Explicar y sustentar la disminución del 50% en promedio de gastos administrativos y de ventas.

Para implementar las estrategias de Desarrollo de Mercado y Penetración de Mercado de Starkey Perú se ha generado una diminución de alrededor de 50% del costo de venta que se observa a partir del 2017. Esta diminución se debe a un menor precio de compra de los audífonos a Starkey Laboratories, a un menor costo de los fletes y una mejor gestión logística y de desaduanaje.

Así, la reducción del precio de compra de los audífonos se origina en la reducción de 60% del precio que Starkey Laboratories daba al centro audiológico en el 2016 al considerarlo como cualquier empresa externa a la corporación. Respecto al menor costo de flete, este es generado debido a los convenios globales de Starkey Laboratories con los proveedores de servicio logístico como UPS y FEDEX en donde se obtiene ahorros de 30% por la disminución de tarifas respecto al 2016. Por último, la gestión logística y de desaduanaje representa un 2% de ahorro en los costos de venta, y se obtiene al interconectar Starkey Perú a los sistemas de información de Starkey Laboratories, y hacer posible el seguimiento del proceso de manufactura de los audífonos en Starkey Laboratories lo que reduce cualquier error de comunicación en la orden de compra y ayuda a planificar mejor el desaduanaje al tener conocimiento de las fechas exacta de envío y documentación que acompaña al audífono. Específicamente en la parte de desaduanaje se reduce o casi elimina la estancia de los audífonos en los almacenes de la aduana al resolver cualquier problema documentario del embarque rápidamente.

Todas estas reducciones que impactan el costo de venta aumentan el margen de contribución variable que ayuda a solventar las inversiones de las estrategias de Desarrollo de Mercado y Penetración de Mercado. Las iniciativas de inversión propuestas afectan los planes de Marketing, Operaciones, Recursos Humanos y Responsabilidad Social y tienen como consecuencia un aumento de los gastos administrativos y de ventas, pero también un aumento en los ingresos. Es así, que existen incrementos en los gastos administrativos y de ventas en 32%, 25% y 8% que ayudan a obtener aumentos en los ingresos en 18%,18% y 20% para los años 2017,2018 y 2019 respectivamente. El obtener, un VAN positivo de S/ 750 mil soles aproximadamente para los mismo años corrobora la validez de las estrategias en generar ganancias.

Por ejemplo, al aplicar las estrategias en el año 2019 se proyecta vender alrededor de 720 audífonos más que al no aplicarla, que ha significado dejar de ganar a Starkey Laboratories unos S/. 400 mil soles debido a la reducción del precio de compra de los audífonos

con el fin de obtener un mayor margen de contribución variable que ayude a.