

TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción	1
2	Etapa 1: Planteamiento del tema en estudio.....	3
2.1	Descripción del tema en estudio	3
2.2	Alcance del Tema a desarrollar.....	4
2.3	Descripción de la nueva organización	4
2.4	Objetivos y Factores Críticos de Éxito	5
2.4.1	Objetivos.....	5
2.4.2	Factores Críticos de Éxito (FCE)	5
3	Marco Conceptual	6
3.1	Metodología	7
4	Etapa 2: Antecedentes.	10
4.1	Datos sobre el transporte de carga en nuestro país.	10
5	Etapa 3: Análisis del Macro Entorno Empresarial	10
5.1	Análisis PESTEL.	11
5.1.1	Entorno Político-Legal:	11
5.1.2	Entorno Económico:	11
5.1.3	Entorno Sociocultural:	13
5.1.4	Entorno Tecnológico:	14
5.1.5	Entorno Ecológico:	16
5.2	Análisis de la Industria.	17
5.3	Análisis Porter.....	20
5.3.1	Amenaza de Nuevos Participantes.	20
5.3.2	Rivalidad entre Empresas Existentes.....	21
5.3.3	Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos.....	21
5.3.4	Poder de Negociación de los Compradores.....	21
5.3.5	Poder de Negociación de los Proveedores.....	22
5.3.6	Análisis del Micro Entorno de Porter.	22
5.3.7	Análisis de barreras competitivas y defensa estratégica.....	23
5.4	Requisitos para una empresa de transporte.....	24
5.5	Benchmarking.....	25
5.6	Variable que permiten diferenciación en este mercado.	27
5.7	Oportunidades y Amenazas.	27
6	Etapa 4: Estudio de Mercado.	28
6.1	Encuestas Cuantitativa.....	29
6.1.1	Objetivos.....	29
6.1.2	Encuesta potenciales clientes.....	29
6.1.3	Resultados (clientes).....	29
6.2.1	Objetivos.....	30
6.2.2	Encuesta potenciales partners.....	30
6.2.3	Resultados (partners).....	30
7	Etapa 5: Plan Estratégico.....	31
7.1	Formulación de la estrategia.	31
7.1.1	Misión.....	31
7.1.2	Visión.	31
7.2	Recursos y Capacidades.....	32

7.2.1	Personas	32
	Fuente: Elaboración Propia	33
7.2.2	Recursos Físicos y Tecnológicos.....	33
7.2.3	Recursos Organizacionales	34
7.3	Modelo de Negocio (CANVAS).....	35
7.3.1	Socios Clave	36
7.3.2	Actividades Clave.....	36
7.3.3	Recursos Clave	36
7.3.4	Propuesta de Valor	37
7.3.5	Relación con Clientes	37
7.3.6	Canales	37
7.3.7	Segmento de Clientes	37
7.3.8	Estructura de Costos	38
7.3.9	Fuentes de Ingreso	38
7.4	Estrategia del Negocio	38
7.5	Análisis Interno.....	39
7.5.1	Fortalezas y Debilidades.....	39
8	Etapa 6: Plan de Marketing:	40
8.1	Estrategia de Marketing	40
8.1.1	Objetivos.....	40
8.1.2	Estrategia de Mercado	41
8.1.3	Insight del Cliente.....	42
8.1.4	Propuesta de Valor para el Cliente	42
8.1.5	Segmentación	43
8.1.6	Targeting.....	44
8.1.7	Posicionamiento	44
8.1.8	Imagen de Marca	45
8.2	Marketing Mix	46
8.2.1	Producto (Servicios)	46
8.2.2	Precio	47
8.2.3	Promoción.....	48
8.2.4	Plaza	50
8.3	Presupuesto	50
9	Etapa 7: Plan de Operación.	51
9.1	Ciclo de la administración.	51
9.2	Procesos claves de Operaciones.....	52
9.2.1	Proceso Partners.	52
9.2.2	Proceso Sistema de Geolocalización.	53
9.2.3	Proceso Servicio.	53
10	Etapa 9: Evaluación Económica.....	54
10.1	Estimación de la Demanda.....	54
10.2	Proyección de Ventas.....	56
10.3	Inversión	58
10.4	Gastos.....	59
10.5	Remuneraciones.....	60
10.6	Depreciación y Amortización	60
10.7	Flujo Proyectado	61
10.8	Tasa de Descuento – Modelo CAPM	63

10.9	Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	63
11	Control de Gestión	65
12	Conclusiones	68
13	Bibliografía.....	70
14	Anexos.....	71
14.1	Resultado encuesta clientes:	71
14.2	Resultado encuesta partners:.....	84
14.3	Varios:.....	90

