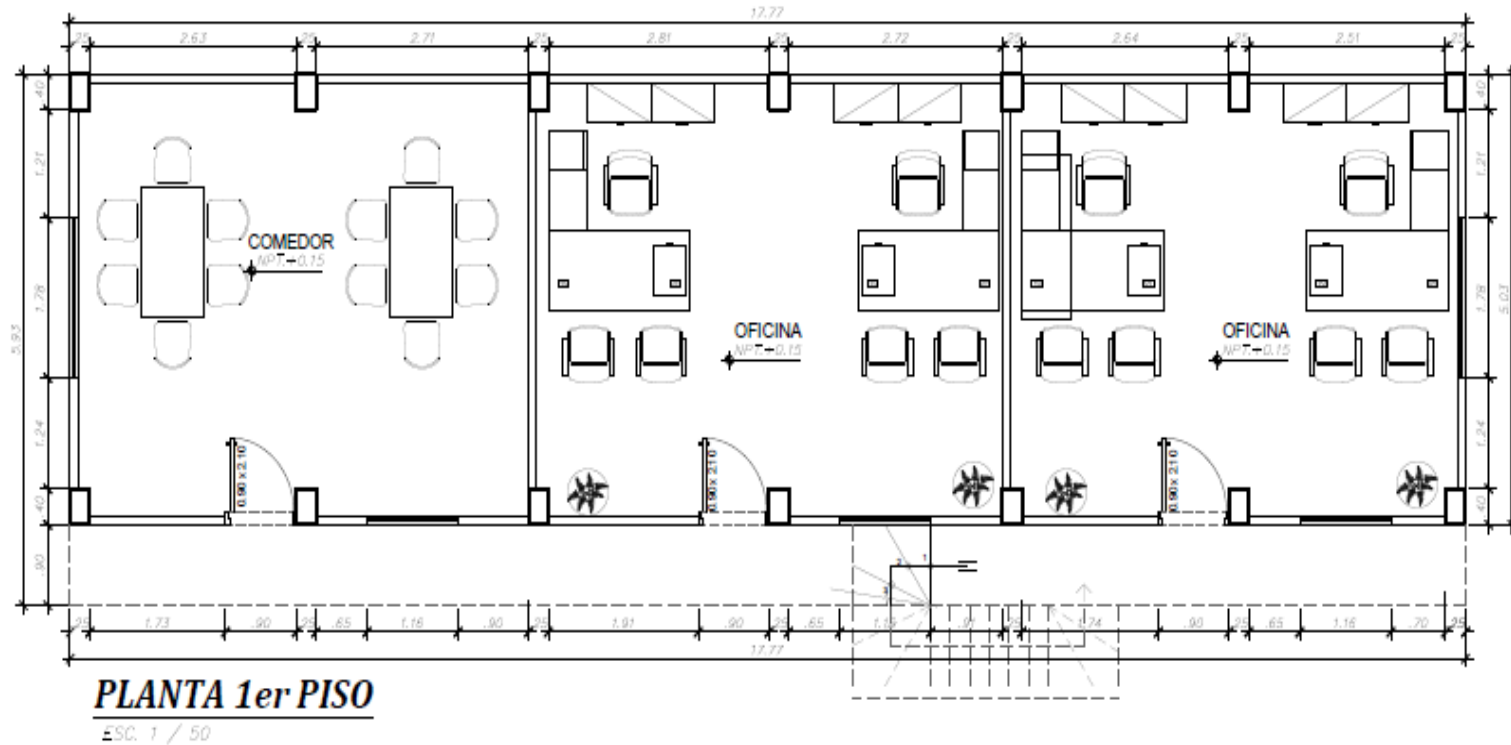
- Pasado los 10,000 puntos de entrega reducción del 10% de la tarifa
- Participar en ferias, seminarios y talleres
- Anuncios publicitarios en los vehículos propios

3. PLAN TÉCNICO OPERATIVO

- Características de la localización del negocio

Es un local de 1,000 metros cuadrados para el manejo de las operaciones el cual está dividido de la siguiente:

