

Tabla de contenido

1. Introducción	1
2. La Empresa	2
2.1. Descripción de la empresa	2
2.2. Instalaciones	4
2.2.1. Ubicación	4
2.2.2. Áreas Involucradas	4
2.2.3. Organigrama	5
2.3. Contexto Actual y Problemáticas Generales	5
2.3.1. Situación Interna	5
2.3.2. Situación Externa	7
3. Objetivos	11
3.1. Objetivo General	11
3.2. Objetivos Específicos	11
4. Motivaciones	12
5. Alcance	12
6. Marco Teórico	13
6.1. Modelo Lean Canvas	13
6.2. Modelo 5 fuerzas de Porter	13
6.3. Análisis FODA	13
6.4. Administración Estratégica	13
6.5. Marketing	14
6.6. Balance Score Card	14
6.7. El arte de Mantener	14
6.8. Administración de Operaciones	14
6.9. Evaluación Financiera	14
7. Análisis del Entorno	15
7.1. Análisis PESTLEDE	15
7.1.1. Análisis Político	15
7.1.2. Análisis Económico	16
7.1.3. Análisis Social	18
7.1.4. Análisis Tecnológico	19
7.1.5. Análisis Legal	22
7.1.6. Análisis Ecológico	22
7.1.7. Análisis Demográfico	23
7.1.8. Análisis Regulatorio	23
7.2. Servicios Generales de la industria	24
7.3. Cuota de Mercado	28
7.4. Competencia Directa	28
7.5. Tendencia de la Industria	32
7.6. Influencia de Factores Globales Externos	36
7.6.1. Factores Externos globales:	36
7.6.2. Factores Internos globales:	36
8. 5 fuerzas de Porter	38

8.1.	Competencia Horizontal	38
8.1.1.	Competencia de la Industria	38
8.1.1.1.	Competencia actual	38
8.1.1.2.	Posible competencia	38
8.1.2.	Nuevos Competidores	39
8.1.2.1.	Fidelización	39
8.1.2.2.	Diferenciación	40
8.1.2.3.	Activos	40
8.1.3.	Productos o Servicios Sustitutos	41
8.1.3.1.	Aéreo	41
8.1.3.2.	Marítimo	41
8.1.3.3.	Ferrocarril.....	42
8.2.	Competencia Vertical	43
8.2.1.	Poder de negociación de Clientes	43
8.2.2.	Poder de negociación de Proveedores	43
8.2.2.1.	Camiones	45
8.2.2.2.	Partes y Piezas.....	45
8.2.2.3.	Artículos de Librería	46
8.2.2.4.	Artículos de Aseo.....	46
8.2.2.5.	Software.....	46
8.2.2.6.	Contabilidad	47
8.3.	Interacción de análisis	47
9.	Análisis FODA	48
9.1.	Fortalezas	48
9.2.	Debilidades.....	49
9.3.	Oportunidades	49
9.4.	Amenazas	49
9.5.	Análisis de Matriz	50
9.5.1.	FO – Estrategia Fortalezas-Oportunidades	51
9.5.2.	FA – Estrategias Fortalezas – Amenazas	52
9.5.3.	DO – Estrategias Debilidades - Oportunidades	53
9.5.4.	DA – Estrategias Debilidades - Amenazas	54
10.	Cadena de Valor	56
10.1.	Actividades Primarias.....	57
10.1.1.	Logística Interna.	57
10.1.1.1.	Actividades Directas.....	57
10.1.1.2.	Actividades Indirectas.....	57
10.1.1.3.	Actividades de Aseguramiento de Calidad	57
10.1.2.	Producción o Ejecución de Servicio, Logística Externa.....	58
10.1.2.1.	Actividades Directas.....	58
10.1.2.2.	Actividades Indirectas.....	58
10.1.2.3.	Actividades de Aseguramiento de Calidad	58
10.1.3.	Marketing y Ventas.	58
10.1.3.1.	Actividades Directas.....	58
10.1.3.2.	Actividades Indirectas.....	59
10.1.3.3.	Actividades de Aseguramiento de Calidad	59
10.1.4.	Post Venta.....	59
10.1.4.1.	Actividades Directas.....	59
10.1.4.2.	Actividades Indirectas.....	59
10.1.4.3.	Actividades de Aseguramiento de Calidad	60
10.2.	Actividades de Apoyo.....	60