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Nivel De Servicio De Una Empresa Líder Dentro Del Sector	3
Tabla 2: Distribución Nse Chile Y Santiago	13
Tabla 3: Distribución Por Edad.....	13
Tabla 4: Segmentación Nse Santiago Por Comuna	14
Tabla 5: Correspondencia Local Por Tipo De Envío, Según Año, 2011 - 2015.	19
Tabla 6: Correspondencia Nacional Por Vía Terrestre, Por Tipo De Envío, Según Año, 2011 - 2015. 19	
Tabla 7: Correspondencia Nacional Por Vía Aérea, Por Tipo De Envío, Según Año, 2011 - 2015. 20	
Tabla 8: Correspondencia Internacional (Courier), Por Tipo De Envío, Según Año, 2011 - 2015. 20	
Tabla 9: Fuerzas Porter Dentro De La Industria.....	22
Tabla 10: Comparación Mayores Empresas De Transporte De Carga Dentro De La Industria	25
Tabla 11: Rango Precios Órdenes De Transporte, De Una Empresa Líder Del Sector.....	48
Tabla 12: Presupuesto De Marketing.....	50
Tabla 13: Tamaño De Las Empresas, Clasificación Ine - Sii	54
Tabla 14: Demanda Servicios Courier.....	56
Tabla 15: Ordenes De Transporte, De Una Empresa Líder Del Sector	57
Tabla 16: Rango Precios Órdenes De Transporte, De Una Empresa Líder Del Sector.....	57
Tabla 17: Precios Servicios “Same Day”	57
Tabla 18: Estimación De Venta Y Costos Diarios	58
Tabla 19: Inversión “Same Day”	59
Tabla 20: Gastos “Same Day”	59
Tabla 21: Cálculo Van Y Tir	64
Tabla 22: Flujos Netos Y Flujos Acumulados.....	65
Tabla 23: Mapa Estratégico “Same Day”	66
Tabla 24: Detalle De Órdenes De Transporte, De Una Empresa Líder Del Sector.....	90
Tabla 25: Detalle Precio De Órdenes De Transporte, De Una Empresa Líder Del Sector.....	94
Tabla 26: Ipsa Mensual 2007 - 2017.....	99
Tabla 27: Detalle Inversiones (Inicio)	102

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: N° de empresas de transporte de carga por carretera y tramo de ventas	10
Ilustración 2: Evolución PIB y Demanda Interna	12
Ilustración 3: Gasto en I+D sobre el PIB	15
Ilustración 4: Indicador referencia de conectividad.....	16
Ilustración 5: PIB por actividad 2016	18
Ilustración 6: Gráfico de costos de despacho modelo tradicional.....	23
Ilustración 7: Estructura Casa Matriz	33
Ilustración 8: Modelo CANVAS para Same Day	35
Ilustración 9: Estrategia de Negocio de Thomas L. Wheelen, & J. David Hunger	39
Ilustración 10: 10 principios de Marketing de Kotler.....	41
Ilustración 11: Matriz de Ansoff.....	42
Ilustración 12: Propuesta de valor “Same Day”	43
Ilustración 13: Targeting.....	44
Ilustración 14: Imagen de Marca	45
Ilustración 15: Modelo 4P’s Marketing Mix de E. Jerome McCarthy	46
Ilustración 16: Precios publicidad radial (Bio Bio)	51
Ilustración 17: Procesos Claves de Operaciones	52
Ilustración 18: Número de empresas existentes en la comuna de Santiago, según tamaño de ventas (en UF) 2009-2011-2013	55
Ilustración 19: Número de empresas existentes en la comuna de Santiago, por rama de actividad económica 2009-2011-2013.....	55
Ilustración 20: Remuneraciones “Same Day”.....	60
Ilustración 21: Depreciación y Amortización “Same Day”	61
Ilustración 22: Flujo Proyectado 10 años “Same Day”	62
Ilustración 23: Modelo CAPM aplicado a “Same Day”	63
Ilustración 24: Evolución de Flujos en Pesos Reales al 2017 y VAN.....	64
Ilustración 25: Evolución Flujos Netos vs Flujos Acumulados.....	65
Ilustración 26: Mapa estratégico modelo Kaplan y Norton.....	66
Ilustración 27: Pregunta 01 encuesta clientes	71
Ilustración 28: Pregunta 02 encuesta clientes	72
Ilustración 29: Pregunta 04 encuesta clientes	73
Ilustración 30: Pregunta 05 encuesta clientes	74
Ilustración 31: Pregunta 06 encuesta clientes	74
Ilustración 32: Pregunta 07 encuesta clientes	75
Ilustración 33: Pregunta 09 encuesta clientes	76
Ilustración 34: Pregunta 10 encuesta clientes	77
Ilustración 35: Pregunta 11 encuesta clientes	78
Ilustración 36: Pregunta 12 encuesta clientes	79
Ilustración 37: Pregunta 13 encuesta clientes	80
Ilustración 38: Pregunta 15 encuesta clientes	81
Ilustración 39: Pregunta 17 encuesta clientes	82
Ilustración 40: Pregunta 18 encuesta clientes	83
Ilustración 41: Pregunta 01 encuesta partners	84
Ilustración 42: Pregunta 02 encuesta partners	85
Ilustración 43: Pregunta 03 encuesta partners	86
Ilustración 44: Pregunta 04 encuesta partners	86

Ilustración 45: Pregunta 05 encuesta partners	87
Ilustración 46: Pregunta 06 encuesta partners	88
Ilustración 47: Pregunta 07 encuesta partners	89
Ilustración 48: Pregunta 08 encuesta partners	89