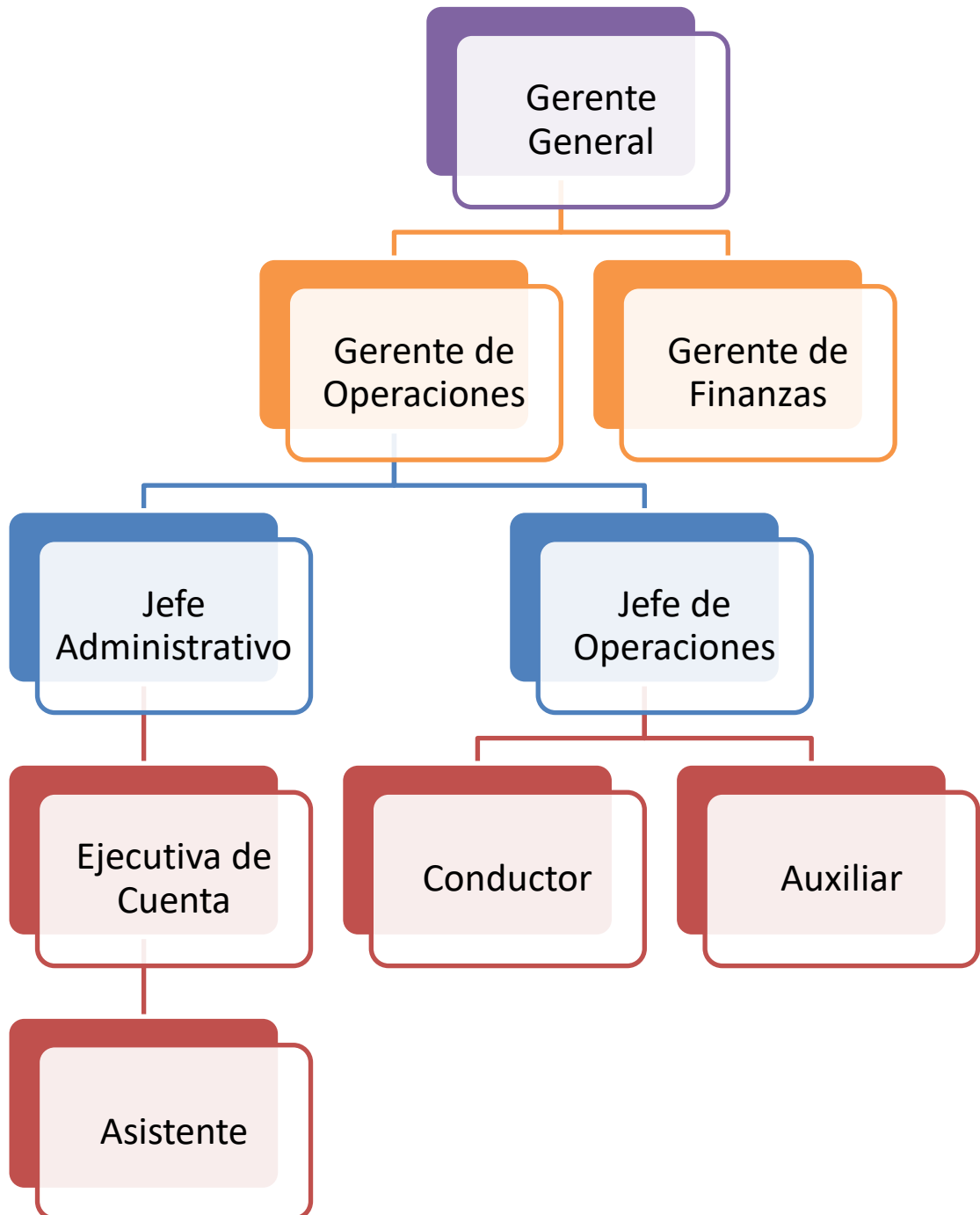
- o 100 metros cuadrados para oficina administrativa



