CONCLUSIONES

Basándose en el desarrollo de los capítulos anteriores se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- SP LOGISTIC S.A. si desea mantener el crecimiento esperado a través de los siguientes cinco años, como se indica en el flujo de caja proyectado, debe tener un plan estratégico que la guíe, optimizando sus procesos y convirtiéndola en una empresa competitiva.

- Las inversiones de mercado demuestra que SP LOGISTIC tiene un buen posicionamiento dentro de su cartera de clientes actuales, lo cual es beneficioso porque sirve como marco de referencia para futuros clientes potenciales, si la empresa desea darse a conocer debe implementar todas las estrategias propuestas en este proyecto.

- En la empresa se ha notado cierto desorden dentro de las funciones y el ambiente laboral, con el nuevo control de desempeño propuesto por objetivos se debe llegar a un mejor desenvolvimiento de cada uno de los miembros, impulsado también por las constantes capacitaciones, charlas de motivación e implantación de valores.

- Para poder darse a conocer en el mercado y cumplir sus objetivos, la empresa seguirá una estrategia de diferenciación, buscará posicionarse y enfocarse en el mercado de la construcción.

- Según los criterios financieros del VAN y de la TIR podemos concluir que el proyecto propuesto es rentable, viable y su implantación es realista.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la mejora de los procesos que impacten directamente al nivel de servicio vaya de la mano con la campaña de posicionamiento.

- Se recomienda realizar periódicamente una auditoría a los procesos automatizados, con el objetivo de corregir errores antes que formen un problema grande.

- Se recomienda que cada año o de manera semestral, se realice una reinversión del plan estratégico que se ha propuesto, variándolo dependiendo del entorno en que se encuentre la empresa, pero siempre encaminándolo a la visión y misión de la empresa.