

# ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS



**Plan estratégico para la empresa Runa Trader S.A.C, Lima -  
Perú 2023-2025**

**Trabajo de Investigación  
Para optar por el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Administración de Negocios

**Autor:**

Bach. Bacigalupo Paredes, Piero Antonio

**Director:**

Mgs. Acevedo Velazco, Christopher George

**TACNA-PERÚ**

**2023**

# Piero Bacigalupo Paredes

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

**17** %  
INDICE DE SIMILITUD

**15** %  
FUENTES DE INTERNET

**1** %  
PUBLICACIONES

**7** %  
TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

“El texto final datos expresiones opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

## Índice general

Índice general .....	3
Índice de tablas .....	7
Índice de figuras .....	8
Resumen .....	9
Abstract .....	10
Introducción .....	11
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE ESTUDIO.....	13
1.1. Título del tema.....	13
1.2. Planteamiento del problema.....	13
1.3. Objetivos de la investigación .....	14
1.3.1. Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivos específicos .....	15
1.4. Metodología.....	15
1.5. Justificación.....	17
1.5.1. Teórica.....	17
1.5.2. Metodológica.....	18
1.5.3. Práctica.....	18
1.6. Definiciones.....	19
1.6.1. Factores comerciales.....	19
1.6.2. Factores financieros.....	19

	4
1.6.3. Ventaja competitiva.....	19
1.6.4. Análisis interno y externo .....	20
1.6.5. Viabilidad .....	20
1.7. Alcances y limitaciones .....	20
1.7.1. Alcances .....	20
1.7.2. Limitaciones.....	20
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	21
2.1. Conceptualización de tópicos clave.....	21
2.1.1. Mercado y consumidores.....	21
2.1.2. Tamaño y crecimiento del mercado .....	22
2.1.3. Tendencias del mercado.....	23
2.1.4. Segmentación del mercado .....	25
2.1.5. Preferencias y necesidades del consumidor.....	30
2.1.6. Comportamiento del consumidor .....	33
2.1.7. Canales de distribución.....	36
2.1.8. Competencia.....	38
2.1.9. Regulaciones y legislación.....	40
2.1.10. Investigación de mercado.....	42
2.1.11. Tendencias y nuevos productos .....	44
2.2. Importancia de los tópicos clave .....	45
2.3. Análisis comparativo.....	48
2.4. Análisis crítico .....	49

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL .....	50
3.1. Reseña histórica.....	50
3.2. Filosofía organizacional.....	51
3.2.1. Misión .....	51
3.2.2. Visión .....	51
3.2.3. Valores.....	51
3.3. Diseño organizacional .....	52
3.3.1. Estructura y departamentalización.....	52
3.3.2. Autoridad y responsabilidad.....	52
3.4. Productos y/o servicios.....	53
3.5. Diagnóstico organizacional.....	56
3.5.1. Fortalezas .....	57
3.5.2. Oportunidades .....	58
3.5.3. Debilidades .....	59
3.5.4. Amenazas .....	60
CAPITULO IV: RESULTADOS .....	62
4.1. Diagnóstico interno y externo .....	62
4.1.1. Diagnóstico externo .....	62
4.1.2. Diagnostico interno .....	72
4.1.3. Resultados del diagnóstico interno y externo .....	83
4.2. Rediseño de filosofía organizacional de la empresa Runa Trader S.A.C ....	84
4.2.1. Rediseño de la misión.....	85

4.2.2. Rediseño de la visión .....	86
4.2.3. Rediseño de los valores.....	86
4.3. Formulación estrategias para el desarrollo de negocio de la empresa Runa Trader S.A.C .....	88
4.3.1. Diseño de estrategias .....	89
4.4. Diseño de planes de acción para garantizar la sostenibilidad de la empresa a largo plazo .....	93
4.4.1. Enfoque de crecimiento .....	93
4.4.2. Enfoque de innovación .....	95
4.4.3. Enfoque de eficiencia operativa .....	97
4.4.4. Enfoque de desarrollo de talento .....	99
4.4.5. Recursos para el plan de acción.....	101
CAPÍTULO V: SUGERENCIAS .....	102
Conclusiones .....	104
Referencias bibliográficas.....	106
Anexos .....	112

## Índice de tablas

Tabla 1 Análisis comparativo.....	48
Tabla 2 FODA.....	56
Tabla 3 Desarrollo de la matriz PESTEL .....	63
Tabla 4 Ambiente de trabajo.....	75
Tabla 5 Satisfacción con las oportunidades de capacitación y desarrollo .....	76
Tabla 6 Comunicación y colaboración entre los equipos de trabajo.....	77
Tabla 7 Toma de decisiones.....	78
Tabla 8 Gestión financiera.....	79
Tabla 9 Esfuerzos para promover una cultura de sostenibilidad y responsabilidad .	80
Tabla 10 Recursos y tecnologías que faciliten el trabajo.....	81
Tabla 11 Reconocimiento y valoración del desempeño .....	82
Tabla 12 Formulación de estrategias .....	89
Tabla 13 Plan de crecimiento .....	93
Tabla 14 Plan innovación .....	95
Tabla 15 Plan eficiencia operativa.....	97
Tabla 16 Plan desarrollo de talento .....	99
Tabla 17 Presupuesto para el plan de acción.....	101