- 900 metros cuadrados para el área de operaciones



- Organigrama del negocio



– Manual de organización y funciones

GERENTE GENERAL	
Distribución Funcional	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos Administrativos. - Procesos de Operaciones.
ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS	
Distribución del Cargo	Gerente General
Código	001
Principales Relaciones de Coordinación	<p>Internamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Todos los Procesos <p>Externamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Proveedores - Contador
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y Planificar los Sistemas de Gestión de la Calidad. • Elaborar, Dirigir y Gestionar el Plan Estratégico Anual. • Revisar los resultados de Desempeño de los Procesos. • Revisar y aprobar la documentación del SGC. • Revisar y aprobar los Estados Financieros. • Dirigir, Controlar, Supervisar y revisar las actividades designadas de los Procesos. • Representar Legalmente a la Empresa ante toda autoridad que lo solicite. • Dirigir las Operaciones Comerciales y Administrativas de la Empresa. • Presentar el estado y marcha de los negocios y actividades a los Gerentes. • Conocer la Política del Sistema de Gestión de Calidad. • Conocer sus Aspectos e Impactos Ambientales. • Gestionar pago a proveedores. • Coordinar con el área contable. • Gestionar todo tipo de contrato bancarios y realizar cualquier operación bancaria. • Efectuar cobros de giros y transferencias. • Gestionar licencias y/o tramites de arrendamiento, compra y venta para el bienestar de la empresa. • Gestionar carta de fianza, carta de crédito, leasing, pagares, hipotecas. • Gestionar el Medio Ambiente en Corporación Minato SAC.
Línea de Dependencia y Responsabilidad	<p>Depende y coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Finanzas • Gerente de Operaciones <p>Tiene mando directo sobre los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefe Administrativo • Jefe de Operaciones

GERENTE DE OPERACIONES	
Distribución Funcional	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos Administrativos. - Procesos Operativos (Jefe de Operaciones, Conductor y Auxiliar).
ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS	
Distribución del Cargo	Gerente de Operaciones
Código	002
Principales Relaciones de Coordinación	<p>Internamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerente General - Jefe de Operaciones - Jefe de Administración - Gerente de Finanzas <p>Externamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Proveedores
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración, ejecución y seguimiento del Plan Estratégico Anual. • Evaluar el desempeño del personal a Cargo. • Revisar y aprobar los Arqueos de Fondos Fijos. • Planificar y supervisar el programa de mantenimiento de los Vehículos, en coordinación con el proceso administrativo. • Planificar y controlar la ejecución del programa de rutas. • Analizar y revisar el reporte mensual de indicadores correspondientes a Operaciones. • Participar del Proceso de Selección y Contratación de Personal. • Autorizar ingresos, salidas, permisos, licencias, trabajos en horas extras a los trabajadores. • Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno del trabajo y el reglamento de seguridad del trabajo de las secciones a su cargo. • Conocer la Política del Sistema de Gestión de Calidad. • Conocer sus Aspectos e Impactos Ambientales. • Participar en la investigación de accidentes e incidentes. • Conocer sus peligros y participar en su identificación, así como en la evaluación de sus riesgos. • Dirigir las Operaciones Comerciales y Administrativas de la Empresa.
Línea de Dependencia y Responsabilidad	<p>Depende y coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Gerente de Finanzas <p>Tiene mando directo sobre los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefe Administrativo • Jefe de Operaciones • Conductor de Reparto • Auxiliar de Reparto