10.2.1.	Aprovisionamiento.....	60
10.2.1.1.	Actividades Directas.....	60
10.2.1.2.	Actividades Indirectas.....	60
10.2.1.3.	Actividades de Aseguramiento de Calidad	61
10.2.2.	Desarrollo de la Tecnología.....	61
10.2.2.1.	Actividades Directas.....	61
10.2.2.2.	Actividades Indirectas.....	61
10.2.2.3.	Actividades de Aseguramiento de Calidad	61
10.2.3.	Dirección de Recursos Humanos.....	61
10.2.3.1.	Actividades Directas.....	61
10.2.3.2.	Actividades Indirectas.....	62
10.2.3.3.	Actividades de Aseguramiento de Calidad	62
10.2.4.	Infraestructura de la empresa.	62
10.2.4.1.	Actividades Directas.....	62
10.2.4.2.	Actividades Indirectas.....	63
10.2.4.3.	Actividades de Aseguramiento de Calidad	63
10.3.	Canvas	63
10.4.	Valoración de la Cadena.....	65
10.5.	Pain Points & Value Points	66
10.6.	Evaluación de la 7s de McKinsey	71
10.6.1.	Estructura – Structure	71
10.6.2.	Estrategia – Strategic.....	72
10.6.3.	Sistemas – System	73
10.6.4.	Personal – Staff.....	73
10.6.5.	Estilos – Style	75
10.6.6.	Habilidades – Skills	75
10.6.7.	Valores Compartidos – Shared Value	76
11.	Operación y Procesos	77
11.1.	Análisis Capacidades.	77
11.1.1.	Capacidad en peso.....	77
11.1.2.	Capacidad volumétrica.....	78
11.2.	Clientes.....	78
11.2.1.	Puntos de entrega por Cliente.	78
11.2.2.	Análisis ABC de Clientes.....	79
12.	Plan de Implementación de Estrategia.	82
12.1.	Misión.....	82
12.2.	Visión	82
12.3.	Valores.....	82
12.4.	Factores Críticos de Éxito	83
12.5.	Temas Estratégicos.....	84
12.5.1.	Plan de Marketing.....	84
12.5.1.1.	Marketing Estratégico	84
12.5.1.1.1.	Segmentación.	84
12.5.1.1.2.	Posicionamiento.....	85
12.5.1.1.3.	Marketing Mix.....	85
12.5.1.1.3.1.	Precio.	85
12.5.1.1.3.2.	Producto.	87
12.5.1.1.3.3.	Promoción.....	87
12.5.1.1.3.4.	Plaza.	88
12.5.1.1.3.5.	Personas.....	89
12.5.1.1.3.6.	Plataforma Física.....	89

12.5.1.1.3.7. Procesos.....	90
12.5.2. Plan de Operaciones.....	90
12.5.3. Plan de Ventas o Comercial.	94
12.5.4. Plan de Personas o RR.HH.....	96
12.6. Objetivos Estratégicos	97
12.6.1. Perspectiva Financiera.	97
12.6.2. Perspectiva Cliente.....	98
12.6.3. Perspectiva Interna.	98
12.6.4. Perspectiva Aprendizaje.....	99
12.7. Definición de Proyectos Estratégicos	100
12.8. Balance Score Card.	101
12.9. Implementación.	104
12.9.1. Análisis de dificultad e impacto.....	104
12.9.2. Plan de implementación.	104
12.10. Análisis de riesgos de la economía y Sensibilidad.....	105
12.10.1. Variaciones del Mercado.	105
12.10.2. Tipo de cambio.....	106
12.10.3. Precio del Crudo.....	107
13. Conclusiones.....	108
14. Bibliografía.....	111
15. Anexos.....	112
15.1. ANEXO A – Flota de vehículos	112
15.2. ANEXO B – Clientes Potenciales.....	113
15.3. ANEXO C – Proyectos.....	118
15.4. ANEXO D – Proyección Económica de Proyectos	127
15.5. ANEXO E – Detalle Variación Tipo de Cambio.....	128
15.6. ANEXO F – Detalle Variación Precio del Crudo.....	129
15.7. ANEXO G – Detalle Variación del parque automotriz	130
15.8. ANEXO I – Proyección de Flujos	131
15.9. ANEXO J – Detalle y segmentación nuevos recursos.....	132
15.10. ANEXO K – Evaluación Canvas	133
15.10.1. Socios Claves.	133
15.10.2. Actividades Claves.....	134
15.10.3. Recursos Claves.....	136
15.10.4. Propuesta de Valor.	139
15.10.5. Relación con Clientes.....	139
15.10.6. Segmento de Clientes.	140
15.10.7. Canales.	141
15.10.8. Estructura de Costos.	141
15.10.9. Fuentes de Ingreso.....	142