## Índice de figuras

Figura 1 Mercado, Universo PDV .....	36
Figura 2 Universo cadena de farmacias .....	37
Figura 3 Organigrama Runa Trader .....	53
Figura 4 Jabón cremoso bambú .....	55
Figura 5 Jabón cremoso frutos rojos .....	55
Figura 6 Hisopos .....	55
Figura 7 Diagrama causa efecto.....	72
Figura 8 Ambiente de trabajo .....	75
Figura 9 Satisfacción con las oportunidades de capacitación y desarrollo .....	76
Figura 10 Comunicación y colaboración entre los equipos de trabajo.....	77
Figura 11 Toma de decisiones .....	78
Figura 12 Gestión financiera.....	79
Figura 13 Esfuerzos para promover una cultura de sostenibilidad y responsabilidad .....	80
Figura 14 Recursos y tecnologías que faciliten el trabajo .....	81
Figura 15 Reconocimiento y valoración del desempeño .....	82

## Resumen

Mediante el presente trabajo, se presentó el objetivo de realizar un “plan estratégico para la empresa Runa Trader S.A.C, Perú 2023-2025”, esta empresa se dedica a la importación y desarrollo de marcas de productos de consumo masivo en el mercado peruano a través del cual detallaremos las recomendaciones y acciones a ejecutar de tal forma que la mencionada compañía pueda lograr los targets de ventas y rentabilidad que le permitan mantener su operación comercial en el mercado peruano, indicadores que según sus resultados acumulados no han sido los esperados. El objetivo principal de este plan es proporcionar una visión estratégica a largo plazo, alineando los recursos, las capacidades y las metas de la organización para maximizar su desempeño y su capacidad de adaptación. A través de un análisis riguroso de nuestro entorno interno y externo, se identificarán oportunidades clave, se mitigará riesgos potenciales y finalmente se trazará una ruta clara hacia el éxito. En el proceso de diagnóstico se identificó desafíos críticos relacionados con su entorno económico y político, así como con su situación financiera y capacidad de negociación. Estos desafíos sirvieron como base para el rediseño de su filosofía organizacional, priorizando valores, la formulación de estrategias se centró en la diversificación del mercado y la consolidación de acuerdos comerciales sólidos tanto a nivel nacional como internacional. Estas estrategias se tradujeron en planes de acción, El presupuesto, con un valor económico de \$12,000 dólares, se mantuvo flexible para adaptarse a cambios inesperados.

**Palabras clave:** Plan estratégico, segmentación de mercado, competencia, canales de distribución, consumidor.

## **Abstract**

Through the present work, the objective to carry out a strategic “plan for the company Runa Trader S.A.C, Peru 2023-2025” was presented, this company is dedicated to the importation and development of brands of mass consumption products in the Peruvian market through the which we will detail the recommendations and actions to execute in such a way that the aforementioned company can achieve the sales and profitability targets that allow it to maintain its commercial operation in the Peruvian market, indicators that according to its accumulated results have not been as expected. The main objective of this plan is to provide a long-term strategic vision, aligning the organization's resources, capabilities and goals to maximize its performance and adaptability. Through a rigorous analysis of our internal and external environment, key opportunities will be identified, potential risks will be mitigated, and ultimately a clear path to success will be charted. In the diagnostic process, critical challenges related to its economic and political environment were identified, as well as its financial situation and bargaining power. These challenges served as the basis for the redesign of its organizational philosophy, prioritizing values, the formulation of strategies focused on market diversification and the consolidation of solid commercial agreements both nationally and internationally. These strategies were translated into action plans. The budget, with an economic value of \$12,000 dollars, remained flexible to adapt to unexpected changes.

**Keywords:** Strategic plan, market segmentation, competition, distribution channels, consumer.

## Introducción

En un mundo en constante cambio y evolución, las organizaciones se enfrentan a desafíos cada vez más complejos y competitivos. Para mantenerse relevantes y alcanzar el éxito a largo plazo, es fundamental contar con una dirección clara y una hoja de ruta bien definida. Es en este contexto que se presenta el presente Plan Estratégico, una guía integral que establecerá los objetivos, las estrategias y las acciones necesarias para posicionar a RUNA TRADER S.A.C en el camino del crecimiento sostenible y el logro de sus objetivos.

Este plan se desarrolla de manera colaborativa, involucrando a los líderes y miembros clave de la organización, con el fin de aprovechar la sabiduría colectiva y garantizar la participación de todas las partes interesadas. Asimismo, se ha tenido en cuenta nuestra misión, visión y valores fundamentales, asegurando que las acciones estratégicas que se propongan estén alineadas con el propósito central y la identidad corporativa de RUNA TRADER S.A.C.

A lo largo de este documento, exploraremos en detalle los componentes clave del plan estratégico. Esto incluye el análisis del entorno, la definición de nuestros objetivos estratégicos, la identificación de las acciones necesarias, la asignación de responsabilidades y la creación de métricas para finalmente evaluar el progreso. Para esto la investigación se divide en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Antecedentes del estudio, en el cual se detallan hechos históricos los cuales reflejan además la evolución y resultados de la compañía durante sus primeros años de gestión entre los periodos 2023 – 2025.

Capítulo II: Marco teórico, en el que tratamos los argumentos y tópicos que sostienen la investigación para entregar un mayor entendimiento del estudio, importancia de tópicos, análisis comparativo y crítico.

Capítulo III: Marco Referencial, en este capítulo se desarrolla en base a la empresa que se estudia desde la reseña histórica, filosofía, diseño organizacional, servicios los cuales nos darán el soporte necesario para sostener el plan estratégico.

Capítulo IV: Resultados, en el cual detallaremos los resultados estimados y el nivel de asertividad que podríamos lograr, y finalmente el desarrollo de los objetivos específicos que determinaran la viabilidad del presente plan estratégico.

Capítulo V: En el que se plasmaran nuestras sugerencias y conclusiones teniéndolas de forma clara y precisa para el presente trabajo de investigación. Finalmente detallaremos la bibliografía utilizada, la que será de gran utilidad para poder establecer el mencionado plan estratégico.