GERENTE DE FINANZAS	
Distribución Funcional	- No Aplica.
ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS	
Distribución del Cargo	Gerente de Finanzas
Código	003
Principales Relaciones de Coordinación	<p>Internamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerente General - Gerente de Operaciones - Jefe Administración <p>Externamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bancos
Funciones	<p>Administrar los recursos económicos de la empresa, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilitar las transferencias bancarias. • Habilitar dinero para mantenimiento de los vehículos y otros. • Procesar nómina de pago a los trabajadores. • Análisis del flujo de caja. • Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno del trabajo y el reglamento de seguridad del trabajo de las secciones a su cargo. • Conocer la Política del Sistema de Gestión de Calidad. • Conocer sus Aspectos e Impactos Ambientales. <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir las Operaciones Comerciales y Administrativas de la Empresa. • Presentar el estado y marcha de los negocios y actividades a los Gerentes. • Revisar y aprobar los Pagos a los Trabajadores, (Beneficios Sociales, Liquidaciones, Vacaciones, CTS y Gratificación)
Línea de Dependencia y Responsabilidad	<p>Depende y coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Gerente de Operaciones <p>Tiene mando directo sobre los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No aplica

JEFE DE OPERACIONES	
Distribución Funcional	- Procesos Operativos (Conductor y Auxiliar).
ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS	
Distribución del Cargo	Jefe de Operaciones
Código	008
Principales Relaciones de Coordinación	<p>Internamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerente de Operaciones - Jefe de Administración <p>Externamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No aplica
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el desempeño del personal a Cargo. • Planificar y supervisar el programa de mantenimiento de los Vehículos, en coordinación con el proceso administrativo. • Planificar y controlar la ejecución del programa de rutas. • Analizar y revisar el reporte mensual de indicadores correspondientes a Operaciones. • Participar del Proceso de Selección y Contratación de Personal. • Autorizar ingresos, salidas, permisos, licencias, trabajos en horas extras a los trabajadores. • Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno del trabajo y el reglamento de seguridad del trabajo de las secciones a su cargo. • Conocer la Política del Sistema de Gestión de Calidad. • Conocer sus Aspectos e Impactos Ambientales. • Participar en la investigación de accidentes e incidentes. • Conocer sus peligros y participar en su identificación, así como en la evaluación de sus riesgos. • Dirigir las Operaciones Comerciales y Administrativas de la Empresa.
Línea de Dependencia y Responsabilidad	<p>Depende y coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Operaciones • Jefe de Administración <p>Tiene mando directo sobre los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conductor • Auxiliar de Reparto

JEFE ADMINISTRATIVO	
Distribución Funcional	- Asistente Administrativo
ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS	
Distribución del Cargo	Jefe Administrativo
Código	004
Principales Relaciones de Coordinación	<p>Internamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerente General - Gerente de Operaciones - Gerente de Finanzas - Jefe de Operaciones <p>Externamente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proveedores - Contador
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar el Sistema de Gestión de la Calidad de la Empresa. • Elaborar y registrar la caja chica. • Coordinar con los Gerentes y Jefes del Proceso los cambios documentarios. • Elaborar auditorías internas del sistema de Gestión de Calidad. • Participar del Proceso de Selección y Contratación de Personal. • Verificar y controlar el mantenimiento de vehículos. • Monitorear los vencimientos de Licencia, Soat y revisión técnica. • Analizar y revisar los indicadores mensuales. • Conocer la Política del Sistema de Gestión de Calidad. • Conocer sus Aspectos e Impactos Ambientales. • Presentación de Indicadores y acciones de mejora a la Gerencia. <ul style="list-style-type: none"> • Verificar y controlar el consumo de combustible en los vehículos. • Conocer sus peligros y participar en su identificación, así como en la evaluación de sus riesgos. • Proponer la participación del personal a su cargo en los programas de capacitación. <ul style="list-style-type: none"> • Revisar y aprobar las solicitudes de compra de materiales.
Línea de Dependencia y Responsabilidad	<p>Depende y coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Gerente de Operaciones • Gerente de Finanzas • Jefe de Operaciones <p>Tiene mando directo sobre los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistente Administrativo.

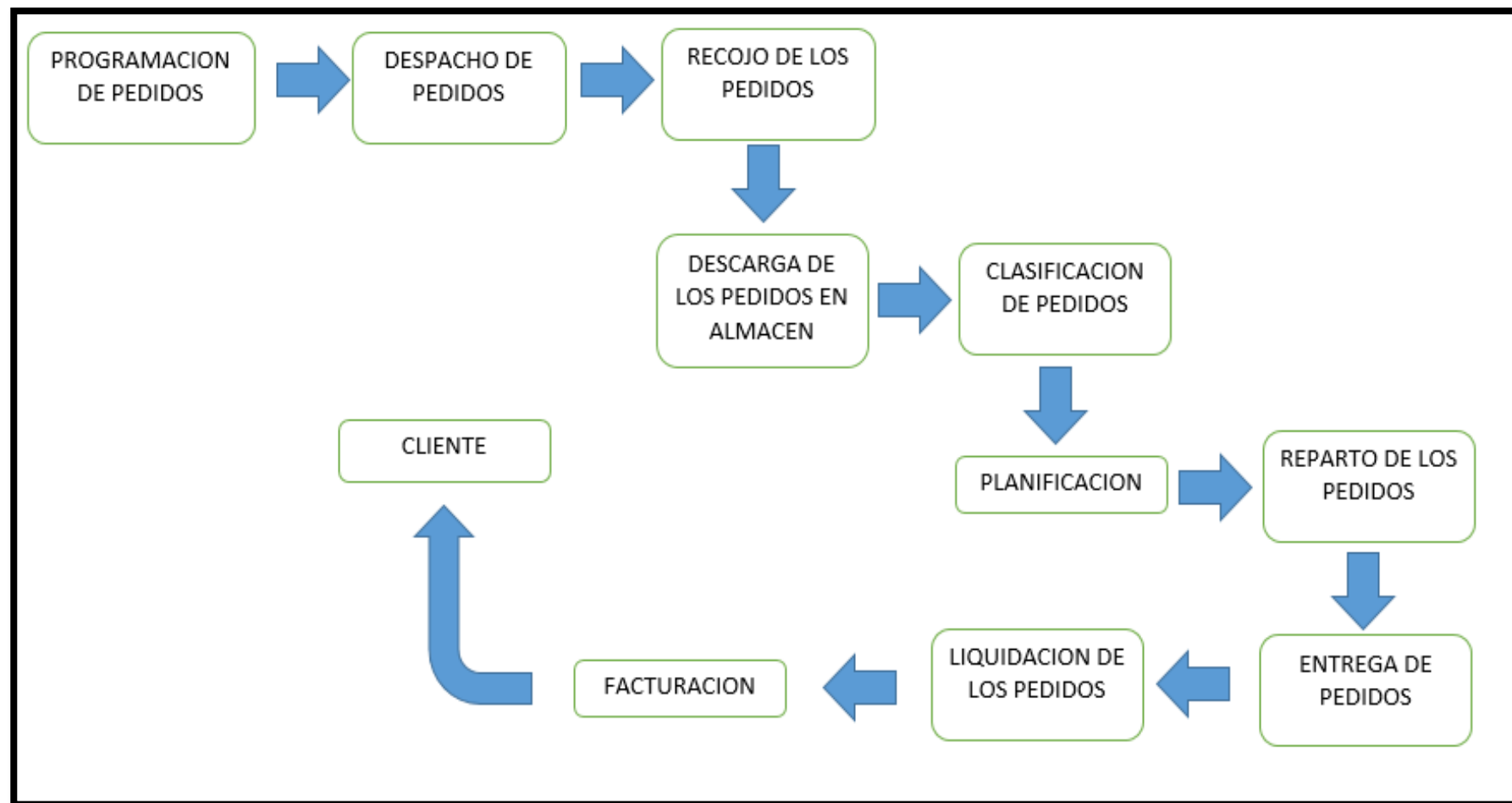
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	
Distribución Funcional	- No Aplica
ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS	
Distribución del Cargo	Asistente Administrativo
Código	005
Principales Relaciones de Coordinación	<p>Internamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jefe de Administración - Gerente de Operaciones - Ejecutiva de Cuenta <p>Externamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cliente
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar con la recepción y atención de llamadas telefónicas. • Colaborar con el pistoleo de guías. • Gestionar el correcto llenado de los formatos de control y seguimiento de distribución. • Monitorear el cuidado y mantenimiento de los equipos informáticos de la empresa. • Gestionar el correcto registro y uso de las aplicaciones móviles. • Hacer seguimiento a los correos importantes. • Desempeñar otras responsabilidades que se le asigne dentro del ámbito de su competencia funcional. • Conocer la Política del Sistema de Gestión de Calidad. • Colaborar en el mantenimiento del orden y limpieza de su sección.
Línea de Dependencia y Responsabilidad	<p>Depende y coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jefe Administrativo • Gerente de Operaciones • Ejecutiva de Cuenta <p>Tiene mando directo sobre los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No aplica

EJECUTIVA DE CUENTA	
Distribución Funcional	- Asistente de Cuenta
ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS	
Distribución del Cargo	Ejecutiva de Cuenta
Código	006
Principales Relaciones de Coordinación	<p>Internamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerente de Operaciones - Jefe Administrativo - Jefe de Operaciones <p>Externamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cliente
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar que las cantidades físicas recibidas coincidan con las hojas de despacho del cliente. • Verificar que la hoja de despacho coincida con la base de datos enviada por el cliente. • Elaborar la plantilla para la asignación de usuarios. • Brindar soporte al área de operaciones en la validación de direcciones de entrega vía telefónica con el cliente final. • Gestionar los servicios adicionales del cliente. • Realizar la liquidación del cliente según cronograma. • Informar la sincronización de usuarios a los repartidores. <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el seguimiento al registro de las aplicaciones móviles del cliente. • Gestionar los correos de consultas y/o reclamos del cliente. • Registrar diariamente los formatos de control de ruta, actualización de datos y devoluciones. • Gestionar el seguimiento y envío de las devoluciones de pedidos del cliente.
Línea de Dependencia y Responsabilidad	<p>Depende y coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Operaciones • Jefe Administrativo • Jefe de Operaciones • Auxiliar de Cuenta <p>Tiene mando directo sobre los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistente Administrativo. • Auxiliar de Cuenta.

CONDUCTOR DE REPARTO	
Distribución Funcional	- No Aplica
ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS	
Distribución del Cargo	Conductor de Reparto
Código	009
Principales Relaciones de Coordinación	<p>Internamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerente de Operaciones - Jefe de Operaciones - Jefe de Administración - Ejecutiva de cuenta - Asistente administrativo <p>Externamente</p> <ul style="list-style-type: none"> - No aplica
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar el vehículo antes del transporte. • Revisar los pedidos en la carga y descarga. • Mantener en adecuado estados los documentos personales y los del vehículo. • Solicitar la documentación necesaria tras la carga. • Solicitar los vales de combustible indicando el kilometraje y placa del vehículo. • Comunicar al jefe de operaciones las incidencias ocurridas durante el transporte. • Llenar correctamente guía de transporte de Corporación Minato SAC. • Comprobar la documentación (Soat, Revisión técnica, DNI y Licencia de conducir) antes de iniciar la distribución de pedidos. • Comprobar los implementos auxiliares (Extintor, Botiquín, Linterna, Conos de Emergencia, Gata Hidráulica y Llave de Ruedas, Llanta de Repuesto, Casco y Botas) antes de iniciar la distribución de pedidos. • Participar en la investigación de accidentes e incidentes. • Conocer sus peligros y participar en su identificación, así como en la evaluación de sus riesgos.
Línea de Dependencia y Responsabilidad	<p>Depende y coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Operaciones • Jefe de Operaciones • Jefe de Administración • Ejecutiva de Cuenta <p>Tiene mando directo sobre los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No aplica

AUXILIAR DE REPARTO	
Distribución Funcional	- No aplica
ESPECIFICACIONES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS	
Distribución del Cargo	Auxiliar de Reparto
Código	010
Principales Relaciones de Coordinación	<p>Internamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerente de Operaciones - Jefe de Operaciones - Jefe de Administración - Ejecutiva de cuenta - Asistente administrativo <p>Externamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No aplica
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Entregar a las Ejecutivas de Cuenta los cargos de pedidos entregados debidamente firmados y con letra legible. • Presentarse de forma educada y correcta a la entrega del pedido a la consultora. • Descargar el aplicativo móvil del cliente al 100%. • Entregar de forma adecuada los pedidos a las consultoras. • Elaborar el ruteo para la entrega efectiva de los pedidos. • Cargar y distribuir adecuadamente los pedidos dentro del vehículo.
Línea de Dependencia y Responsabilidad	<p>Depende y coordina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Operaciones • Jefe de Operaciones • Jefe de Administración • Ejecutiva de Cuenta • Conductor de Reparto <p>Tiene mando directo sobre los siguientes cargos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No aplica

– Esquema general del servicio



- Listado de máquinas, equipos y herramientas para la prestación del servicio

Maquinaria	Cantidad	Equipos y herramientas	Cantidad
Vehículos Furgón	22	Cascos	42
Paletas	34	Guantes	36
		Escritorios	7
		Computadoras	7

- Listado de materia prima o insumos para el proceso del servicio

Materia prima / insumos	Cantidad unidades requeridas (aprox.)	Despacho por vehículo (cajas)
Combustible	2,800 gl	80 a 140 cajas por vehículo
Aceite	8 gl	
Mantenimiento preventivo y correctivo	22 vehículos	

- Lista de proveedores
 - Grifo
 - Taller mecánico
 - Lubricentro
 - Servicio de luz, agua, telefonía e internet
- Organización de las personas en el proceso del servicio

Puesto de trabajo	Número
Gerente General	1
Gerente de Operaciones	1
Gerente de Finanzas	1
Jefe de Operaciones	1
Jefe Administrativo	1
Ejecutiva de Cuenta	3
Asistente Administrativo	1
Conductor	16
Auxiliar	17

4. PLAN DE FINANCIAMIENTO

– Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN EN NUEVOS SOLES			
Rubro	Valor unitario	Unidades requeridas	Inversión total
1. Activo Fijo			
Maquinaria y Equipos			S/ 662,072.00
Vehículos Furgón	S/ 29,700.00	22	S/ 653,400.00
Computadoras	S/ 1,200.00	7	S/ 8,400.00
Paletas	S/ 8.00	34	S/ 272.00
Muebles y enseres			S/ 4,050.00
Escritorios	S/ 250.00	7	S/ 1,750.00
Comedor	S/ 500.00	1	S/ 500.00
Muebles	S/ 1,800.00	1	S/ 1,800.00
Total Activo Fijo			S/ 666,122.00
2. Gastos Operativos			
Planilla	S/ 48,000.00	1	S/ 48,000.00
Arrendamiento del local	S/ 4,500.00	1	S/ 4,500.00
Telefonía e internet	S/ 970.00	1	S/ 970.00
GPS	S/ 63.64	22	S/ 1,400.08
Asesoría contable	S/ 400.00	1	S/ 400.00
Combustible	S/ 21,000.00	1	S/ 21,000.00
Mantenimiento vehicular	S/ 4,900.00	1	S/ 4,900.00
Peajes	S/ 1,100.00	1	S/ 1,100.00
Total Gastos Operativos			S/ 82,270.08
TOTAL			S/ 748,392.08

– Punto de equilibrio

DESCRIPCION	Octubre	Noviembre	Diciembre
I COSTO DEL SERVICIO	S/. 69,412.20	S/. 68,614.71	S/. 66,404.00
1.1 COSTOS DIRECTOS	S/. 69,412.20	S/. 68,614.71	S/. 66,404.00
1.1.1 Costo de operación	S/. 33,212.20	S/. 32,414.71	S/. 30,204.00
1.1.2 Remuneraciones M.O.D.	S/. 36,200.00	S/. 36,200.00	S/. 36,200.00
II GASTOS DE OPERACIÓN	S/. 29,657.82	S/. 30,105.08	S/. 35,578.70
2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 11,200.00	S/. 11,200.00	S/. 11,200.00
2.3 GASTOS GENERALES	S/. 1,353.67	S/. 3,043.03	S/. 1,464.35
2.4 PRESTAMOS BANCARIOS	S/. 17,104.15	S/. 15,862.05	S/. 22,914.35
COSTO TOTAL	S/. 99,070.03	S/. 98,719.80	S/. 101,982.70
PRODUCCIÓN: (UNIDADES FÍSICAS)	32,018	37,887	25,626
COSTO UNITARIO: S/ UNIDADES	S/. 3.09	S/. 2.61	S/. 3.98

– Flujo de caja

Referencia / Meses	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS	S/ 153,684.00	S/ 181,855.35	S/ 123,000.97
Inversiones			
Costo de Servicio	S/ 69,412.20	S/ 68,614.71	S/ 66,404.00
Gasto de operación	S/ 29,657.82	S/ 30,105.08	S/ 35,578.70
Impuesto a la renta	S/ 2,305.26	S/ 2,727.83	S/ 1,845.01
FLUJO ECONÓMICO MENSUAL	S/ 52,308.71	S/ 80,407.72	S/ 19,173.25
Flujo de Fondos Acumulados	S/ 52,308.71	S/ 132,716.43	S/ 151,889.69

Acta de aprobación de originalidad de Tesis



Acta de Aprobación de originalidad de Tesis

Yo, Noel Alcas Zapata, docente de la Escuela de Postgrado de la UCV y revisor del trabajo académico titulado **"Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C., Lima - 2019"** del estudiante **Erick Rojas Huanacchiri**; y habiendo sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin, he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud constato 18% verificable en el reporte de originalidad del programa turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la universidad César Vallejo.

Lima, 18 de diciembre del 2019

Dr. Noel Alcas Zapata

DNI: 06167282

Prueba de similitud Turnitin

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. At the top, the user 'Erick Rojas' is logged in. The document title is 'Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato S.A.C. Lima - 2019'. The document is for a 'Maestro en Administración de negocios - MBA' program. The author is 'Erick Rojas Etnasocélica', the advisor is 'Dr. Noel Alcas Zapata', and the section is 'Ciencias empresariales'. The line of investigation is 'Mercados emergentes' in 'LIMA - PERU' for the year '2019'. The similarity score is 18%. A table on the right lists the sources of similarity, with the highest being 'Escuela de Posgrado' at 8%.

Resumen de coincidencias

18 %

Rank	Source	Percentage
1	Escuela de Posgrado	8 %
2	Escuela de Posgrado	5 %
3	Escuela de Posgrado	1 %
4	Escuela de Posgrado	1 %
5	Escuela de Posgrado	1 %
6	Escuela de Posgrado	<1 %
7	Escuela de Posgrado	<1 %
8	Escuela de Posgrado	<1 %
9	Escuela de Posgrado	<1 %
10	Escuela de Posgrado	<1 %
11	Escuela de Posgrado	<1 %
12	Escuela de Posgrado	<1 %
13	Escuela de Posgrado	<1 %

Página: 1 de 30 Número de palabras: 7682

Test-only Report High Resolution Activado

Formulario de autorización para la publicación electrónica de las Tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Rojas Huonacchi Erick

D.N.I. : 46762760

Domicilio : Calle 67 Mz I lote 3 - Ucb Pachacamac - V.E.S.

Teléfono : Fijo : 293-0480 Móvil : 929-414-741

E-mail : sek-erick@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Título :

Tesis de Posgrado

Maestría

Doctorado

Grado : Maestro

Mención : Administración de negocios - MBA

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Rojas Huonacchi Erick

Título de la tesis:

Plan de negocio para la empresa de
transporte Corporación Minato SAC, Lima-2018.

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte,
a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : 

Fecha : 25/11/2019

Autorización de la versión final del Trabajo de Investigación



AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Edick Rojas Huanacchiri

INFORME TITULADO:

Plan de negocio para la empresa de transporte Corporación Minato SAC, Lima -2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Maestro en Administración de negocios -MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 29/01/2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por mayoría.



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN