



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**PLAN DE TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO
DE TRANSPORTE**

TUTOR

MAE. ING.SILVIA ALEXANDRA ESPINOZA MENDOZA

AUTORES:

JOSE ELIAS HARO AVILA

ISMAEL ANGELO SALTOS QUERIDO

GUAYAQUIL

2022



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TRANSPORTE

AUTOR/ES:

JOSE ELIAS HARO AVILA
ISMAEL ANGELO SALTOS QUERIDO

REVISORES O TUTORES:

MAE. ING.SILVIA ALEXANDRA ESPINOZA MENDOZA

INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA
VICENTE ROCAFUERTE

Grado obtenido: TERCER NIVEL

FACULTAD: ADMINISTRACIÓN

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2022

N. DE PÁGS:

103

ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración

PALABRAS CLAVE: Planificación, gestión, administración y finanzas.

RESUMEN: El presente trabajo de investigación refleja la evidencia que, mediante la implementación de diferente metodología y esquemas organizacionales, operativos, contables y financieros son de gran importancia al momento de establecer cualquier plan de inversión de pequeñas o grandes magnitudes. Es de forma muy factible la implementación de un plan de negocios para una empresa de transporte pesado, mostrando todos los procedimientos y procesos a realizar dentro del esquema para dar resultados favorables a futuro, obteniendo beneficios económicos para los inversionistas y para la consolidación del negocio.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

NO

CONTACTO CON AUTOR/ES: JOSE ELIAS HARO AVILA ISMAEL ANGELO SALTOS QUERIDO	Teléfono: 0993007172 0969685905	E-mail: jharoa@ulvr.edu.ec isaltosq@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mg. Oscar Machado Álvarez Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec PhD William Quimi Delgado Teléfono: 2596500 Ext. 203 E-mail: wquimid@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

(Imprimir el resultado de la herramienta URKUND y escanearlo para añadir al archivo en pdf)



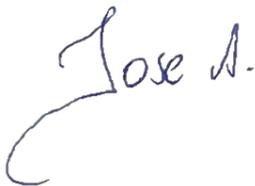
MAE. ING. SILVIA
ALEXANDRA ESPINOZA MENOZA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El (Los) estudiante(s) egresado(s) José Elías Haro Ávila y Ismael Ángel Saltos Querido, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TRANSPORTE (TRANS SACON) EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, corresponde totalmente a el(los) suscrito(s) y me (nos) responsabilizo (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)



Firma:

JOSE ELIAS HARO AVILA

C.I:0930737614



Firma:

ISMAEL ANGELO SALTOS QUERIDO

C.I: 0930388954

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TRANSPORTE (TRANS SACON) EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TRANSPORTE (TRANS SACON) EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL presentado por los estudiantes JOSÉ ELÍAS HARO ÁVILA y ISMAEL ÁNGELO SALTOS QUERIDO como requisito previo, para optar al Título de Licenciatura en Administración de Empresas encontrándose apto para su sustentación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'MADERO ROMERO BOLIVAR ALFREDO', written over a horizontal line.

Firma:

MADERO ROMERO BOLIVAR ALFREDO

C.C. 0703021568

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios infinitamente por permitirnos tener tan buena experiencia dentro de la universidad, por permitirnos convertirnos en unos profesionales que es lo que tanto nos apasiona, gracias a cada maestro que fue parte de este largo y maravilloso proceso integral de formación, que nos deja como producto determinado a todo este grupo de graduados, el recuerdo y prueba en toda esta carrera es esta tesis que siempre estará dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar a esta linda universidad.

DEDICATORIA

A nuestros padres por habernos formado como las personas que somos actualmente, todos nuestros logros son gracias a ustedes que están día a día ayudándonos entre los que se incluyen este. Gracias por formarnos con reglas y con algunas liberaciones, pero al final de cuenta, eso fue lo que nos motivó constantemente para alcanzar nuestros anhelos.

JOSE ELIAS HARO AVILA

ISMAEL ANGELO SALTOS QUERIDO

CONTENIDO

1.1. Tema	13
1.2. Planteamiento del Problema	13
1.3. Formulación del problema	14
1.4. Sistematización del Problema	14
1.5. Objetivos de la investigación	14
1.5.1. Objetivo general	14
1.5.2. Objetivos específicos	14
1.6. Justificación	15
1.8. Idea a defender	16
CAPITULO II	17
2.1. Antecedente de la investigación	17
2.1.1. Estado del arte.....	19
2.2. Problemática	25
2.3. Pertinencia.....	26
2.4. Plan de Negocio	27
2.4.1 La importancia de un Plan de Negocio	27
2.4.2 Las partes de un plan de negocios.....	28
2.4.3 La estructura de un Plan de Negocio	30
2.5 Organigrama	31
2.5.1 Tipos de Organigramas	32
2.5.1.1 Por su naturaleza	32
2.5.1.2 Por su finalidad	32
2.5.1.3 Por su ámbito.....	33
2.5.1.4 Por su contenido	33
2.5.1.5 Por su presentación o disposición grafica	33
2.5.2. Análisis Situacional	34
2.5.2.1.Matriz FODA.....	34
2.5.2.2. Matriz EFI.....	34
2.5.2.3. Matriz EFE	35
2.5.3. Análisis PEST.....	35
2.5.4. Planificación de Marketing	36
2.5.4.1. Las 4 P'S	36
2.5.4.2. Estrategias de Marketing.....	37
2.6 Marco Conceptual.....	39

2.7 Marco Legal	41
2.7.1 Pasos para la constitución de una empresa en Ecuador	41
CAPÍTULO III.....	43
3.1. Metodología	43
3.2. Tipo de Investigación	43
3.3. Enfoque de Investigación.....	44
3.4. Técnicas e Instrumentos	45
3.4.2. Encuesta	45
3.4.3. Ficha de Observación.....	45
3.5. Población	46
3.6. Muestra.....	46
3.7. Análisis de resultados	47
3.7.1. Ficha de observación.....	47
3.7.2. Encuesta Tabulada.....	51
CAPITULO IV.....	59
4.1. Tema	59
4.2. Análisis Situacional.....	59
4.2.1. Matriz FODA.....	59
Tabla 6 Matriz FODA	59
4.2.2 Matriz EFI	60
4.2.3. Matriz EFE.....	61
4.3. Análisis PEST.....	62
4.3.1. Factores políticos.....	62
4.3.2. Factores Económicos.....	63
4.3.3 Factores sociales.	63
4.3.3. Factores tecnológicos.....	64
4.3.4. Factores Ecológicos.	64
4.4. Organigrama de la empresa	65
4.5. Logotipo de la Empresa.....	66
4.6. Misión y Visión de la empresa.....	67
4.6.1. Misión.....	67
4.6.2. Visión.	67
4.7. Manual de Funciones.....	67
4.8. Marketing Mix	77
4.8.1 Estrategias de Marketing.....	77
4.8.2. Producto (características del servicio y tipo de carga)	77

4.8.2.1. Tipo de Carga	78
4.8.2.2. Estrategia de servicio	78
4.8.3. Precio	79
4.8.3.1. Estrategia de precio.....	80
4.8.4. Plaza y distribución.....	80
4.8.4.1. Estrategia de plaza y distribución	80
Ilustración 12. Flujo de Entrega Casa Matriz	81
4.8.5. Promoción.....	81
4.8.5.1. Estrategias de Promoción	81
4.8.5.2. Detalle de gastos de publicidad	82
4.8.6. Punto de equilibrio.....	82
4.8.6.1. Punto de equilibrio en unidades.....	82
4.8.6.2. Punto de equilibrio en ventas	83
4.9. Planificación Financiera.....	84
4.9.1. Inversión Inicial	84
4.9.2. Detalle de Inversión en activos corrientes	85
4.9.3. Detalle de Financiamiento	85
4.9.4. Tabla de amortización	86
4.10. Estado de resultados proyectado.....	87
4.11. Evaluación Financiera	88
4.11.1. Flujo Proyectado	88
4.11.2. Calculo CAPM	89
4.11.3. Indicadores Financieros.....	89
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES.....	91
Bibliografía.....	92
ANEXOS	95
ANEXO 1 Modelo de encuesta a clientes que usan el servicio de transporte de carga pesada	95
Anexo 2 Modelo de encuestas al gerente de la empresa	97
ANEXO 3 Evidencia de la entrevista al gerente de la empresa y las instalaciones de la empresa.....	98

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Evolución del precio de los combustibles	13
Ilustración 2 Estructura de plan de negocios	30
Ilustración 3 Frecuencia del contrato de servicio de transporte.....	51
Ilustración 4 Factores a la hora de elegir un transporte	52
Ilustración 5 Motivos de contratación de transporte pesado	53
Ilustración 6 Fijación de precios del transporte de carga en base al peso	54
Ilustración 7 Fijación de precios del transporte de carga en base a la trayectoria	55
Ilustración 8 Motivos de la contratación del servicio en una nueva compañía.....	56
Ilustración 9 Monitoreo de carga transportada.....	57
Ilustración 10 Volatilidad del precio del combustible	58
Ilustración 11 Organigrama de la empresa.....	65
Ilustración 12 Logo de la empresa	66
Ilustración 13 Flujo de Entrega Sucursal Duran.....	81
Ilustración 14 Detalles de Financiamiento	86

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Numero de población tomada para la investigación.....	46
Tabla 2 Muestra de población tomada para la investigación	47
Tabla 3 Cuestionario de Atención y conformidad.....	48
Tabla 4 Cuestionario de Atención y conformidad.....	49
Tabla 5 Cuestionario de Atención y conformidad.....	50
Tabla 6 Matriz FODA.....	59
Tabla 7 Matriz EFI.	60
Tabla 8 Matriz EFE.	61
Tabla 9 Cargos.	68
Tabla 10 Cargos.	69
Tabla 11 Cargos.	70
Tabla 12 Cargos.	71
Tabla 13 Cargos.	72
Tabla 14 Cargos.	73
Tabla 15 Cargos.	74
Tabla 16 Cargos.	75
Tabla 17 Cargos.	76
Tabla 18 Marketing Mix.	77
Tabla 19 Tipo de Cargos.....	78
Tabla 20 Tabla de precios por Destino.	79
Tabla 21 Detalle de Gastos por Publicidad.	82
Tabla 22 Detalle de Puntos de equilibrio en unidades.	82
Tabla 23 Detalle de Puntos de equilibrio en unidades.....	83
Tabla 24 Detalles de inversión.....	84
Tabla 25 Detalles de Financiamiento.....	85
Tabla 26 Detalles de Financiamiento.....	86
Tabla 27 Estado de resultados.....	87
Tabla 28 Detalles de flujo proyectado.....	88
Tabla 29 Calculo CAPM.....	89
Tabla 30 Indicadores financiero.....	89

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema

Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de transporte

1.2. Planteamiento del Problema

El transporte de carga pesada es un servicio de gran utilidad para empresas y personas, además es una actividad económica que representa grandes rubros económicos para empresas y personas; esto en términos generales genera un impacto positivo dentro de la economía local; sin embargo, dentro de esta actividad existen diferentes riesgos a los que están expuestos las diferentes partes que involucra el sistema logístico dentro de este negocio; factores como seguridad en el transporte de la mercancía, precios, logística; maquinaria; políticas económicas internas como externalidad de mercado; este último factor es considerado el más cambiante y por el que muchas empresas que ofrecen el servicio de transporte de carga se aprovechan de una manera inescrupulosa con respecto al precio final del transporte de la mercancía.

El presidente de Ecuador, Guillermo Lasso, aumentó el viernes (22.10.2021) hasta en 12% el precio de los combustibles y atizó el descontento de indígenas, trabajadores y estudiantes que preparan una protesta contra el gobierno para el próximo martes en Quito. "A partir de ahora se establece el precio de la gasolina extra en 2,55 dólares el galón (3,8 litros) y de igual manera el precio del diésel (...) se establece en 1,90 dólares", dijo Lasso en una alocución desde el puerto de Guayaquil (suroeste). Los nuevos precios entrarán en vigencia a partir de la medianoche del viernes y permanecerán congelados por un tiempo indeterminado (DW, 2021).

Evolución del precio sugerido de los combustibles 2021



Ilustración 1 Evolución del precio de los combustibles

Fuente: Diario El Universo (2021).

Sin lugar a dudas la volatilidad en precio de los combustibles es un factor que provoca mucha especulación en el precio final del servicio de transporte de carga; además de esto, la seguridad que en muchos casos se busca otorgar al cliente es ineficiente; esto provoca la inconformidad en el cliente potencial al momento de contratar este tipo de servicios. Los clientes al momento de adquirir un servicio de transporte de carga buscan mayor eficiencia y efectividad dentro de todos los procesos logísticos que engloba la actividad de transporte de mercancías, para que ellos así de esta manera obtengan un servicio óptimo y acorde al precio por el que pagan.

1.3. Formulación del problema

¿Es factible el estudio e implementación de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicio transporte de carga pesada?

1.4. Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son los soportes teóricos de la investigación?
- ¿Cuál es la situación actual de las empresas que ofertan el servicio de transporte de carga pesada?
- ¿Cuál es el diseño organizacional adecuado para la creación de una empresa de servicio de transporte de carga pesada?
- ¿Cuál es la viabilidad financiera del proyecto?

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general.

Determinar un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de transporte de carga pesada de la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos específicos

- Describir los soportes teóricos de la investigación.
- Definir y analizar la situación actual de las empresas que oferten el servicio de transporte de carga pesada.

- Determinar el diseño organizacional para la creación de una empresa de servicio de transporte de carga pesada para la ciudad de Guayaquil
- Establecer la viabilidad financiera del proyecto.

1.6. Justificación

El servicio de transporte de carga pesada es una fuente vital en la economía siendo un pilar fundamental en el desarrollo socio económico del país, brindando nuevas oportunidades de trabajo, lo que ayuda al crecimiento económico, contando con el respaldo del Estado siendo un servicio de transporte comercial (ley Orgánica de Transporte Terrestre y Seguridad Vial).

Las compañías de transporte pesado es un recurso fundamental para el desarrollo y crecimiento de la economía del país debido a que crece la economía en el mercado de las empresas relacionadas y al mismo tiempo beneficia al bolsillo del empresario; la decisión de crear este proyecto, es para trabajar de una manera eficiente y transparente, brindar fuentes de trabajo a choferes profesionales que necesitarán pertenecer a este proyecto y aumentar el comercio entre regiones; Ecuador está conectado con las tres regionales principales, Costa, sierra y oriente en donde se encuentran proyectado el servicio, para proteger la demanda insatisfecha del sector. En este sector existe recursos de materiales y centros de abastecimientos para la mejor atención al cliente y para corregir y mejorar el funcionamiento de los vehículos pesados como puede ser: Servicios básicos, llantas, repuestos, aceites y lubricantes, despacho de combustible, etc.

En cuanto a la mano de obra, así mismo contamos con el personal adecuado, los mismos que residen en la ciudad de Guayas y en Guayaquil, disponen la suficiente experiencia en este tipo de servicio que se ofrece y la predisposición para trabajar de una forma honesta y segura para un bienestar en particular; en cuanto al Ecuador tiene más de 4000 empresas de transporte pesado Guayaquil transporte pesado, lo cual no significa una gran competencia por descontentos en las necesidades de los clientes, lo cual dará como resultado que las nuevas empresas buscar estrategias para atraer cada vez más a clientes insatisfechos a experimentar una nueva experiencia en lo que es transporte pesado.

1.7. Delimitación del Problema

Ciudad/País: GUAYAQUIL – ECUADOR

Sector: NORTE

Parroquia: TARQUI

Zona: BASTION POPULAR

Dirección: ENTRADA DE ECUASAL ALTURA GASOLINRA PVD

1.8. Idea a defender

La implementación del plan de negocio para la creación de una empresa va a generar fuentes de trabajo, beneficia a la competitividad, la productividad y el crecimiento a la matriz productiva.

1.9. Línea de Investigación Institucional/Facultad

Línea Institucional: Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

Línea de Facultad: Administración, comercio y negocios.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedente de la investigación

El transporte pesado o transporte comercial de carga pesada, consiste en vehículos que transportan bienes o productos de diferente categoría comercial, estos vehículos reciben los productos ya sea en contenedores o directamente en su compartimiento mediante la estiba de la carga, para luego ser transportada a otras empresas, industria o persona que lo adquiere, esto se puede dar en un puerto marítimo, o viceversa. Estas empresas pueden estar ubicadas en diferentes cantones del, siendo los más importantes Guayaquil, Manta, Quito, Machala, y Cuenca (Perèz, 2017, pág. 143).

Sin embargo, todas las dificultades por las que atraviesa el sector del transporte pesado son: las salvaguardias, y los problemas estructurales del sector de carga pesada, reposición vehicular, empresas de papel que negocian cupos, facturación individual por cada transportista, y camiones fuera de la vida útil (Mogollon, 2017).

Según datos de la Superintendencia de Compañías (2017), el 39% de las instituciones que se dedican a carga pesada manifestaron utilidades en cero y la mitad enunciaron ingreso menor a \$ 10.000. Estos datos también revelaron que hay compañías de transporte de carga pesada que no tiene flota vehicular propia y que se forman con un capital mínimo de entre \$400 y \$800 con el fin de ofrecer cupos a otros transportistas autónomos generando una competencia desleal en el mercado.

El primer acceso a las zonas de carga es cuando el servicio se ejecute desde el depósito o almacén del cliente y esto es enviado hacia otro establecimiento de almacenaje o puerto cuenta con acople adecuado para mantener la integridad de la mercadería que se transporta (Mora, 2016, pág. 65)

Una regulación emitida por la Agencia Nacional de Tránsito, exige a las empresas de transporte pesado que quieran formar parte de los activos de la organización. Por lo que se habló de la resolución Nro. 072-DIR-2015-ANT dio a conocer que la Concesión de Permiso de Operación de las operadoras de transporte de carga pesada, los vehículos que en un futuro sean habilitados en la flota vehicular de la persona jurídica titular del permiso de operación, se encuentren bajo la propiedad de la operadora solicitante.

El presidente de la Asociación de Representantes de Líneas Aéreas en Ecuador, Marco Subía, dio a conocer que los transportes de carga no fueron afectados por la pandemia, pero si fueron afectados los de pasajeros, se apuntará en aumentar la capacidad para cubrir una demanda creciente. “El 2020 y 2021 son muy buenos años por el transporte de vacunas, medicinas, insumos y todo tipo de productos” (REVISTALIDERES, 2021)

Las empresas que ofrecen estos servicios en logística pueden dar muchas soluciones de distinta amplitud al cliente, tanto en la secuencia de actividades que ofrece, nos referimos a los sectores o clientes a quienes atiende, así lo destaca Angie Intriago, representante de la Asociación Logística de Ecuador (Asolog). (Intriago, 2019)

La Agencia Nacional de Tránsito ANT, dio a conocer por medio del director de Direcciones Provinciales a nivel nacional, que autorizan la solicitud de la Constitución Jurídica para todas las operadoras de transporte terrestre de carga pesada de esto se debe hacer acuerdo a la provincia que le pertenece, es decir, la operadora de carga pesada solicita el informe previo de constitución jurídica por parte de la ANT y una vez que se obtenga podrá elevar a constitución jurídica y quedar legalmente constituida (AGENCIA NACIONAL DE TRANSITO, 2021)

La malla de carreteras es esencial en las instalaciones de transporte, se puede decir que es la más usada globalmente, ya que es el mayor significado porque prácticamente todos los transportes utilizan la modalidad terrestre ya sea como al menos un complemento en la vida diaria. Según Fenatrape, Ecuador cuenta con 4.432 empresas de transporte de este tipo, el 70% se creó en los últimos seis años. Sin embargo, el líder de la entidad señala que, del total de empresas, 1588 no declaran ingresos al SRI, lo cual afecta al sector e incrementa la informalidad.

2.1.1. Estado del arte

Los antecedentes referenciales de la investigación servirán como guía estructural para diseñar, analizar e implementar la propuesta efectuada dentro de la presente investigación; a continuación, se muestran los diferentes estudios referenciales de la investigación y respectiva pertinencia que aporta dentro del presente proyecto:

1.- Tesis: Plan de negocios para la creación de la compañía de transporte intra provincial terrestre “Nunkari del oriente” en el cantón Taisha.

Autores: Robayo & Jimbo (2016).

Objetivo General: Diseñar un plan de negocios para la creación de la compañía de transporte intra provincial terrestre” Nunkari del Oriente”, en el Cantón Taisha, que permita al emprendedor tomar una decisión asertiva de inversión.

Problemática: La problemática de este estudio radica en el estudio de la demanda de esta zona; existe una gran cantidad de una demanda insatisfecha dentro de la zona; de aquí la necesidad de creas la compañía de transporte interprovincial terrestre.

Metodología: La metodología empleada dentro de la investigación se centró en dos enfoques; tanto el enfoque cualitativo como el cuantitativo arrojaron diversos datos de utilidad para los investigadores.

Conclusiones: Dentro de las conclusiones mas relevantes se evidencio mediante indicadores financieros que la propuesta de negocio es viable aun así con una decisión de inversión inicial alta; su retorno es en poco y tiempo; lo que abra la posibilidad de expansión de la empresa.

Pertinencia: Este proyecto es tomado como referencia para aprovechar la estructura organizativa con que fue realizado y las diferentes técnicas usadas para el estudio de la demanda y la competencia; dos de los factores importantes a tomar en cuenta al momento de crear y establecer un plan de negocios.

2.- Tesis: Plan de negocio acerca de la creación de una empresa de consultoría para la implementación de carga liquida en las empresas de transporte de carga pesada.

Autores: Huerta, Pardo & Rojas (2017).

Objetivo general: Diseñar un plan de negocio del servicio de consultoría para las empresas de carga seca pesada que deseen diversificar su actividad económica hacia el transporte de carga liquida en Colombia.

Problemática: El problema que tiene la carga se relaciona fundamentalmente a su tipología; el transporte de carga líquida es una actividad que conlleva muchos riesgos; es por esto que fue necesario tipificar las diferentes cargas con el objetivo de establecer una planeación logística dentro del transporte de este tipo de carga.

Metodología: La metodología usada dentro de la investigación arroja un enfoque mixto con datos tanto cualitativos como cuantitativos; permitiendo así, el análisis de resultados de forma más directa y precisa y con resultados obtenidos de gran validez para los investigadores.

Conclusiones: La investigación concluye que el manejo y correcta clasificación de la carga permiten el buen desempeño y funcionamiento de la actividad de transporte de carga pesada; optimizando las operaciones del transporte en Colombia.

Pertinencia: Este estudio muestra la correcta clasificación acerca de la tipología de la carga seca y líquida; esto como punto de partida sirve para el presente estudio para poder tipificar los diferentes tipos de carga según su estado natural y así, poder establecer lineamientos de seguridad acordes al manejo del estado de la mercancía.

3.- Tesis: Aplicación de las salvaguardias y su impacto en el transporte de carga pesada Ecuador - Colombia caso de estudio Tulcán – Ipiales, periodo 2014 – 2016.

Autores: Moreira (2018).

Objetivo General: Determinar el impacto de la aplicación de las salvaguardias en el transporte de carga pesada entre la República de Ecuador y la República de Colombia (Tulcán-Ipiales) para el periodo 2014-2016.

Problemática: El estudio muestra el impacto desfavorable que tiene una decisión relacionada con el aspecto político y económico en que están involucradas las empresas de carga pesada del país; dichas medidas generan un impacto negativo y entorpece en gran medida el comercio internacional entre dos naciones.

Metodología: La metodología empleada dentro del presente estudio se basa en una investigación de campo exploratoria con análisis cuantitativos y cualitativos acerca de los diferentes impactos que tienen las medidas adoptadas por el gobierno central acerca de medidas económicas.

Conclusiones: Las medidas adoptadas por el gobierno generan un impacto negativo dentro del comercio internacional entre los países de Ecuador y Colombia; esto se ve reflejado mediante un estudio de factibilidad realizado dentro del estudio; el cual muestra la posición desfavorable frente a la medida de salvaguardas impuesta por el gobierno nacional.

Pertinencia: La presente investigación muestra un análisis exhaustivo acerca del macroentorno de las empresas de carga pesada; el mismo que dentro del estudio deben ser detalladas a profundidad con el objetivo de elaborar planes de contingencia que le permitan a la empresa estar preparada ante cualquier externalidad de mercado.

4.- Tesis: Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la prestación de servicios de transporte de carga pesada, ubicada en la ciudad de Quito.

Autores: Romo & Chafla (2016).

Objetivo General: Proponer un modelo de proyecto de factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la Prestación de Servicios de Transporte de Carga pesada, en la Ciudad de Quito.

Problemática: La demanda destendida dentro del mercado es el factor mas importante a considerar dentro del estudio; la cual muchas veces busca contratar este tipo de servicios, pero con un coste muy elevado; dentro de la ciudad de Quito hay una inexistencia de transporte de carga pesada que abraque las necesidades concretas de los clientes con todas las características que una gran empresa pueda ofrecer.

Metodología: La metodología empleada dentro de la investigación se basa en la investigación descriptiva mediante diferentes técnicas e instrumentos de observación y análisis; los mismos que tabulados mediante un enfoque mixto arrojaron datos de gran utilidad para la implementación de la propuesta.

Conclusiones: La creación de una microempresa con una capacidad instalada de cinco vehículos, con la operatividad inicial del 60% de su capacidad muestra resultados contables y financieros favorables dentro de sus proyecciones; los mismos que se ven reflejados dentro del estudio de viabilidad financiera.

Pertinencia: La tesis muestra un estudio de mercado óptimo con cálculos de precios justos y basados en el costo operacional de cada transporte correspondiente a su capacidad instalada;

esto como referencia para calcular el precio de transporte acorde a las características de la carga y a las características del transporte.

5.- Tesis: Estrategias de Marketing y su influencia en el posicionamiento de una empresa de transporte de carga pesada y almacenaje en Trujillo en el año 2016.

Autores: Ludeña & Salazar (2016).

Objetivo general: Determinar el grado de influencia de las estrategias de marketing en el posicionamiento de una empresa de transporte terrestre de carga pesada y almacenaje.

Problemática: La empresa de carga pesada y de transporte no practica ninguna actividad de marketing dentro del servicio que la misma ofrece; esto refleja un bajo rendimiento de su rentabilidad comercial debido a la inexistencia de un plan de marketing que permita incrementar sus índices de rentabilidad dentro del mercado.

Metodología: Dentro de la investigación se realizó el uso de diferentes técnicas de investigación como la investigación exploratoria mediante instrumentos como entrevistas, encuestas, y fichas de observación que diagnosticaron la situación actual de la empresa en materia de marketing.

Conclusiones: La implementación y diseño de las estrategias de marketing para la empresa de transporte pesado reflejaron un impacto positivo dentro de su rentabilidad y competitividad dentro del mercado.

Pertinencia: El diseño y análisis de las estrategias de marketing implementadas dentro del estudio servirán como guía para establecer la planeación de marketing estratégico que se acople al tipo de servicio ofertado por la empresa.

6.- Tesis: Estrategias comerciales para el sector de transporte de carga pesada: Manta.

Autores: Farfán (2016).

Objetivo general: Diseñar un plan comercial atractivo como proyecto viable, mediante una investigación de mercado, para mejorar el crecimiento del servicio de transporte.

Problemática: Dentro del estudio es necesario analizar y estudiar los problemas que se dan dentro del movimiento de cargas dentro del puerto de Manta con la finalidad de garantizar el buen funcionamiento logístico del transporte la carga pesada.

Metodología: Dentro del estudio se aplican diferentes enfoques como el cualitativo y el cuantitativo que ayudaron a determinar con precisión los aspectos causantes de la problemática estudiada dentro del proyecto.

Conclusiones: Se concluyo que el diseño y la implementación de un plan comercial mejora de una manera significativa el crecimiento a corto y mediano plazo del servicio de transporte de carga pesada para las empresas de transporte de la ciudad de Manta.

Pertinencia: El diseño estructural organizativo creado dentro de la investigación optimizo las funciones de cada área para el óptimo rendimiento de las operaciones logísticas de transporte; esto como resultado de estudiar e identificar las problemáticas que afrontan las empresas dentro del movimiento del puerto de Manta. todo esto sirve como apoyo para realizar un plan organizacional eficiente y a la altura de lo que busca el estudio.

7.- Tesis: Determinación de una estructura de costos operativos para el autotransporte en México.

Autores: Rodríguez (2019).

Objetivo General: Calcular los costos operativos del autotransporte, involucrando los factores más relevantes relacionados en un viaje, para proyectar un desglose completo de los recursos utilizados durante el traslado del vehículo, el cual permita tener un estimado fiable que sirva de base para estimar el precio de la tarifa.

Problemática: La falta de una estructura de costos para la empresa de autotransporte evidencia pérdidas económicas importantes para la misma; la forma empírica con que se ha venido manejando la parte contable y financiera no brinda ni asegura ninguna oportunidad de crecimiento a futuro de la empresa.

Metodología: La metodología aplicada dentro del trabajo de investigación es cuantitativa por el hecho de establecer un plan técnico para el manejo del circulante del negocio; esto brindó al investigador datos más precisos y confiables a la hora de establecer la propuesta a ejecutar.

Conclusiones: La planeación y organización de manera estructurada del sistema contable y financiero de la empresa de autotransporte permiten la optimización y el óptimo funcionamiento de todos los activos tangibles del negocio.

Pertinencia: El diseño de una estructura de costos es un factor a considerar dentro de la implementación del plan de negocios de la empresa de transporte de carga pesada; es por eso

que el estudio escogido es de gran utilidad para poder diseñar la estructura financiera y contable del presente estudio.

8.- Tesis: Propuesta de un plan estratégico para la compañía de transporte de carga pesada TRANSCALSA S.A. ciudad de Portoviejo periodo 2017 – 2021.

Autores: Quevedo (2017).

Objetivo General: Diseñar un plan estratégico para mejorar la competitividad de la Compañía de Transporte de Carga Pesado Transcalsa S.A. en la Ciudad de Portoviejo 2017- 2021.

Problemática: Dentro de Manabí es muy notorio ver compañías de transporte de carga pesada que allí operan; esto quiere decir que el nivel de competitividad es alto para la empresa estudiada dentro del estudio; además de esto Transcalsa no implementa entre sus operaciones una planificación estratégica que le permita generar un rendimiento financiero y contable óptimo para su planeación de desarrollo y expansión futura.

Metodología: Dentro de estudio se empelo un enfoque mixto de investigación; por un lado, el enfoque cualitativo da la facilidad de aplicar diferentes técnicas que sirven para obtener resultados para el uso del investigador; por otro lado, el enfoque cuantitativo brindo datos precisos y claros dentro de la valuación financiera realizada, mostrando de esta manera la viabilidad positiva de la propuesta ejecutada.

Conclusiones: La correcta aplicación estratégica y el correcto empleo de sus diferentes técnicas dentro del negocio de transporte pesado mostraron un rendimiento positivo a mediano plazo dentro de la sostenibilidad de la empresa Transcalsa; lo que facilita la planeación para nuevos objetivos organizacionales de crecimiento empresarial.

Pertinencia: La planeación estratégica realizada servirá de guía para implementar sus diferentes técnicas y conceptos que la misma contiene para el presente estudio; y así, incrementar las posibilidades de la empresa de cara a su rentabilidad empresarial a través del tiempo.

2.2. Problemática

La demanda de transporte de carga pesada se forma por la necesidad de atender a la demanda de las diferentes compañías que son parte de la ciudad de Guayaquil de transportar su mercadería de un lugar a otro, siendo esta en grandes toneladas, los futuros clientes buscan un futuro de éxito, tiene una visión clara y directa que es lo que desean de las compañías de transporte buscan que estén cumplan con sus necesidades requerimiento y sus expectativas de manera que se cree una relación estable y permanente.

Se debe detener en claro que siempre debemos dar lo mejor a nuestros clientes desde una seguridad de elegirnos a nosotros y que ellos se sientan gustosos de seguir trabajando con nuestra compañía; generalmente existen muchas formas de transportar mercadería, es decir existen servicios sustitutos como pueden ser el servicio aéreo, marítimo, pero esto lo único que ocasiona es la entrega de mercancía de un lugar a otro en tiempos no adecuados y a un alto precio y en varias ocasiones si es marítima llega con desperfectos.

Esta es la razón por la cual los clientes buscan al transporte pesado por comodidad de precios y por qué se puede trasladar mercadería de gran tonelaje de peso. Logrando trasladar su mercadería de una forma segura, económica y en tiempos establecidos por políticas internas de la compañía contratante, estableciendo una fiabilidad entre clientes y empresarios para el crecimiento empresarial y economía del país. Uno de los factores que si genero una baja para la compañía de transporte fue los robos los cuales se daban en la carretera se puede decir que le robaban su mercadería y muchas empresas tenían ese temor de perder sus productos y las empresas de transporte con el temor de ya no volver a ser contratadas, es por eso que muchas empresas ahora optan por asegurar su mercadería.

Para la Compañía de Transporte Pesado su objetivo primordial es brindar confianza y seguridad a sus clientes de los productos transportados, ya que los transportes de los socios tienen un mantenimiento adecuado, son bien equipados, gozan de mantenimiento adecuado esto ayuda a que la compañía tenga la preferencia de muchos clientes; a lo largo de los años el PIB podemos asegurar mediante tablas estadística que este ha incrementado en lo que respecta a la industria de transporte fue la más productiva y competitiva cabe recalcar que cuando recién empezó la dependencia la una de las empresas que continuo con sus labores fue la de transporte de carga pesada debido que los productos de primera necesidad era lo primordial para la familia ecuatoriana, y gracias a estas empresas la economía siguió su ritmo en esta fase.

En el primer capítulo se presenta el planteamiento, formulación, sistematización y del problema los objetivo generales los específicos, justificación idea a defender delimitación, marco teórico referencial las mismas que serán comprobadas cuando se concluya la investigación; en el capítulo dos se presenta los antecedentes de la investigación el resumen, bases teóricas marco conceptual marco legal, objetivo y conclusiones recomendaciones plan de negocios, estructura, partes e importancia del plan de negocio, organigramas, tipos indicadores financieros los cuales serán analizados en el desarrollo del proyecto.

Para el capítulo tres daremos a conocer un estudio de mercado focalizado en las necesidades primordiales de la creación de una empresa de transporte de carga pesada su función y característica; en el capítulo cuatro estudiaremos un plan de negocios focalizado en la estructura de una empresa de carga pesada, análisis de la demanda, encuestas tablas datos con el respectivo análisis de cada pregunta de la encuesta, analizaremos la oferta y la demanda en el mercado, con respecto a la empresa de transporte de carga pesada.

2.3. Pertinencia

Estos proyectos nos dan como resultado que para la creación de una empresa se tiene que tener primero bien claro que se necesita paciencia para las dificultades que día a día se presente, contar con los transportes adecuados para la mercadería según sea la necesidad de la empresa, tener las disponibilidad de vehículos, contar con seguro en el traslado de la mercadería dentro y fuera de la ciudad que este cubra, robo, averió choque, de ser así dado el caso los clientes estarán tranquilo de dejar su mercadería , contar con choferes profesionales y bien capacitados, dar incentivos para ellos, para que la mercadería sea bien tratada, contar con el capital apropiado para cubrir viáticos y repuestos de vehículos, las empresas que tienen años en el mercado brindando el servicio de transporte de carga pesada sigue siendo pionera debido a la eficacia y eficiencia en el manejo de traslado de la mercadería

2.4. Plan de Negocio

El plan de negocios es un documento que se escribe de manera muy clara y muy precisa de una forma sencilla este es el resultado de un buen proceso de planeación. El plan de negocios ayuda para guiar el negocio, ya que muestra todos los activos que se quieren lograr hasta la mínima actividad que se desarrollará para alcanzarlo. Un plan de negocio siempre busca combinar toda la forma y todo el contenido, la forma se refiere a la estructura en cuanto llama la atención y el contenido es el plan de la propuesta que se invierte una muy buena calidad es la idea que se tiene y una gran información financiera el análisis y la oportunidad que da el mercado.

2.4.1 La importancia de un Plan de Negocio

El plan de negocio permite obtener un gran conocimiento de todo lo que sea relacionado en el emprendimiento de la empresa ayuda a ordenar completamente las ideas y Releva cuestiones que se han pasado por alto en ocasiones. Ayuda también a prevenir los futuros inconvenientes o estar preparado con estrategias para así enfrentar aquellos que sean inevitables en un futuro.

Es un apoyo para así mejorar la articulación y la coherencia de todos los aspectos de la institución. Esta herramienta permite ver los resultados que se han conseguido y así se lo comparan con los anteriores para una mejora; es una herramienta que sirve para conseguir inversionistas y otorgar créditos para así llevar a cabo otras ideas que se han planificado para el futuro.

Es muy importante y necesario utilizar un plan de negocios ya que permite evaluar y Dar la probabilidad de éxito de esta empresa nueva, ayuda a reducir la incertidumbre y el riesgo de algo no planificado. Gracias a este plan de negocios se pueda analizar el entorno que se desarrollará, la ayuda a precisar la idea y el modelo elegido; establecen los objetivos que se quiere lograr, define las estrategias que llevarán al éxito y detalla claramente cómo se organizan los procesos ya sean de producción, logística, ventas personal y finanzas para así satisfacer las necesidades de los clientes. Permite reducir el riesgo y el fracaso, ayuda a dar una muy buena imagen del empresario, también a conocer cuál es el rendimiento económico y financiero que esperamos obtener de la empresa. Lo más importante es una herramienta que permite controlar todo el crecimiento y todo el desarrollo de la institución.

Cuando se habla de la importancia del plan negocios se sabe que lo necesario que es cuando se elabora un proyecto, ya que ayuda a determinar la precisión de los mercados de interés para la empresa aporta en la elección del producto o servicio que se desea brindar a los clientes. Ayuda a establecer estrategias objetivas planes a seguir programas para el desarrollo de la empresa y fomentar al crecimiento de la misma. Da la facilidad de brindar responsabilidades y coordinar diferentes programas de trabajo, que se utilice de la forma más eficiente los recursos, contar con estrategias para relevantes con los clientes que tienen mayor demanda del producto o servicio; tener un ámbito financiero, saber cuáles son las áreas más importantes las cuales tienes que vigiladas por una persona que este capacitada para este puesto, saber cuáles son los competidores en qué nivel están para saber en qué se puede mejorar como compañía.

2.4.2 Las partes de un plan de negocios

1.- Resumen ejecutivo: Es un resumen del plan de empresa, es muy útil cuando un emprendedor está en busca de sus inversores para su idea ya que es lo primero, depende que lean el resto del plan, es como una carta de presentación que debe estar personalizada según quien sea el inversor al que se le está presentando.

2.- Definición de lo que vas a hacer: Se debe describir precisamente y muy claro en qué consiste el negocio y cuáles son los objetivos principales del mismo. Es un punto muy fundamental ya que define la esencia de la empresa, a que se va a dedicar y cuál es el modelo de negocio

3.- Estudio de mercado: Se describe lo que se ha identificado en el mercado, lo que se quiere cubrir, cuáles son los potenciales clientes y cuál es la propuesta de valor para así darle una solución. Es de suma importancia que si se realiza un negocio se debe conocer de manera perfecta el contexto que se va a desarrollar.

4.- Análisis de la competencia: Es importante analizar a fondo toda la competencia, no hay que cometer el error de pensar que no hay competencia o que la competencia es muy baja. Ya que eso no es cierto y seguramente el problema ha sido que no se ha enfocado y no se ha dado el tiempo suficiente para realizar un buen análisis. En este proceso se debe averiguar quién va ser nuestra competencia y qué productos o que servicio se está ofreciendo, cuáles son los precios que hay, que descuentos comerciales realizan y cuáles son las estrategias debilidades y fortalezas que tienen.

5.- Estrategia de marketing y ventas: Se detallan los planes de marketing que se quiere poner en marcha para así publicar y vender, por ejemplo: Los anuncios, la creación de un blog corporativo y la creación de una buena página web.

6.- Organización: La organización es la que describe de forma precisa el equipo humano, los que van a formar parte de la empresa desde el gerente hasta el empleado que tenga menos cargo. Es de suma importancia no olvidar que lo que define a una institución son sus personas, aunque parece lo contrario, pero no es así, es muy importante este aspecto este punto es muy relevante para poder llevar a cabo una buena idea.

7.- Plan financiero: Éste es uno de los elementos más importantes para el plan de negocio puesto que depende de la viabilidad económica del todo el negocio, aquí vamos a incluir todo lo que son los gastos como la previsión de beneficios hay que recordar que todos los negocios cuando recién empieza requieren de gastos para una inversión inicial y si todo sale según lo planeado el dinero que se ha gastado se irá recuperando poco a poco a medida que se vayan generando los ingresos.

2.4.3 La estructura de un Plan de Negocio

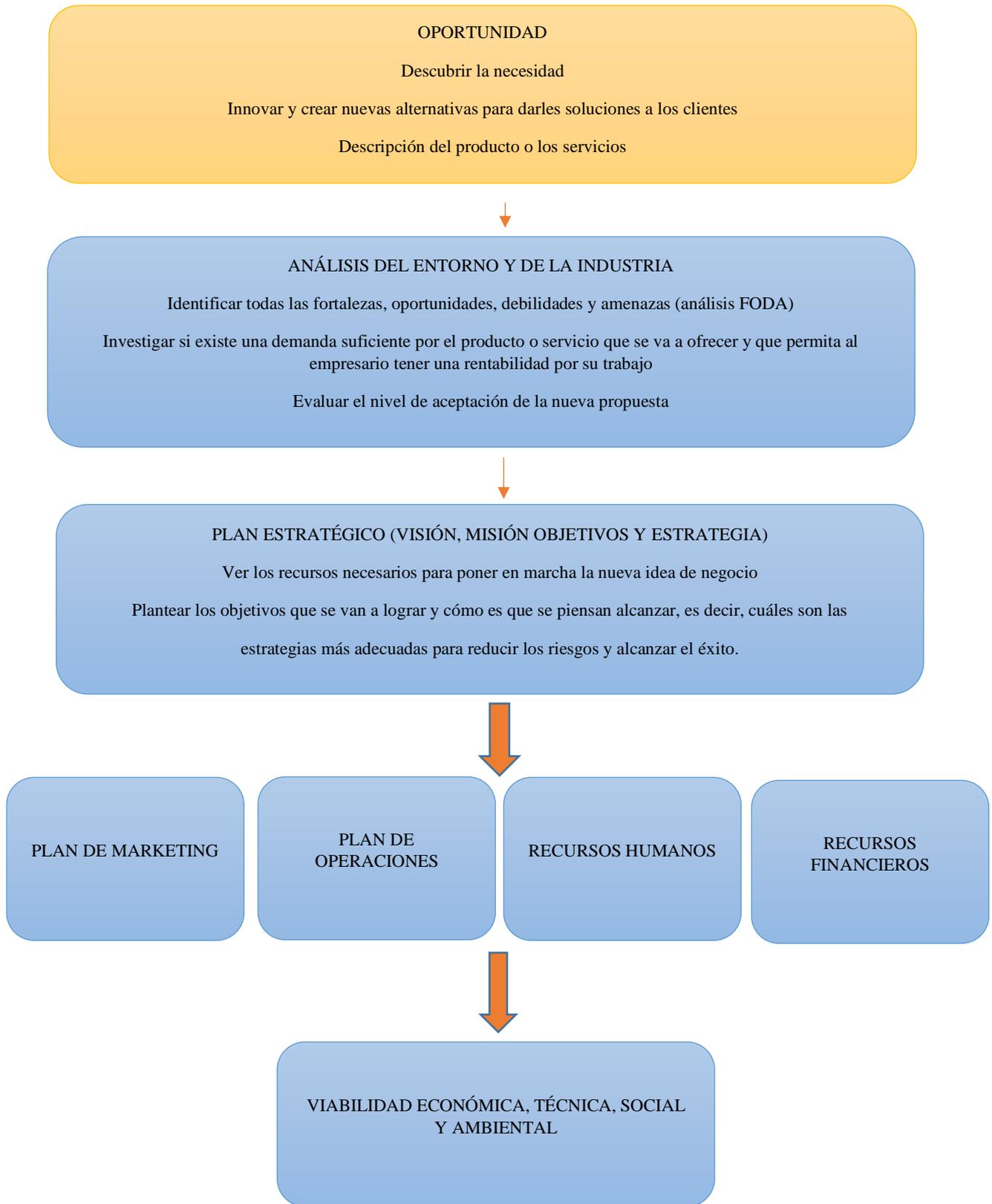


Ilustración 2 Estructura de plan de negocios

Elaborado por: Haro & Saltos (2022)

2.5 Organigrama

Los organigramas son las representaciones que se dan mediante gráficos de la estructura orgánica ya sea de una institución o de una de las áreas que la representan, estas áreas muestran las relaciones que se dan entre todas las partes que lo componen. La finalidad de los organigramas es brindar toda la información por medio de gráficos de todos los aspectos fundamentales por la cual se conforma todas las estructuras organizacionales, con el fin de dar a entender en lo general todo lo que conforma a la organización.

Según los conceptos anteriores podemos concluir que un Organigrama es una guía o plano que representa gráficamente la estructura orgánica interna y formal de una unidad administrativa de manera objetiva y global. Existen diferentes tipos de organigramas, pero hay que decidir bien cual escoger antes de tomar la decisión de implementarla en el negocio, así de esa forma se podrá diseñar el organigrama correcto que se adapte a las necesidades de la empresa.

Cuando se habla de un organigrama, se habla de cómo se representa mediante una gráfica la estructura de una empresa o las organizaciones que se debe enfrentar, se puede ver cómo están detallada las áreas que la integran, niveles de forma jerárquica, autoridades y sus asesores. Se debe tener en cuenta que son de mucha importancia en una organización y de mucha utilidad para las empresas ya sea comercial, administrativa, políticas etc. Para ser parte de una organización todo los participan deben de saber su diseño y como se va laborar o emplear dentro de la empresa teniendo en cuenta todas las características que tiene cada uno de los organigramas.

2.5.1 Tipos de Organigramas

2.5.1.1 Por su naturaleza

Se divide en tres tipos de organigramas:

- * Micro administrativo: Corresponde a una sola organización, y puede referirse a ella en forma global o mencionar alguna de las áreas que la conforman.
- * Macro administrativo: Involucra a más de una organización.
- * Meso administrativos: Considera una o más organizaciones de un mismo sector de actividad o ramo específico. Cabe señalar que el término meso administrativo corresponde a una convención utilizada normalmente en el sector público, aunque también puede utilizarse en el sector privado.

2.5.1.2 Por su finalidad

Se divide en cuatro tipos de organigramas:

- * Informativo: Se denomina de este modo a los organigramas que se diseñan con el objetivo de ser puestos a disposición de todo público, es decir, como información accesible a personas no especializadas. Por ello, solo debe expresar las partes o unidades del modelo y sus relaciones de líneas y unidades asesoras, y ser graficados a nivel general cuando se trate de organizaciones de ciertas dimensiones.
- *Analítico: Tiene por finalidad el análisis de determinados aspectos del comportamiento organizacional, como también de cierto tipo de información que es presentada en un organigrama permite la ventaja de la visión macro o global de la misma, tales son los casos de análisis de un presupuesto, de la distribución de la planta de personal, de determinadas partidas de gastos, de remuneraciones, de relaciones informales, etc. Sus destinatarios son personas especializadas en el conocimiento de estos instrumentos y sus aplicaciones.
- *Formal: Se define como tal cuando representa el modelo de funcionamiento planificado o formal de una organización, y cuenta con el instrumento escrito de su aprobación. Así por ejemplo, el organigrama de una Sociedad Anónima se considerará formal cuando el mismo haya sido aprobado por el Directorio de la S.A.
- *Informal: Se considera como tal, cuando representando su modelo planificado no cuenta todavía con el instrumento escrito de su aprobación.

2.5.1.3 Por su ámbito

Este grupo se divide en dos tipos de organigramas:

*Generales: Contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características. En el sector público pueden abarcar hasta el nivel de dirección general o su equivalente, en tanto que en el sector privado suelen hacerlo hasta el nivel de departamento u oficina ejemplo.

*Específicos: Muestra de forma particular la estructura de un área de la organización.

2.5.1.4 Por su contenido

Se divide en tres tipos de organigramas:

*Integrales: Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia. Conviene anotar que los organigramas generales e integrales son equivalentes.

*Funcionales: Incluye las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

*De puestos, plazas y unidades: Indica las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas.

2.5.1.5 Por su presentación o disposición grafica

Se divide en cuatro tipos de organigramas:

*Verticales: Presenta las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular, en la parte superior, y desagregan los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada. Son los de uso más generalizado en la administración, por lo cual, los manuales de organización recomiendan su empleo

*Horizontales: Despliega las unidades de izquierda a derecha y colocan al titular en el extremo izquierdo. Los niveles jerárquicos se ordenan en forma de columnas, en tanto que las relaciones entre las unidades se ordenan por líneas dispuestas horizontalmente

*Mixtos: Este tipo de organigrama utiliza combinaciones verticales y horizontales para ampliar las posibilidades de graficación. Se recomienda utilizarlo en el caso de organizaciones con un gran número de unidades en la base.

*De Bloque: Son una variante de los verticales y tienen la particularidad de integrar un mayor número de unidades en espacios más reducidos. Por su cobertura, permiten que aparezcan unidades ubicadas en los últimos niveles jerárquicos

*Circulares: En este tipo de diseño gráfico, la unidad organizativa de mayor jerarquía se ubica en el centro de una serie de círculos concéntricos, cada uno de los cuales representa un nivel distinto de autoridad, que decrece desde el centro hacia los extremos, y el último círculo, ósea el más extenso, indica el menor nivel de jerarquía de autoridad. Las unidades de igual jerarquía se ubican sobre un mismo círculo, y las relaciones jerárquicas están indicadas.

2.5.2. Análisis Situacional

2.5.2.1. Matriz FODA

Según Salazar (2005), la técnica de matriz FODA constituye un avance metodológico en la planeación, la cual envuelve procesos cualitativos y cuantitativos. Se define como el conjunto de fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas surgidas de la evaluación del sistema organizacional que, al calificarse, ordenarse y compararse genera un conjunto de estrategias alternativas factibles para el desarrollo de dicho sistema organizacional (p. 95).

La matriz FODA es un instrumento que brinda las herramientas necesarias para el estudio de las variables internas y externas a las que se enfrenta el negocio para un análisis interno de estudio y valuación de la posición del negocio o la idea de negocio dentro de su entorno competitivo.

2.5.2.2. Matriz EFI

Shum (2018), la matriz es una herramienta que nos permite realizar una auditoría interna de la administración de la organización, permitiendo analizar la efectividad de las estrategias aplicadas y conocer con detalle su impacto; dentro del instrumento nos permite evaluar las fortalezas y debilidades más relevantes en cada área y así formular nuestras estrategias que sean capaces de solventar, optimizar y reforzar los procesos internos.

La matriz EFI es un instrumento que permite valorar e identificar los factores internos del negocio para posteriormente cuantificarlos con el objetivo de poder identificar la posición de la empresa de hacerle frente a sus características internas.

2.5.2.3. Matriz EFE

Barreta (2018), la finalidad principal de este análisis externo es crear una lista de oportunidades reales que pueda aprovechar la empresa, organización o negocio; la lista debe limitarse a los aspectos más importantes donde se puedan generar estrategias ya que sirve a la empresa para la toma de decisiones que impactan en el negocio.

El análisis de la matriz EFE diagnostica y valúa el entorno externo de la empresa; cuantificándolos en un esquema mediante las características expuestas acerca de las oportunidades y amenazas del negocio con el objetivo de establecer un panorama de decisión para los gerentes o dueños de la empresa.

2.5.3. Análisis PEST.

Martínez (2005), la metodología empleada para revisar el entorno general es el análisis PEST, que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro. Pronosticar, estudiar y vigilar el entorno es muy importante para detectar tendencias y acontecimientos claves del pasado, presente y futuro de la sociedad (p.34).

El análisis PEST sirve para planificar la metodología estratégica del plan de negocios abordando su entorno exterior que está fuera de sus posibilidades de control; estos aspectos son los siguientes:

1. **Factor Político:** Corresponde a los aspectos de carácter gubernamental, así también como las diferentes medidas técnicas, económicas y políticas que puede adoptar el país en cuestión, que terminen afectando directamente a las empresas y negocios.
2. **Factor económico:** Este factor es muy condescendiente del factor político porque están relacionados entre sí y encierra todos los aspectos fiscales y de retribución jurídica enmarcados en la ley; además en la actualidad es un factor clave a considerar dentro de la emergencia sanitaria que atraviesa el mundo debido a su impacto en la economía interna y global.

3. **Factor social:** Los gustos y las preferencias de las personas siempre va a ser un factor clave y de mucha consideración para los estudios preliminares de posicionamiento de ideas de negocio; de las elecciones y expectativas técnicas que tengan las personas que al momento de consumir un bien o servicio se convierte en clientes depende el éxito o el fracaso de cualquier negocio o empresa.
4. **Factor Tecnológico:** El avance constante de la tecnología se convierte en un factor cambiante y de mucho estudio para los gerentes debido a las constantes actualizaciones que sufre la tecnología; gracias a ella los procedimientos son cada vez mas eficaces y no dan tregua a errores u obsolescencias en los procesos de producción de bienes o servicios.

2.5.4. Planificación de Marketing

Martaminarrorey (2020), un plan de marketing es, por tanto, la guía que orienta a la empresa a la hora de determinar los pasos a seguir en cada momento. En este documento, con una investigación desarrollada, el despliegue de su viabilidad económica, la delimitación de objetivos a corto y largo plazo y el timing de acciones a realizar, etc.; la empresa sabrá cuál es la mejor forma de atraer a los clientes y qué KPI medir.

Un plan de marketing establece lineamientos, estrategias, componentes a considerar dentro de la publicidad del producto o servicio; y otros, mecanismos que ayudan a visualizar de una mejor manera la producción organizacional con el fin de mantener y acrecentar índices de rentabilidad para el negocio.

2.5.4.1. Las 4 P'S

Salto (2020), este tipo de análisis es un clásico dentro de los estudios de marketing en las últimas décadas, desde que McCarthy planteó este modelo en 1960 y definió estas cuatro variables como las tradicionales para las compañías a la hora de estudiar su propio funcionamiento y plantearse metas u objetivos. Su profundo estudio y combinación serán la clave para las posteriores decisiones de la empresa en la búsqueda de futuros retos comerciales.

Las estrategias de marketing Mix son esenciales para establecer lineamientos de publicidad acorde al precio, producto, plaza y promoción del bien o servicio a ofertar:

1. **Producto:** Aquí se da a conocer el tipo de producto o servicio que oferta el negocio; así como también sus características, diseño, y tipificación.
2. **Precio:** Se definen las estrategias de precio ya sea por unidad o por volumen con características importantes de atracción a clientes potenciales.
3. **Plaza y distribución:** Se definen los canales mediante va a ser distribuido el producto; proveedores y operaciones logísticas de distribución de la mercancía.
4. **Promoción:** Son los mecanismos digitales o físicos por los cuales se comunicará la idea de la estrategia de publicidad a los clientes potenciales; engloba redes sociales, páginas web, y técnicas de marketing digital a la vanguardia.

2.5.4.2. Estrategias de Marketing

Schnaars (1993), las estrategias de los elementos de marketing es un concepto más limitado que se aplica a los elementos del marketing Mix como, por ejemplo: la elección entre una estrategia promocional, una distribución intensiva, selectiva o exclusiva entre una estrategia de precios, de penetración o de descenso progresivo, todas ellas se consideran estrategias de marketing (p.22).

Las estrategias de marketing son aplicables a las 4 p's y, existen diferentes tipos de estrategias como las de penetración, de cartera, funcional o de posicionamiento; todas estas acordes a la etapa de vida del producto o servicio ofertado; es pertinente considerar dentro del presente estudio una de estas estrategias para poder establecerla dentro del mismo con el objetivo de emplear la estrategia de publicidad ideal para la idea de negocios de transporte de carga pesada.

2.5.6. Planificación Financiera

Pilar, Cibrán & Ferraz (2013), la planificación financiera se entiende la información cuantificada de los planes de la empresa que tienen incidencia en los recursos financieros; la metodología de la planificación financiera se basa en elaborar documentos previsionales que transmitan los resultados de las acciones a emprender como consecuencia de la estrategia definida, y ello con el objetivo de evaluar anticipadamente las decisiones desarrolladas por la actividad de la empresa (p.54).

La planificación financiera encierra aspectos netamente cuantitativos de estructuras contables como financieras establecidas dentro del proyecto y sirven para determinar el funcionamiento del capital de la empresa; además de ser una gran herramienta de control del flujo de efectivo también permite determinar la viabilidad de decisión de inversiones futuras dentro del negocio y acorde a los objetivos organizacionales trazados por la alta dirigencia; la planificación financiera de un proyecto contiene cuatro etapas:

1. El establecimiento de objetivos a seguir.
2. Definición de periodos de tiempo de proyección.
3. El desglose del capital contable disponible; esta etapa contiene la diversificación del capital de trabajo, inversión corriente, inversión no corriente y además establece la probabilidad o no de establecer un préstamo financiero.
4. El control que anteriormente debe estar establecido una vez que se han determinado las decisiones financieras del negocio.

2.6 Marco Conceptual

Servicio

Un servicio es todo lo de naturaleza intangible que se da en periodos de tiempos relativos; corto, mediano y largo plazo y que esta conllevado a satisfacer una necesidad o deseo por parte de una persona que lo adquiere.

Creación de un negocio

La idea de negocio es la pauta que le da el inicio a un emprendimiento cuya finalidad es de identificar las necesidades, deseos y expectativas de las personas para satisfacerlas a través de productos o servicios.

Logística de Transporte

Corresponde a todos los pasos dentro de una estructura de funcional que tiene el objetivo de transportar la carga de un lugar a otro de la manera mas optima para la empresa, libre de contratiempos y gastos innecesarios.

Transporte terrestre

El transporte terrestre es el tipo de movilidad que se lo realiza por vías carreteras; es decir, sobre la superficie del suelo, por diferentes vehículos como buses, autos, camionetas, camiones, tráiler; y vehículos de dos ruedas como motos y bicicletas.

Plan de negocios

El plan de negocio permite prevenir las dificultades del proyecto y como se debe de enfrentarlo, como se debe proyectar y tomar en cuenta todas las acciones para alcanzar lo propuesto en nuestro proyecto.

Análisis Situacional

Un análisis situacional comprende la descripción del entorno en el que la empresa desarrolla sus operaciones; identificando como materia de análisis sus factores internos y externos y aquellos factores que escapan del control de la misma con el objetivo de brindar información que les permita a los gerentes estar prevenidos para cualquier cambio dentro del entorno en el que funciona su negocio.

Competitividad

Es la determinada pugna de dos o mas empresas dentro de lo que están ofertando y dispuestas a ofertar dentro de determinado mercado hacia los demandantes; comprende todos los procesos de producción, análisis, estructura y objetivos organizacionales que una entidad diseña con el objetivo de mantener una sostenibilidad que le permita su sustentabilidad a lo largo del tiempo.

Indicadores financieros

Los indicadores financieros son aquellos de naturaleza cuantitativa que tienen la finalidad de brindar resultados precisos y concretos acerca de decisiones de inversión, manejo de capital, prestamos financieros o flujo patrimonial de personas naturales y jurídicas; existen diferentes indicadores financieros que se van a considerar dentro del presente estudio como:

1. **VAN:** Es un método que es muy fácil de aplicar dentro de un proyecto de inversión; y que además otorga el valor actual del manejo de efectivo realizado durante el periodo; cuando el valor actual neto es negativo o igual a cero el proyecto de inversión tiene cero o ninguna posibilidad de ofrecer alguna rentabilidad para el inversionista o dueño de la idea de negocio.
2. **TIR:** Tasa interna de retorno (TIR) se encarga de medir en términos porcentuales la rentabilidad esperada de la inversión; cuando la tasa TIR es mayor a la tasa calculada por la tasa mínima de aceptación de rentabilidad estamos ante un proyecto rentable y cuya viabilidad financiera es positivamente favorable a treves del tiempo.
3. **Periodo de Recuperación y perdida:** es un indicador que le da la idea al inversionista del tiempo exacto de recuperación de la inversión realizada; se calcula dividiendo el total de flujos descontados para la inversión inicial del año cero.
4. **Relación beneficio costo:** Este indicador muestra el margen de ganancia en términos monetarios por cada dólar de inversión que tiene el proyecto; también, la relación costo beneficio mide en términos intangibles; es decir en beneficio organizacionales internos del negocio.

2.7 Marco Legal

2.7.1 Pasos para la constitución de una empresa en Ecuador

1. Reservar un nombre. Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí se debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre.
2. Elaborar los estatutos. Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.
3. Abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
 - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima
 - (valores referenciales)
 - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
 - Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego se debe pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

4. Elevar a escritura pública. Se acude donde un notario público y se lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
5. Aprobar el estatuto. Se lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
6. Publicar en un diario. La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
7. Obtener permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa, se deberá:
 - Pagar la patente municipal
 - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
8. Inscribir la compañía. Con todos los documentos antes descritos, se acude al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.
9. Realizar una Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Obtener los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías entregarán documentos para abrir el RUC de la empresa.
11. Inscribir el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
12. Obtener el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:
 - El formulario correspondiente debidamente lleno
 - Original y copia de la escritura de constitución
 - Original y copia de los nombramientos
 - Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
 - De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite
13. Obtener la carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos, se podrá hacer la constitución de la compañía limitada o anónima. Un abogado puede ayudar en el proceso; el costo de su servicio depende del monto de capital de la empresa.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

En este capítulo se abordará acerca de la metodología a usar para la recolección de datos y análisis para posterior desarrollo de la propuesta; según Pardinás (1989), “La teoría deductiva es aquella en que una proposición más general anuncia la explicación o la predicción de conductas particulares”, en el presente trabajo de investigación la metodología más acorde a emplear dentro del mismo es el método de investigación deductivo; el mismo que facilita el uso de diferentes herramientas de investigación que le permiten al investigador estudiar y comprender la problemática desde una perspectiva que va desde lo general a lo particular con el objetivo de replantear la estructura del plan de negocios haciéndolo más viable y rentable.

Otra de las características de la metodología deductiva es que permite tipos de estudio como el de la exploración y la descripción; estudios que son muy utilizados por los investigadores principiantes, este tipo de estudios ha demostrado su gran utilidad y efectividad a la hora de arrojar resultados claves de los cuales eran gran dependientes los problemas de investigación encontrados; lo que finalmente condujo a soluciones óptimas de las diferentes problemáticas estudiadas; el uso de la metodología deductiva dentro de la presente investigación ayudara a obtener mejores soluciones en los ámbitos de precios, calidad del servicio y atención y servicio al cliente con el único objetivo de generar una mayor rentabilidad a la empresa de transporte de carga pesada y para el cumplimiento de sus posteriores objetivos organizacionales a trazar en un futuro.

3.2. Tipo de Investigación Investigación Descriptiva

Torres (2006), afirma que “ La investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; cuando se plantean hipótesis en estudios descriptivos, estas se formulan a nivel descriptivo y se prueban dichas hipótesis”; El tipo de investigación que más se adapta al presente estudio es la investigación descriptiva porque es aquella que brinda instrumentos de investigación como entrevistas, encuestas, fichas de observación y rendimiento; instrumentos de investigación que estudian a un segmento de la población específico con la finalidad de entender de una mejor manera la problemática en cuestión para posteriormente sacar posibles soluciones que servirán finalmente para la mejora

y el desarrollo de la idea de negocio que es lo que se están estudiando en la presente investigación.

El objetivo de los investigadores dentro del presente estudio es la mejora y optimización de los recursos propios de la empresa de transporte de carga pesada, así como la mejora en la calidad del servicio y la atención al cliente; una de las ventajas que presenta el empleo de la investigación descriptiva es que permite estudiar las causas y las consecuencias del porque se dan determinadas problemáticas dentro de una estructura organizacional, los identifica para posteriormente estudiarlos y determinar posibles soluciones; es por eso que la implementación de este tipo de estudio es el más óptimo para emplear dentro del presente estudio.

3.3. Enfoque de Investigación

Enfoque Mixto

La mezcla de lo cualitativo y lo cuantitativo por lo general permite analizar de una mejor manera datos y características de un segmento de la población en cuestión, el uso de herramientas cuantitativas como gráficos estadísticos, diagramas de flujo o tablas con ponderación a una tendencia porcentual hacen que los datos sean más precisos y, por ende, conducen a una mejor toma final de decisiones para los gerentes.

Según Diaz (2010),“El enfoque mixto utiliza la integración de métodos a través de un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos en mismo estudio o investigación”, la integración de los estudios cualitativos y cuantitativos facilita el mejor estudio a profundidad de los datos recopilados, por una parte los números otorgan resultados más precisos en donde evidencian de una manera más clara las falencias detectadas para posteriormente corregirlas y encontrarles una solución que ayude a mejorar el problema de investigación en cuestión, y finalmente, la información cualitativa da como resultado enunciados que ayudan a comprender y dan la facilidad de implementar y probar nuevas técnicas de rediseño estructural que tienen el objetivo final de solucionar la problemática que es el centro de estudio de la investigación. En conclusión, el uso y estudio del enfoque mixto de investigación resulta ser la alternativa más viable para aplicar dentro del presente trabajo debido a sus completas y numerosas ventajas que el mismo proporciona a los investigadores que se servirán de este enfoque para mejorar, facilitar, desarrollar y cumplir sus determinados objetivos para con la investigación a realizar; dándoles la ventaja así de obtener resultados muchos más precisos que servirán para establecer la propuesta dentro del ultimo capítulo.

3.4. Técnicas e Instrumentos

Los instrumentos que permite usar el tipo de investigación descriptiva son entrevistas, encuestas, fichas de observación y rendimiento; también existen técnicas que ayudan a estudiar el entorno interno y externo de la empresa como los es el análisis FODA con sus diferentes matrices EFI y EFE que consecuentemente analizan el ambiente interno y externo y arrojan datos de gran precisión que permiten a la empresa entender su posición frente a cada factor en el cual se desempeña. La razón por la cual es necesario establecer el análisis FODA y las matrices EFI y EFE dentro del capítulo de la propuesta es porque estas matrices son elaboradas sobre una ponderación porcentual la cual, ayuda a determinar la posición de la empresa y su capacidad de hacerle frente a sus factores internos y externos; esto es una manera cualitativa de estudiar la viabilidad de lo que se propone dentro del estudio que es la optimización de

3.4.2. Encuesta

Según Córdova (2005), “La encuesta es un método que se realiza por medio de técnicas de interrogación, procurando conocer aspectos relativos a los grupos”, Existen diferentes técnicas de formulación de preguntas para una encuesta, cada una de estas técnicas se relacionan con lo que el investigador desea estudiar y la manera en la que desea recopilar los datos. Dentro del presente estudio la encuesta va a ir dirigida a clientes potenciales con el objetivo de conocer sus gustos, preferencias y expectativas acerca del servicio de transporte de carga pesada; la metodología a emplear mayormente dentro de las preguntas es la de la denominada escala de Likert, la misma que mide el comportamiento bipolar de las diferentes percepciones y preferencias que tiene el público potencial.

3.4.3. Ficha de Observación

Torres (2019), las fichas se usan mayormente para comenzar el proceso de observación. Puede complementarse con la entrevista o con una ficha de registro en donde se detalle datos e información que el observador le parezca importante incluir. Es importante en el proceso de aprendizaje por que ayuda a estimular todos los sentidos para poder captar la realidad de la observación científica o de investigación.

El objetivo de la ficha de observación planteada dentro del presente estudio es identificar el número de empresas de transporte de carga pesada que existe en la ciudad de Guayaquil con el objetivo de poder diseñar un plan organizacional que tenga la finalidad de establecer altos índices de competitividad para la empresa.

3.5. Población

La población a tomar en cuenta dentro de la investigación se centra en la ciudad de Guayaquil; esto porque esta ciudad es el epicentro económico del país y sirve como base para medir gustos, expectativas y preferencias en relación a los servicios de transporte de carga pesada para con el consumidor potencial de otras esta y otras provincias del país; la población a considerar son las personas económicamente activas (PEA) que residen dentro de la ciudad; la misma que dentro de la población con edad para trabajar representa un 67,78% en el año 2021, dentro de esta cifra la PEA se lleva el 72,20% del número de personas económicamente activas dentro del cantón.

Tabla 1 Numero de población tomada para la investigación

<u>CANTON</u>	<u>Nro. DE HABITANTES</u>	<u>% DE ACTIVIDAD</u>
Guayaquil	2'723.665	100%
PET	1'846.100	67,78 %
PEA	1'332.884	72,20 %

Fuente: INEC (2021).

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

3.6. Muestra

En este caso la población el mayor a mil por lo que se debe aplicar la fórmula de la muestra infinita la misma que tiene un 95% de margen de confianza y un 5% de error que a continuación se muestra:

$$n = \frac{Z^2 N * p * q}{e^2 ((N - 1) + Z^2 p * q)}$$

Tabla 2 Muestra de población tomada para la investigación

Z Nivel de significancia del 95% = 1,96

e Margen de error admitido 5% = 0,05

p Probabilidad de ocurrencia = 50%

q Probabilidad de no ocurrencia = 1-p = 0,50

N Población

Fuente: INEC (2021).

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

$$\frac{1,96^2 * 1'332.884 * 0,50 * 0,50}{0,05^2((1'332.884 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50)} =$$

$$\text{Muestra} = 384$$

En conclusión, el número de encuestados a tomar en cuenta dentro de la muestra es de 384 personas; estos datos serán tabulados en tablas y diagramas para posteriormente establecer su debida interpretación de los diferentes resultados obtenidos.

3.7. Análisis de resultados

3.7.1. Ficha de observación

La presente ficha de observación tiene el objetivo de identificar a la competencia y sus características acordes a la atención y calidad en el servicio de transporte de carga pesada, los procedimientos a llevarse a cabo antes de realizar dicha observación fueron los siguientes:

1. Se estableció el número de personas a observarse.
2. Se explico a los observados lo que se va a realizar y las razones del porqué.
3. Se esquematizo de una manera estructurada los resultados.
4. Se estableció las conclusiones de la observación.

Tabla 3 Cuestionario de Atención y conformidad

Nombre de la empresa:	INCURRETRANS S.A.
<p>Es una empresa que realiza la transportación de carga pesada dentro y fuera de la ciudad de Guayaquil; cuentan con 7 camiones para realizar dichas actividades y manejan una operación logística bajo una estructura tecnológica que le da alta seguridad al momento de transportar la carga.</p> <p>Ubicación: Cdla. Bellavista Av. Barcelona Solar 2 (Bodegas de Brilesa). (140,13 km)</p>	
<u>CUESTIONARIO</u>	
<p>¿Como califica la atención de la compañía para con sus usuarios?</p>	<p>Buena. La atención brindada por parte de la compañía se basa en una propuesta de valor que gira en torno a la seguridad de la transportación de mercancías; con monitoreo satelital, aseguramiento de la carga mediante una prima de seguro entre otros.</p>
<p>¿Cuál es su calificación con respecto al valor del servicio?</p>	<p>Media. El valor mínimo por transportar la carga dentro de su capacidad mínima es de \$ 150 dentro de la ciudad de Guayaquil.</p>
<p>¿Cuál es la capacidad máxima de carga que puede transportar?</p>	<p>La capacidad máxima en peso a transportar es de hasta tonelada y media en mercancía seca.</p>

Fuente: INCURRETRANS S.A.
 Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 4 Cuestionario de Atención y conformidad

Nombre de la empresa:	ARELLANO LOGISTICA S.A.
<p>Esta compañía tiene una gran cantidad y capacidad vehicular para el transporte de carga pesada y sus principales clientes son las empresas que manejan carga directamente del puerto de Guayaquil hacia otros cantones e incluso hacia países vecinos como Perú y Colombia.</p> <p>Ubicación: La casa matriz está ubicada en Córdova Guayas, Guayaquil.</p>	
<u>CUESTIONARIO</u>	
¿Como califica la atención de la compañía para con sus usuarios?	Buena. La empresa cuenta con la infraestructura necesaria para poder brindar un servicio de calidad a sus usuarios dentro de la actividad del transporte de carga pesada dentro y fuera de la ciudad y del país.
¿Cuál es su calificación con respecto al valor del servicio?	Baja. Los precios por el servicio de transporte oscilan entre \$ 250 y \$ 800 dólares dentro de la ciudad; y para el transporte Inter cantonal el precio mínimo de carga es aproximadamente de \$ 600 según el tipo de carga a transportar.
¿Cuál es la capacidad máxima de carga que puede transportar?	La capacidad máxima en carga es de 8 a 10 toneladas; la empresa cuenta con plataformas que tienen la capacidad de cargar contenedores; maquinaria pesada y cualquier otro tipo de carga relacionada a estructuras de construcción elaboradas.

Fuente: ARELLANO LOGISTICA S.A.

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 5 Cuestionario de Atención y conformidad

Nombre de la empresa:	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE ATLAS COTACATRANS
<p>Esta empresa se dedica al transporte de diferentes cargas como ganado, transporte refrigerado, cisternas de criaderos, granel, carga líquida inflamable; es decir, cuenta con la infraestructura completa para el manejo de toda la tipología de la carga a transportar; cuentan con 14 vehículos; 8 plataformas y 6 camiones y sus operaciones se extienden dentro y fuera del país.</p> <p>Ubicación: Eucalipto, Solar 2, Piso 2.</p>	
<u>CUESTIONARIO</u>	
¿Como califica la atención de la compañía para con sus usuarios?	Buena. Esta empresa esta equipada con la infraestructura necesaria para el transporte de toda la tipología de carga existente; además de esto brinda atención personalizada de seguimiento de la mercancía al cliente mediante aplicación móvil; lo que se convierte en un valor agregado a la propuesta de valor de cara a la fidelización de la marca.
¿Cuál es su calificación con respecto al valor del servicio?	Buena. El precio por transportar la carga dentro de la ciudad con granel es de \$ 150; esto debido a que se le brinda un servicio personalizado al cliente acerca del seguimiento de la mercancía desde su lugar de origen hasta su lugar de destino.
¿Cuál es la capacidad máxima de carga que puede transportar?	Las 8 plataformas que posee la empresa tienen una capacidad de carga de transporte de hasta 14 toneladas; teniendo la capacidad así, de transportar cualquier tipo de estructura o maquinaria.

Fuente: COMPAÑÍA DE TRANSPORTE ATLAS COTACATRANS
Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

La observación realizada sirvió para identificar nuestra competencia dentro del mercado; con el objetivo de estudiar su estructura organizacional y diferentes propuestas de valor que implementan dentro del servicio de transporte de carga pesada; dicho análisis servirá también como guía para la elaboración de la estructura de precios acerca del servicio y para implementar también la estrategia de marketing Mix dentro del siguiente capítulo.

3.7.2. Encuesta Tabulada

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Solicito a usted de la manera más comedida responda a cada una de las preguntas con la mayor honestidad y seriedad pertinentes al caso de estudio acerca de la empresa “TRANS SACON”.

1. ¿Con que frecuencia usted contrata los servicios de transporte de carga pesada?

Siempre	Frecuentemente	Regularmente	Ocasionalmente	Nunca
102	101	51	43	87
27%	26%	13%	11%	23%

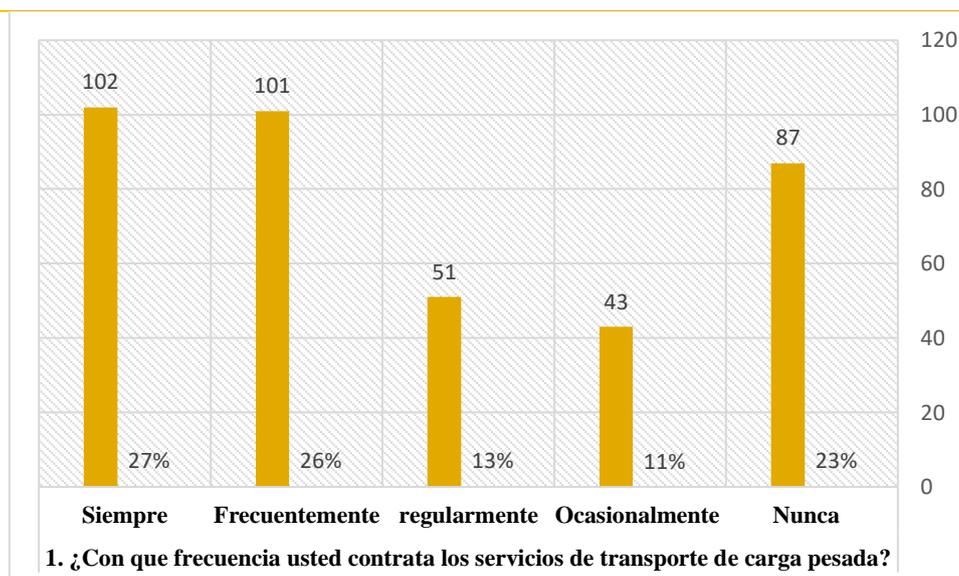


Ilustración 3 Frecuencia del contrato de servicio de transporte

Elaborado por: Haro & Saltos (2021)

Análisis: En la primera pregunta de la encuesta encontramos una tendencia de la frecuencia del público potencial en la cual la opción de siempre representa un 27%, seguido de un 26% de la opción de respuesta frecuentemente; esto evidencia que si existe un conocimiento y uso constantes de transporte de carga pesada en la ciudad.

2. A la hora de elegir un tipo de transporte. ¿Cuál es el factor determinante para usted?

Disponibilidad de vehículos	Buen precio	Seguridad	Vehículos nuevos	Otro
23	156	109	65	31
6%	41%	28%	17%	8%

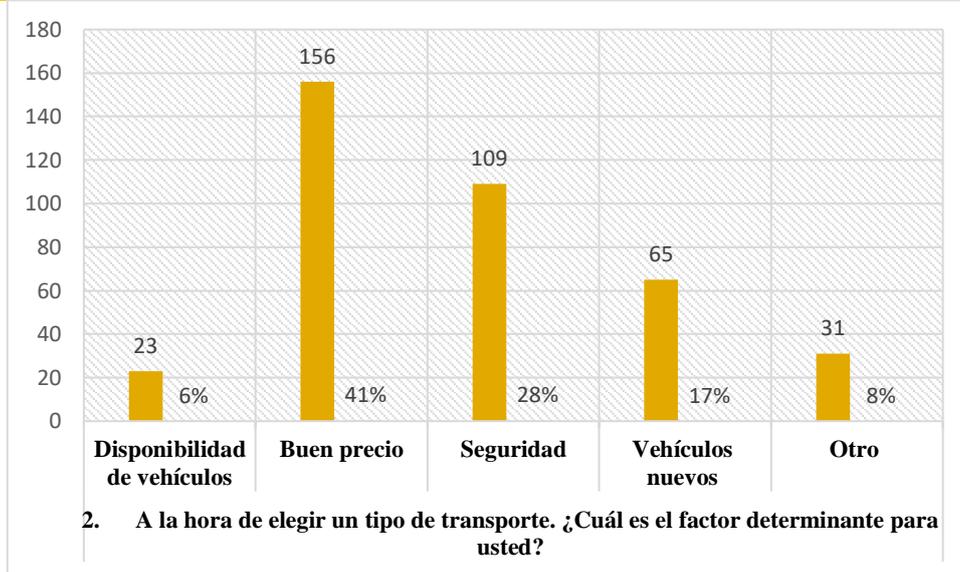


Ilustración 4 Factores a la hora de elegir un transporte

Elaborado por: Haro & Saltos (2021)

Análisis: Dentro de la segunda pregunta la preferencia de la gente se centra en la opción de Buen precio con un 41% de elección; esto da a notar que es precio sigue siendo un factor importante y fundamental en la decisión final del público.

3. ¿Cuál es el motivo por el cual usted contrata un servicio de transporte de carga pesada?

Distribución	Almacenaje	Abastecimiento	Otro
97	105	113	69
25%	27%	29%	18%

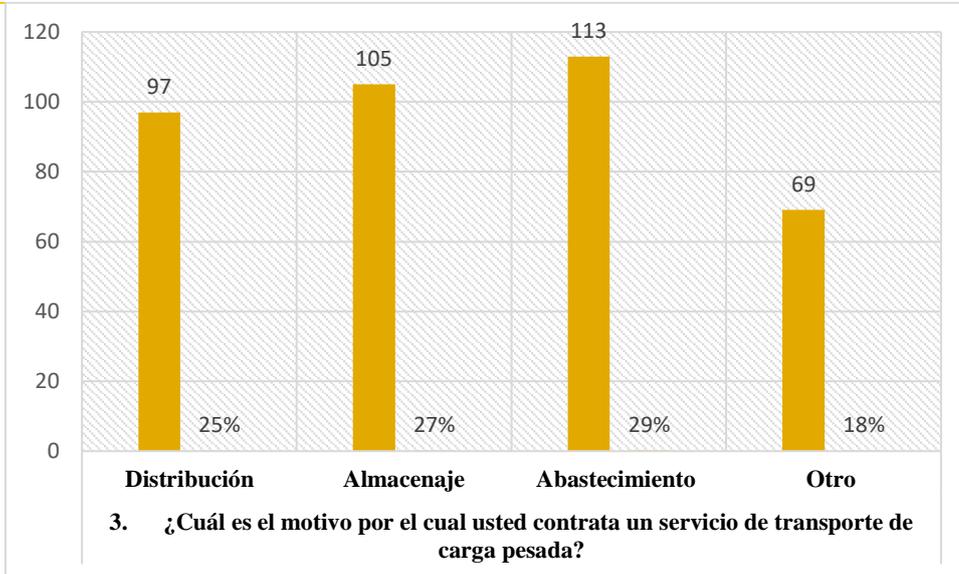


Ilustración 5 Motivos de contratación de transporte pesado

Elaborado por: Haro & Saltos (2021)

Análisis: Dentro de la tercera pregunta existe una tendencia compartida de diferentes motivos por lo que la gente contrata el servicio de transporte pesado, representando así, las tres primeras opciones con el 25, 27 y 29% consecuentemente; lo que muestra la tendencia secuencial de las preferencias de la gente para con el servicio.

4. ¿Está usted de acuerdo que la fijación de precios del transporte de carga se lo haga en base al peso de la mercadería a transportar?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
90	108	45	87	54
23%	28%	12%	23%	14%

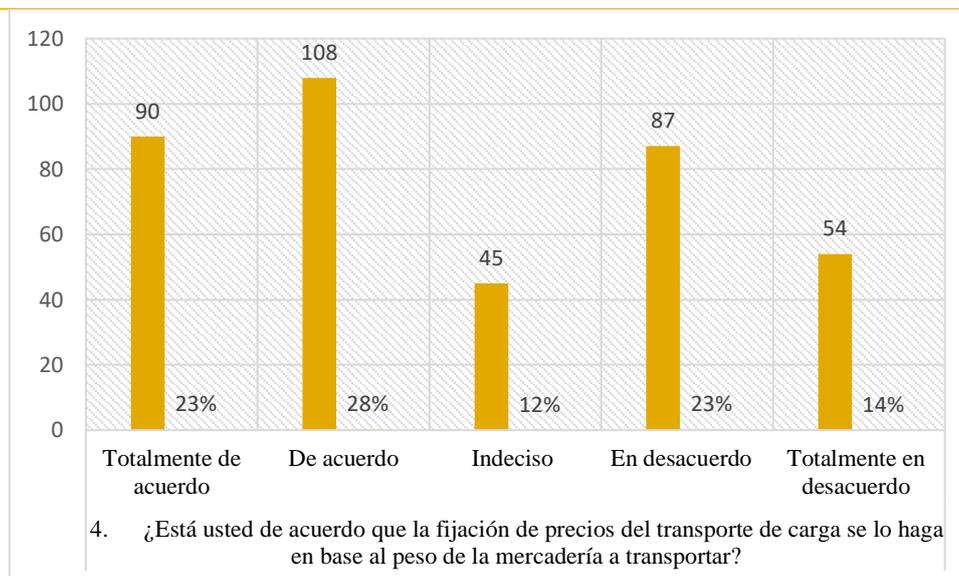


Ilustración 6 Fijación de precios del transporte de carga en base al peso

Elaborado por: Haro & Saltos (2021)

Análisis: La cuarta pregunta se hizo con la intención de conocer cuál es la reacción de la gente al preguntarle acerca del precio del servicio y que este se relacione con el peso de la mercancía a transportar; consecuentemente nos muestra una tendencia positiva del 28% dentro de la opción “de acuerdo”; lo que refleja la aceptación de esta tendencia por parte de la gente encuestada.

5. ¿Está usted de acuerdo que la fijación de precios del transporte de carga se lo haga en base a la trayectoria por recorrer del vehículo?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
93	96	47	77	71
24%	25%	12%	20%	18%

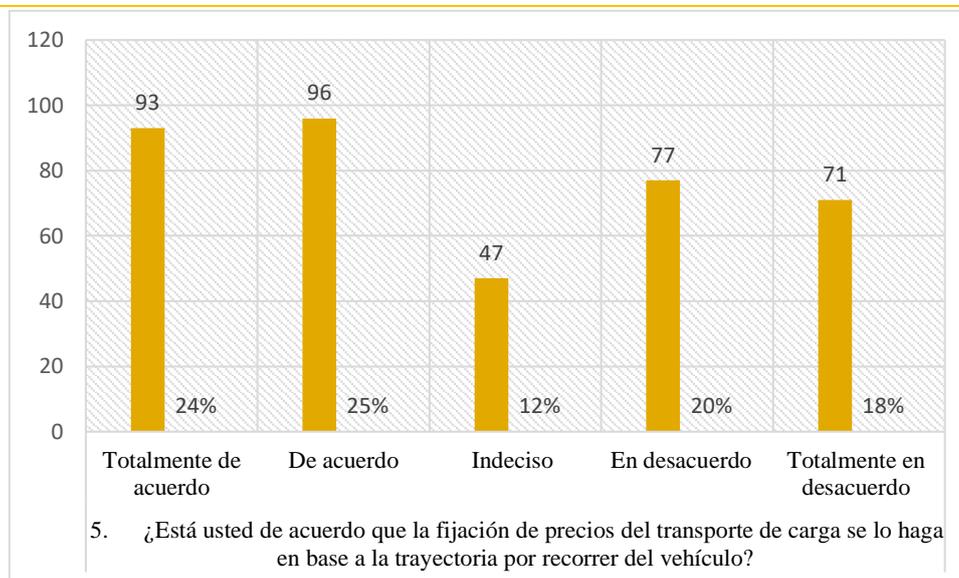


Ilustración 7 Fijación de precios del transporte de carga en base a la trayectoria

Elaborado por: Haro & Saltos (2021)

Análisis: La fijación de precios mediante la trayectoria recorrida presenta una tendencia positiva dentro de la opción “de acuerdo”; representada por un 25% seguida de “totalmente de acuerdo” con un 24%; esto despeja un panorama para la toma de decisión por parte de la alta dirección quien es quien tiene la última palabra acerca del método de fijación de precio del servicio de transporte de carga pesada.

6. ¿Usted estaría dispuesto a contratar los servicios de una nueva compañía de transporte de carga pesada?

Motivos por los cuales los entrevistados desearían contratar los servicios de una nueva compañía de transporte.

Seguridad	Precio	Número de Unidades	Tecnología	Otro
80	111	55	74	64
21%	29%	14%	19%	17%

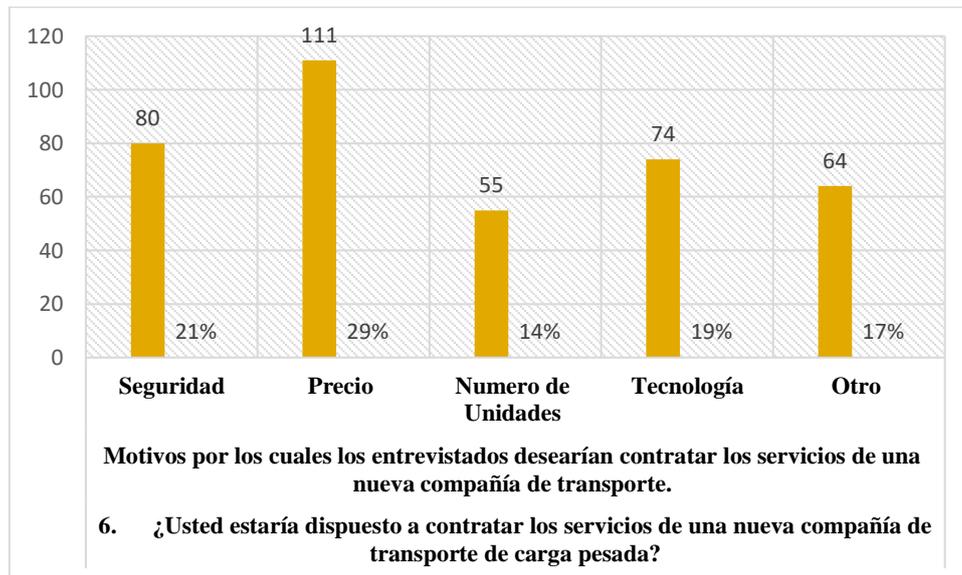


Ilustración 8 Motivos de la contratación del servicio en una nueva compañía

Elaborado por: Haro & Saltos (2021)

Análisis: Los motivos por los que los entrevistados contratarían el servicio de carga pesada se encuentra tabulado con un 295 dentro de la segunda opción que corresponde al precio; seguido de un 21% dentro de la opción de seguridad en el transporte de la carga.

7. ¿Le gustaría que el monitoreo de la carga transportada también esté a disposición suya mediante aplicación móvil desde el momento de contratar nuestro servicio hasta su llegada de destino?

Si	No
381	3
99%	1%

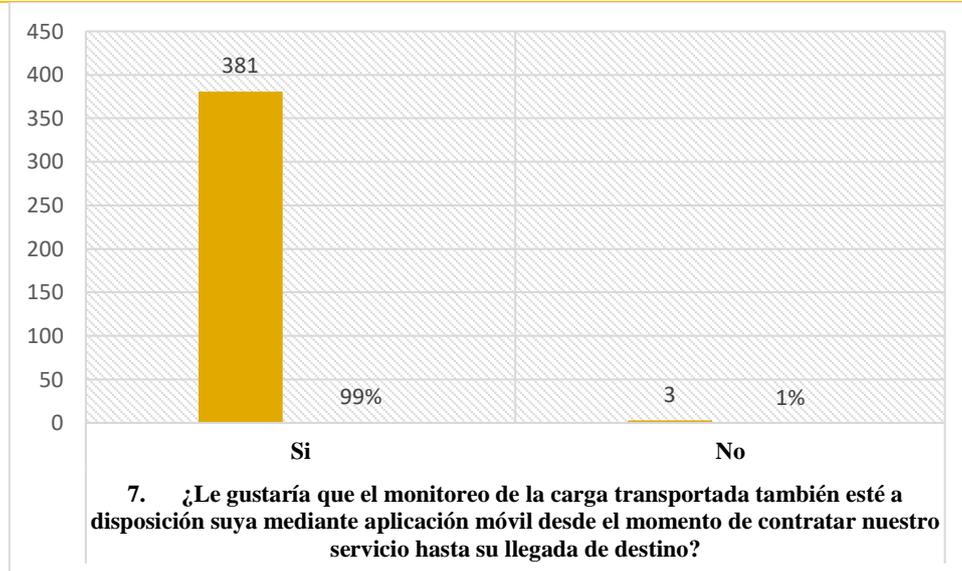


Ilustración 9 Monitoreo de carga transportada

Elaborado por: Haro & Saltos (2021)

Análisis: La pregunta siete de la encuesta simplemente muestra la preferencia del público de tener el monitoreo de su carga en todo momento; la opción “si” representa el porcentaje mayoritario de 99% de aceptación; con esto se le agrega valor al servicio de transporte de carga pesada reflejando la calidad de su servicio.

8. ¿Está usted de acuerdo que debido a la actual y futura volatilidad que existe sobre el precio de los combustibles afecte de manera directa en el precio del servicio de transporte pesado?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
20	71	88	102	103
5%	18%	23%	27%	27%

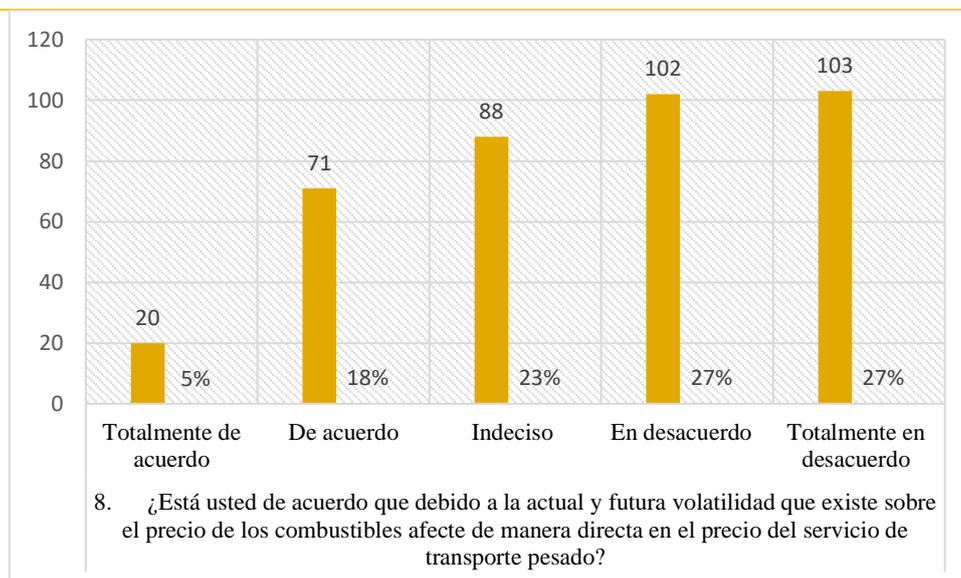


Ilustración 10 Volatilidad del precio del combustible

Elaborado por: Haro & Saltos (2021)

Análisis: Finalmente, la pregunta ocho formula un tema polémico por historia para las empresas que ofertan este tipo de servicios; se decidió compartir esta problemática de manera externa con el público potencial con el objetivo de conocer su punto de vista acerca de la afectación del precio como producto de una externalidad de mercado como lo es el factor político – económico del país en materia de hidrocarburos, dando como resultado el total desacuerdo de la gente reflejado en las dos últimas tendencias de negatividad con un 27% consecutivamente.

CAPITULO IV PROPUESTA

4.1. Tema

Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de transporte

4.2. Análisis Situacional

4.2.1. Matriz FODA

Según Barrios (2015), “el análisis FODA aporta un conjunto de informaciones valiosísimas que sintetiza el análisis interno de la organización considerando su entorno”; el análisis FODA es un instrumento de investigación muy recurrido al momento de querer ejecutar un análisis de una idea de negocio que en este presente trabajo vamos a implementar, el mismo contiene herramientas que visualizan de una mejor manera el ecosistema interno y externo en el cual se va a poner en marcha la propuesta.

En la siguiente tabla se muestra el análisis de los componentes a los que se enfrenta la idea de negocio teniendo como principal impedimento de éxito la inestabilidad política, económica y sanitaria a la que enfrenta el país en los presentes momentos; sin duda esto representa un riesgo potencial para la propuesta que esta evidenciado en la parte de amenazas; a continuación:

Tabla 6 Matriz FODA

<u>MATRIZ FODA</u>	
<u>FORTALEZAS</u>	<u>OPORTUNIDADES</u>
<ul style="list-style-type: none">- Planificación Administrativa adecuada.- Personal calificado y confiable.- Planificación Logística adecuada.- Seguridad en el servicio empresarial.- Materia prima eficiente.	<ul style="list-style-type: none">- Expansión y crecimiento empresarial a nivel nacional.- Internacionalización del servicio de transporte de carga pesada.- Implementación de nuevos proyectos de transformación de matriz productiva por parte del gobierno.
<u>DEBILIDADES</u>	<u>AMENAZAS</u>
<ul style="list-style-type: none">- Poca experiencia administrativa y empresarial.- Recursos Financieros.- Sensibilidad en costos de mantenimiento.- Dificultades en el posicionamiento del mercado.	<ul style="list-style-type: none">- Volatilidad Política y económica nacional e internacional.- Desabastecimiento y escasez de combustibles fósiles.- Pandemia.

Fuente: Barrios 2015 Análisis FODA

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

4.2.2 Matriz EFI

Trujillo (2018), afirma que, “Esta herramienta sirve para la formulación de estrategias, resume y evalúa las fortalezas y las debilidades principales en las áreas funcionales de una empresa, al igual que proporciona una base para identificar y evaluar las relaciones entre estas áreas”; los factores internos de la empresa representan un gran material de apoyo para los gerentes, pero no se evidencian tanto de una manera más estructurada como la ventaja que representa la matriz EFI; la cual permite ponderar porcentualmente cada aspecto interno que presenta la empresa; ofreciendo así, resultados más óptimos y de manera cuantitativa, los mismos que servirán para mostrar un panorama de mucha más claridad para la toma de decisiones.

Tabla 7 Matriz EFI.

FACTORES INTERNOS	PESO	CALIFICACION	PONDERACION	COMENTARIOS
FORTALEZAS				
Planificación Administrativa adecuada	0,33	4	1,32	Establecer lineamientos de control administrativos para un eficiente manejo del negocio.
Personal calificado y confiable	0,17	4	0,68	Aplicar técnicas de selección de talento humano enfocadas a mejorar los procesos.
Planificación Logística adecuada	0,07	3	0,21	Diseñar un plan del manejo de logística de transportes que permita abaratar costos relacionados.
Seguridad en el servicio empresarial	0,05	3	0,15	Crear un diseño estructural de seguridad en el manejo y control de mercancías.
Materia prima eficiente	0,03	2	0,06	Estudiar la viabilidad financiera que permita adquirir nuevos equipos con el fin de mejorar el servicio.
DEBILIDADES				
Poca experiencia administrativa y empresarial	0,15	2	0,3	Estudiar y proponer políticas de incentivo de crecimiento profesional que beneficien a los altos directivos.
Recursos Financieros	0,1	1	0,1	Diseñar una planificación financiera que permita optimizar recursos.
Sensibilidad en costos de mantenimiento	0,07	1	0,07	Estudiar el mercado de proveedores de repuestos automotrices para el control de gastos de operación.
Dificultades en el posicionamiento del mercado	0,03	1	0,03	Establecer un plan de marketing digital que acoja todas las herramientas a la vanguardia.
TOTAL	1		2,92	

Fuente: Trujillo 2018 Matriz EFI
Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Dentro de la matriz EFI se realizó una ponderación con un peso del 100% dándole los mayores porcentajes a los factores más relevantes como la planificación administrativa adecuada y el personal calificado para brindar el servicio que propone la idea de negocio; llevándose así una calificación de 4 en los dos primeros factores que corresponden a las fortalezas; no obstante dentro de las debilidades la poca experiencia administrativa sigue siendo un factor relevante y de peso en este análisis ponderado; es por eso que se propone en la parte de los comentarios un programa de capacitación a manera de incentivo de crecimiento profesional como solución a esta problemática. Finalmente, el total de la ponderación arroja un 2,92; el mismo que evidencia

que la empresa se encuentra en la posición favorable de aprovechar sus fortalezas que son mayores que sus debilidades.

4.2.3. Matriz EFE

Según García (2013), “esta matriz permite resumir y evaluar la información del entorno de carácter económico, social, cultural, demográfico y ambiental de la empresa”; la matriz EFE es un instrumento de investigación que permite visualizar a los altos directivos de la empresa los factores externos a los que se enfrentan, dichos factores se encuentran ponderados con el objetivo de arrojar resultados cuantitativos que permiten la mejor comprensión y la óptima toma de decisión por parte de la alta dirección.

En la tabla anterior se muestran los factores externos de la empresa de manera ponderada; el factor que mayor ponderación tiene es el de la posibilidad de expansión y crecimiento a nivel nacional, seguido de la expansión del servicio a nivel internacional y sus diferentes rutas dándole una calificación de 5 y 4 respectivamente; no obstante, la inestabilidad política y económica que afronta el país directamente en el tema de los combustible no deja de generar preocupación ante un inminente riesgo del aumento de los costos y por ende, un aumento en el precio dirigido al público. Finalmente, la matriz EFE arroja un resultado total de 3,18; lo que significa que los factores externos son favorables para la idea de negocio y los mismos representan una buena viabilidad para el crecimiento y la expansión de la empresa.

Tabla 8 Matriz EFE.

FACTORES EXTERNOS	PESO	CALIFICACION	PONDERACION	COMENTARIOS
OPORTUNIDADES				
Expansión y crecimiento empresarial a nivel nacional	0,27	5	1,35	Diseñar y estudiar nuevas metodologías administrativas que hagan frente a las economías a escala.
Internacionalización del servicio de transporte de carga pesada	0,2	4	0,8	Implementar y rediseñar la estructura administrativa para hacer frente a la demanda internacional.
Nuevos Proyectos Gubernamentales	0,1	3	0,3	Impulsar un plan de gestión contable y financiera que minimice riesgos financieros y reduzca costos.
AMENAZAS				
Volatilidad Política y económica nacional e internacional.	0,2	2	0,4	Proponer un plan de contingencia financiera que haga frente a devacles macroeconomicas.
Desabastecimiento y escasez de combustibles fósiles.	0,1	2	0,2	Planear la creación e implementación de un sistema que permita que la flota este abastecida con frecuencia.
Pandemia	0,13	1	0,13	Crear un plan de contingencia administrativa frente a este tipo de externalidades de mercado.
TOTAL	1		3,18	

Fuente: I García 2013, Matriz EFE
Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

4.3. Análisis PEST.

Maroto (2007), afirma que “Suele ser útil conocer los factores del entorno general que han sido importantes en el pasado, junto con la importancia que pueden llegar a tener a futuro en función de los cambios que se produce”, el análisis PEST en un estudio de todos los factores del entorno en el cual está inmerso la empresa, ayuda a considerar y estudiar en entorno político, económico, tecnológico y social a los que se enfrenta el posicionamiento de una idea de negocio; sin embargo, uno de los factores que en la actualidad tiene un gran impacto para organizaciones es sin duda el aspecto ecológico o ambiental; es por esto la pertinencia de tomarlo en cuenta dentro del presente estudio.

4.3.1. Factores políticos.

Los factores políticos a los que se enfrenta la propuesta son las diferentes medidas que ha adoptado el gobierno y su inestabilidad en la política de precios de los combustibles; en el gobierno anterior se eliminó el subsidio a los combustibles; esto generó que los transportistas y muchas empresas dedicadas al transporte de todo tipo de carga paralizaran sus actividades debido a la gravedad de la medida y al impacto directo que esta tenía directamente con los costos operacionales de los diferentes negocios que se dedican a la actividad del transporte; por historia siempre ha existido polémica en el tema del subsidio a los combustibles, es más, es una problemática de la cual el gobierno actual no está exento, una de las primeras medidas económicas adoptadas por el presidente fue la liberación del precio de los combustibles; algo que volvió a repercutir de manera directa al bolsillo de las compañías de transporte y los transportistas, subiendo así el precio del Diesel.

Como ya es costumbre, esto trajo un malestar a muchas de las personas que se dedican a esta actividad, dejando elevar el precio del combustible hasta \$1.90; precio que hasta la actualidad del presente estudio se mantiene gracias a una medida que estableció un tope focalizado a los combustibles eco país y al Diesel; sin embargo este tema tiene gran relevancia e impacto directo a los estados financieros y contables de las empresas dedicadas al transporte en general en el país; es por esto, que se lo menciona como tema principal en el análisis político del estudio preliminar de la propuesta.

4.3.2. Factores Económicos.

Al referirse a los factores económicos a los que se enfrenta la idea de negocio, es inevitable dejar de mencionar el factor pandemia, el mismo que ha causado baja productividad y ha obligado a muchos gerentes a reinventar sus estructuras de negocios para hacer frente a las nuevas necesidades que tiene el público; en la ciudad de Guayaquil la demanda por un servicio de transporte de carga pesada se ha visto un poco afectada debido a este factor pandemia; es por eso que las empresas se enfrentan a un panorama de reducción de costos que muchas veces termina en reducciones de nómina; sin embargo la nueva administración apuesta por la continuidad operacional del país; esto es un factor positivo porque el movimiento económico sigue su marcha sin interrupciones lo que ocasiona un buen flujo económico y por ende nuevas oportunidades contractuales para las empresas de transporte de carga pesada, lo que finalmente se traduce en la continuidad de sus flujos de efectivo y su rentabilidad en los activos que manejan.

4.3.3 Factores sociales.

Las empresas demandan cada vez más, un servicio de transporte seguro, eficaz y acorde a sus posibilidades de pago; no obstante, es muy difícil encontrar un tipo de servicio de transporte y más aún si es de carga pesada que generalmente establecen un precio elevado a sus clientes debido al manejo y el tipo de carga que se vaya a transportar. Una de las propuestas de la idea de negocio es establecer un plan acorde a las necesidades finales del cliente, que brinde y asegure con éxito el proceso logístico operacional que interviene en la distribución y transporte de carga pesada.

Las personas y las empresas cada vez más buscan este tipo de servicios anteriormente mencionados; es por esto que se decidió establecer esta propuesta dentro del presente estudio, con el fin de generar no solo beneficios tangibles para la organización, sino que también, pueda generar beneficios intangibles para toda la estructura organizacional y no menos importante para sus clientes que son por estos últimos mencionados de los cuales depende la rentabilidad de cualquier empresa.

4.3.3. Factores tecnológicos.

La tecnología es un factor importante que interviene en la logística de transporte; gracias a ella los gerentes pueden diseñar de una mejor manera las diferentes estructuras operacionales que tienen que ver con el manejo distribución y entrega de la carga pesada. Por otro lado, el avance a pasos agigantados de la tecnología obliga a la alta dirección a estar en renovación constante, ya que la parte tecnológica influye de manera directa en el manejo, parte promocional e innovación estructural organizativa de todas las empresas del mundo.

Otra de las ventajas que otorga la tecnología dentro del transporte de carga pesada es el control y monitoreo eficaz de todo el proceso de distribución logística lo que se hace posible bajo métodos como monitoreo satelital, herramientas de seguridad para los conductores y nuevas alternativas de mantenimiento para los activos tangibles que representan los camiones, la seguridad es un aspecto del cual el cliente se fija primero y gracias a la tecnología que disfrutamos hoy en día ese aspecto está totalmente cubierto para las empresas de transporte de carga pesada en el Ecuador.

4.3.4. Factores Ecológicos.

El tema de la contaminación ambiental ha tomado mucha más fuerza en los últimos años y dentro del negocio de transporte de carga pesada el factor ecológico representa un papel importante y de mucha consideración a la hora de toma de decisiones por parte de la alta dirigencia; en los últimos años han surgido organizaciones que defienden el tema del cuidado del medio ambiente, las mismas que se han enfrentado en pugnas legales con empresas de enorme peso a nivel internacional, obligando a estas empresas que causan contaminación directa al ecosistema a replantear y adoptar un metodología que les permita seguir con sus operaciones de una manera amigable con el ambiente; es por esto que el factor ambiental no debe pasar desapercibido en la propuesta de la presente idea de negocio, ya que contamos con activos que generalmente provocan emisiones de gas contaminante al ambiente, es por esto, que no se debe dejar de lado el constante mantenimiento de los vehículos de transporte para de esta manera tratar de reducir su impacto negativo que generen en el ecosistema.

4.4. Organigrama de la empresa

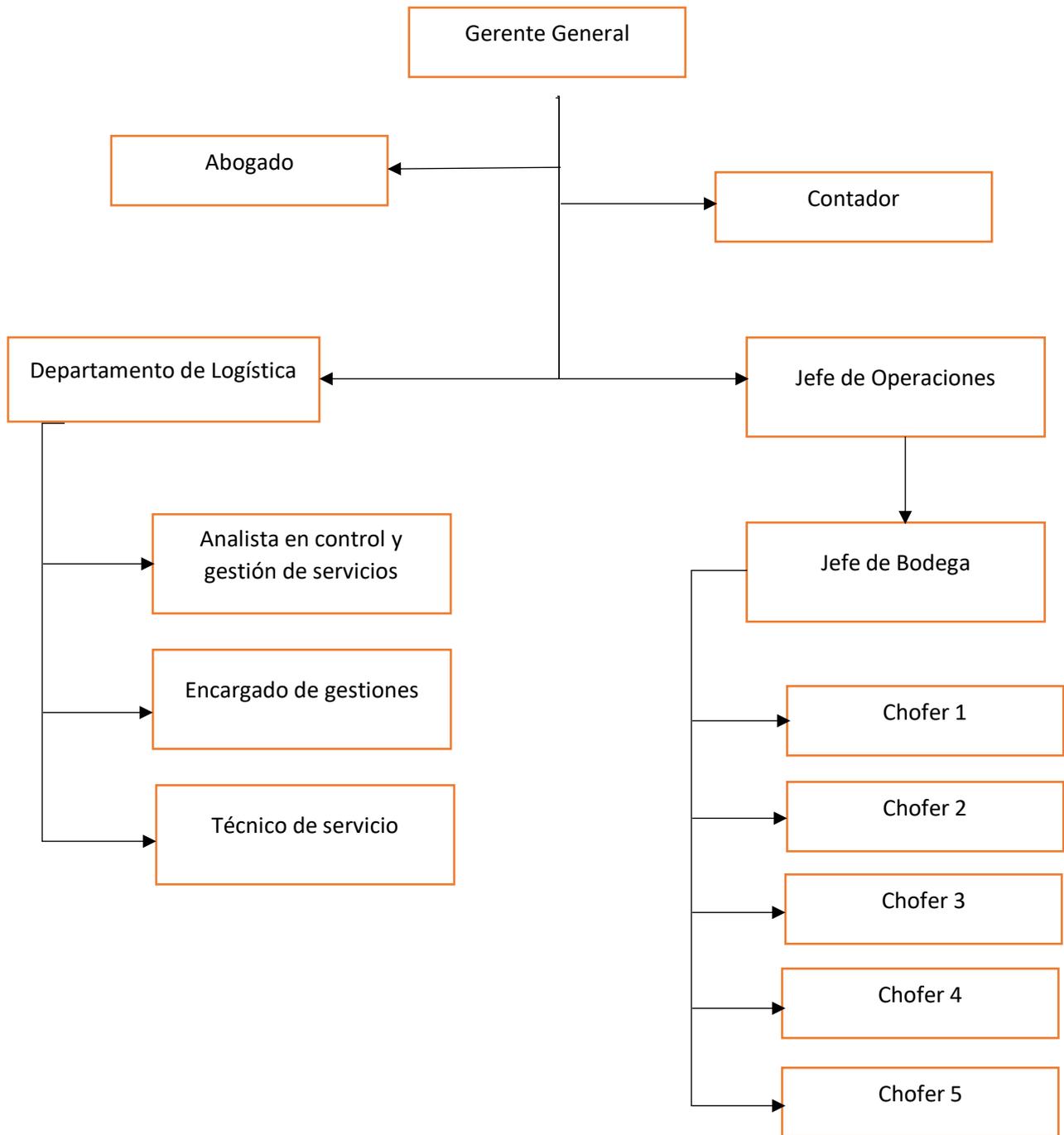


Ilustración 11 Organigrama de la empresa

Elaborado por: Haro & Saltos (2022)

El organigrama establecido representa las áreas de trabajo de la empresa, mostrando los puestos y sus debidas jerarquías de la empresa de transporte de carga pesada; cabe mencionar que el contador maneja la parte contable y financiera de la empresa, es quien brinda datos al gerente para la toma de decisiones; por otro lado, el abogado se encarga de asuntos legales como permisos de transporte, licencias y papeleo pertinente; dentro del departamento de logística se encuentran tres áreas fundamentales, la primera es la de análisis, gestión y control de servicios; aquí se maneja toda la distribución desde ese punto de partida hasta la entrega de la mercancía; el encargado de gestiones está al tanto en cada detalle del manejo de la mercancía así como la supervisión y revisión del correcto funcionamiento de los vehículos y finalmente, el técnico de servicio es la persona quien se encarga de arreglar, conseguir repuestos para los vehículos, además del monitoreo y mantenimiento de los sistemas de vigilancia del transporte.

4.5. Logotipo de la Empresa.



Ilustración 12 Logo de la empresa

Elaborado por: Haro & Saltos (2021)

El nombre de la empresa está plasmado en el logo de la misma, con los colores respectivos como el amarillo y negro que llenan la retina del público.

4.6. Misión y Visión de la empresa.

4.6.1. Misión.

Brindar un excelente servicio de transporte de carga pesada de calidad, a tiempo y acorde a las necesidades de empresas y del público en general.

4.6.2. Visión.

Ser la empresa de transporte de carga pesada líder del país con proyecciones a futuro de expansión internacional.

4.7. Manual de Funciones.

Dressel (1976), afirma que “Dentro del mismo se engloba un grupo de funciones que tienen una conexión efectiva entre sí”, el manual de funciones es un documento en donde se muestra los requisitos, las labores cotidianas y las habilidades que tiene el trabajador en cuestión que le permiten desempeñar su rol dentro de una organización.

Los manuales de funciones que a continuación se muestran buscan determinar con exactitud las diferentes funciones de cada empleado dentro de la empresa además de los debidos requerimientos para el cargo, esto con el fin de anticiparse a una baja dentro del puesto.

Tabla 9 Cargos.

IDENTIFICACION DEL CARGO			
Cargo:	Gerente General		
Numero de cargos:	1		
REQUISITOS			
Perfil del cargo:	Profesional con experiencia en alta dirección, cuya especialidad sea la planificación, gestión y control de todos los procesos estructurales de carácter administrativo de empresas dedicadas al transporte de carga pesada.		
Experiencia:	2 años en cargos similares o en gestión de logística de transporte.		
DETALLE DE LA FUNCION			
El gerente general es la cabeza de la organización y representante legal, el mismo que se encarga de dirigir, controlar y tomar decisiones acerca de cada uno de los departamentos de la empresa.			
FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo y compromiso con la organización. - Establece procedimientos de participación activa entre toda la organización. - Traza nuevas metas organizacionales. - Ejecuta las decisiones tomadas. - Responde legalmente ante cualquier imprevisto. 			
Elaborado por: Autores	Revisado por: MAE. Silvia Espinoza	Aprobado por:	

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 10 Cargos.

<u>IDENTIFICACION DEL CARGO</u>			
Cargo:	Abogado		
Numero de cargos:	1		
REQUISITOS			
Perfil del cargo:	Profesional de ética y moral en actividades legales, eficiente en el manejo judicial correspondiente a la logística de transporte.		
Experiencia:	2 años representando a empresas que se dediquen a actividades similares.		
DETALLE DE LA FUNCION			
El abogado representante de la empresa es un profesional empapado de los diferentes códigos legales pertinentes a la logística de transporte, el manejo de mercancías; un conocedor de todos los derechos tanto del propietario como del suministrador del servicio de transporte de carga pesada.			
FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Actuar con ética y profesionalismo frente a cualquier caso judicial. - Prestar su firma para cualquier documento legal. - Actualizarse constantemente acerca de las normas de logística de transporte. - Brindar apoyo a la alta gerencia en la toma de decisiones. - Revisar y dotar de toda la documentación legal necesaria tanto de la empresa, vehículos y choferes. 			
Elaborado por: Autores	Revisado por: MAE. Silvia Espinoza	Aprobado por:	

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 11 Cargos.

<u>IDENTIFICACION DEL CARGO</u>		
Cargo:	Contador	
Numero de cargos:	1	
REQUISITOS		
Perfil del cargo:	Profesional de ética y con experiencia en el manejo contable y financiero de la empresa.	
Experiencia:	2 años en cargos similares.	
DETALLE DE LA FUNCION		
El contador es el profesional que maneja las finanzas de la empresa y el principal responsable de la rentabilidad de la misma; también juega un papel fundamental en la toma de decisiones de inversión y financiamiento que tienen el objetivo el crecimiento de la empresa.		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión y revisión continua de los estados financieros de la empresa. - Estudia, crea y detalla planes financieros de inversión de adquisición de nueva maquinaria. - Tributa impuestos de la empresa. - Toma decisiones en conjunto con los altos directivos de la empresa. - Analiza y previene riesgos financieros para la empresa. 		
Elaborado por: Autores	Revisado por: MAE. Silvia Espinoza	Aprobado por:
		

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 12 Cargos.

<u>IDENTIFICACION DEL CARGO</u>			
Cargo:	Analista en Control y gestión de servicios		
Numero de cargos:	1		
REQUISITOS			
Perfil del cargo:	Profesional con experiencia en el monitoreo, supervisión y control de operaciones logística de transporte pesado.		
Experiencia:	1 año en cargos similares.		
DETALLE DE LA FUNCION			
El analista en control y gestión de servicios gestiona, supervisa y controla todas las actividades inmersas dentro de la logística de transporte de mercancías.			
FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Maneja, supervisa y controla todos los procedimientos de logística de transporte. - Monitorea y vigila el recorrido del transporte. - Mantiene un correcto control del papeleo de la mercancía. - Ejecuta los envíos con la responsabilidad acorde a su cargo. - Conexión con clientes en todo momento. 			
Elaborado por: Autores	Revisado por: MAE. Silvia Espinoza	Aprobado por:	

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 13 Cargos.

<u>IDENTIFICACION DEL CARGO</u>			
Cargo:	Encargado de Gestiones		
Numero de cargos:	1		
REQUISITOS			
Perfil del cargo:	Profesional con experiencia en logística y manejo de papeleo contractual y contable.		
Experiencia:	1 año en cargos similares.		
DETALLE DE LA FUNCION			
El encargado de gestiones racionaliza recursos y los controla para una mayor productividad empresarial, además de que se encarga de los diferentes imprevistos que presenta la logística de transporte.			
FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Maneja y controla los recursos tangibles de la empresa que tienen que ver con el mantenimiento de la maquinaria. - Se encarga de solucionar cualquier imprevisto que se presente dentro del manejo de mercancías. - Realiza la documentación pertinente al manejo de mercancías. - Ejecuta la comunicación y oferta los servicios de transporte a nuevos clientes potenciales. 			
Elaborado por: Autores	Revisado por: MAE. Silvia Espinoza	Aprobado por:	

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 14 Cargos.

<u>IDENTIFICACION DEL CARGO</u>		
Cargo:	Técnico de Servicios	
Número de cargos:	1	
REQUISITOS		
Perfil del cargo:	Profesional con conocimientos de mecánica automotriz, electromecánica y electrónica.	
Experiencia:	1 año en cargos similares dentro de empresas de transporte pesado.	
DETALLE DE LA FUNCION		
El técnico de servicios de la empresa se encarga del mantenimiento de toda la maquinaria y equipos tecnológicos que posee la empresa para ejecutar el servicio de transporte de carga pesada.		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Da mantenimiento a la maquinaria y equipos de monitoreo del transporte. - Planifica la adquisición de repuestos de la maquinaria de la empresa. - Mantiene contacto con los proveedores de repuestos automotrices. - Tiene participación activa con toda la estructura organizacional de la empresa. 		
Elaborado por: Autores	Revisado por: MAE. Silvia Espinoza	Aprobado por:
		

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 15 Cargos.

<u>IDENTIFICACION DEL CARGO</u>			
Cargo:	Jefe de Operaciones		
Numero de cargos:	1		
REQUISITOS			
Perfil del cargo:	Profesional con experiencia en el monitoreo, supervisión y control del proceso logístico de transporte y del manejo y selección de personal.		
Experiencia:	1 año en cargos similares.		
DETALLE DE LA FUNCION			
El jefe de operaciones de transporte de carga pesada de la empresa realiza, planifica y ejecuta todos los procedimientos pertinentes al embarque y distribución de la mercancía; además es responsable directo del manejo y supervisión de los choferes de la empresa.			
FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> - Control y supervisión de choferes. - Maneja y controla los procedimientos logísticos de operaciones de transporte. - Selección y reclutamiento de personal (conductores). - Controla y evalúa el rendimiento laboral (Conductores). - Toma decisiones en conjunto con toda la estructura organizacional de la empresa. 			
Elaborado por: Autores	Revisado por: MAE. Silvia Espinoza	Aprobado por:	

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 16 Cargos.

IDENTIFICACION DEL CARGO		
Cargo:	Jefe de Bodega	
Numero de cargos:	1	
REQUISITOS		
Perfil del cargo:	Persona que se encarga del manejo de inventario y almacenamiento de mercancías.	
Experiencia:	1 año en cargos similares.	
DETALLE DE LA FUNCION		
El jefe de bodega maneja, almacena y controla toda la mercancía que maneja la empresa además del cuidado de las maquinarias y todos sus implementos.		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Lleva un correcto inventario de las mercancías. - Distribuye la carga y la raciona para cada tipo de transporte. - Califica y etiqueta según la tipología de la mercancía. 		
Elaborado por: Autores	Revisado por: MAE. Silvia Espinoza	Aprobado por:
		

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 17 Cargos.

IDENTIFICACION DEL CARGO		
Cargo:	Chofer	
Numero de cargos:	5	
REQUISITOS		
Perfil del cargo:	Persona con licencia profesional tipo E o F responsable con su trabajo.	
Experiencia :	1 año en cargos similares en el manejo de transporte pesado.	
DETALLE DE LA FUNCION		
El chofer profesional es una persona capacitada para el manejo de transporte pesado que ejecuta con eficiencia su labor.		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Lleva la mercancía de un lugar a otro. - Verifica y avisa al jefe de operaciones de cualquier anomalía dentro del trayecto de distribución. - Tiene la responsabilidad de hacer llegar y entregar en el tiempo oportuno la mercancía. 		
Elaborado por: Autores	Revisado por: MAE. Silvia Espinoza	Aprobado por :
		

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

4.8. Marketing Mix

Los Clientes de la empresa se encuentran en diferentes puntos de la costa ecuatoriana; entre ellos la mayoría se encuentra dentro de cantones aledaños como Yaguachi; Playas Villamil; Olón; Sta. Elena, estos últimos afuera de la provincia del Guayas, por otro lado, también están los clientes pertenecientes a Sto. Domingo; Babahoyo; Zaruma entre otras provincias del Ecuador.

La cartera de clientes es amplia, por ende, la empresa tendrá que transportar cargas a diferentes partes del país; a continuación, se presentan los destinos y clientes más frecuentes a los cuales la empresa de transporte brinda sus servicios.

Tabla 18 Marketing Mix.

DESTINO	CLIENTES
Yaguachi	CORPCOM
Sto. Domingo	MARPUSI
Salinas	AQUATROPICAL
San Pablo	BIOGEMAR S.A.
Guayaquil	HOME VEGA
Sta. Elena	SEATEC S.A.
Sta. Rosa	Hacienda Bananera y Cacaotera “LA PACHECO”
Milagro	Bananera “San Jacinto”
Quevedo	APROBANEC
Manta	FISHCORP S.A.

Fuente: Marketing Mix

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

4.8.1 Estrategias de Marketing

4.8.2. Producto (características del servicio y tipo de carga)

El servicio que brinda la empresa de transportes de carga pesada está basado en las necesidades de los clientes y en el índice de competitividad del mercado; contamos con 5 choferes profesionales los cuales, ejecutarán el servicio de 4 a 5 veces por semana según lo requiera la demanda; nuestros camiones están dotados de todos los componentes necesarios para el transporte de cualquier tipo de carga que además cuenta con servicio de monitoreo

satelital las 24 horas; además el departamento de talento humano está encargado del reclutamiento del personal idóneo para las labores de la empresa

La empresa de transportes generalmente transporta todo tipo de carga desde destinos internos (dentro de la provincia del Guayas); hasta otras provincias del país; sin embargo, es importante destacar la tipología de carga que generalmente va a manejar la empresa para su respectivo transporte y posterior distribución.

4.8.2.1. Tipo de Carga

Tabla 19 Tipo de Cargos

TIPO DE CARGA	DESCRIPCION
Carga General	Es todo tipo de carga líquida, sólida y gaseosa, que tiene las características de ser transportada dentro de cualquier envase o envuelta en cualquier tipo de embalaje y que no representa ningún daño que pueda atentar la salud para las personas.
Carga Granel	Podemos encontrar dos tipos de estados de la materia dentro de este tipo de cargas: el primero está en estado líquido como son el GLP; petróleo, aceites; derivados del petróleo; fertilizantes; y por otro lado está la carga sólida como, por ejemplo: granos; cemento; arena; minerales y otros tipos de químicos.
Carga Peligrosa	Este tipo de carga debe manejarse con especial cuidado y seguridad, por su extrema peligrosidad y afectación a la salud humana y al ecosistema; entre las cargas peligrosas se encuentran: materiales radioactivos, explosivos, sólidos inflamables, líquidos inflamables.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

4.8.2.2. Estrategia de servicio

La estrategia de servicio que va a introducir la empresa de transporte de carga pesada se basa en diferentes factores que tienen el objetivo de satisfacción de las necesidades del cliente y su posterior fidelización de la marca; estos factores son:

1. **Calidad en el servicio:** La calidad del servicio de transporte de carga pesada se basará en la eficiencia de sus operaciones logísticas con el objetivo de entregar la mercancía segura y sin ningún contratiempo.
2. **Seguridad:** Para esto se dispondrá de la infraestructura tecnológica que permita obtener el seguimiento y monitoreo satelital y en todo momento acerca del estado y localización del vehículo y carga en transportación.
3. **Atención Personalizada:** La atención personalizada se centrará en los requerimientos del cliente acerca de la trasportación de la mercancía; dentro de este punto también se toma en cuenta el seguimiento y monitoreo por parte del cliente por medio de aplicación móvil.
4. **Logotipo y marca de la empresa:** Se establecerá el logotipo y marca de la empresa dentro de todas las operaciones que se realicen dentro del servicio de transporte de carga pesada.

4.8.3. Precio

La política de precios es una política establecida por la alta gerencia de la empresa; la cual se calcula por el peso y el tipo de carga a transportar, según la capacidad del transporte; a continuación, se muestran detallado por capacidad los precios de transporte de carga de la empresa.

Tabla 20 Tabla de precios por Destino.

		<u>CAPACIDAD DE CAMIONES</u>			
<u>ORIGEN</u>	<u>DESTINO</u>	<u>5 TON.</u>	<u>10 TON.</u>	<u>15 TON.</u>	<u>20-30 TON.</u>
GUAYAQUIL	MANTA	\$ 200	\$ 250	\$ 300	\$ 500
GUAYAQUIL	MACHALA	\$ 210	\$ 260	\$ 310	\$ 550
GUAYAQUIL	QUEVEDO	\$ 210	\$ 260	\$ 300	\$ 450
GUAYAQUIL	BABAHOYO	\$ 150	\$ 180	\$ 250	
GUAYAQUIL	SANTA ELENA	\$ 200	\$ 240	\$ 300	\$ 450
GUAYAQUIL	PORTOVIEJO	\$ 210	\$ 260	\$ 310	\$ 540
GUAYAQUIL	SANTO DOMINGO	\$ 250	\$ 300	\$ 350	
GUAYAQUIL	OLON	\$ 230	\$ 280	\$ 340	\$ 580
GUAYAQUIL	SANTA ROSA	\$ 220	\$ 260	\$ 300	
GUAYAQUIL	ZARUMA	\$ 250	\$ 300	\$ 350	
GUAYAQUIL	PLAYAS	\$ 150	\$ 180	\$ 250	
GUAYAQUIL	MILAGRO	\$ 130	\$ 160	\$ 200	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

4.8.3.1. Estrategia de precio

Precio mínimo del servicio

El estudio de observación efectuado dentro del capítulo 3 mediante la ficha de observación que tuvo la finalidad de estudiar a la competencia de la empresa mostro datos relevantes acerca de precios por transporte de carga pesada interna en donde INCURRETRANS S.A. Y COTACATRANS S.A. tienen precios mínimos de transporte interno que oscilan en \$ 150 en carga a granes; debido a esto, como objetivo de penetración de mercado se establecerá un precio mínimo de \$125 en el precio de transporte interno de mercancía durante el primer semestre de operaciones.

4.8.4. Plaza y distribución

La empresa de servicios de transporte brinda sus servicios dentro y fuera de la ciudad a empresas ya consolidadas del mercado; las cuales nos otorgan la responsabilidad de transportar sus productos a diferentes destinos del país; entre las principales empresas de las cuales representan nuestros clientes fijos están bananeras, camaroneras, piladoras, cartoneras, productoras de cerámicas, cemento, arena y artículos varios como electrodomésticos, muebles, artefactos industriales y demás.

Dentro de la estrategia de distribución la empresa va a manejar el canal directo de distribución, siendo este el que nos permita tratar de manera directa y sin intermediarios a la cartera de clientes de la empresa lo que nos libra de establecer precios altos y nos da la facilidad de relacionarnos de manera directa con los clientes para así satisfacer cualquier tipo de necesidad o inquietud que tengan.

4.8.4.1. Estrategia de plaza y distribución

Las estrategias de distribución se las realzaran mediante el canal 0; es decir sin intermediarios con el objetivo de evitar costos y recaudar de una manera directa las ganancias; nuestra casa matriz estará ubicada dentro de la ciudad de guayaquil con una sucursal dentro del cantón Duran.



Ilustración 12. Flujo de Entrega Casa Matriz
Elaborado por: Haro & Saltos (2022)



Ilustración 13 Flujo de Entrega Sucursal Duran
Elaborado por: Haro & Saltos (2022)

4.8.5. Promoción

La promoción que maneja la empresa carece de muchos instrumentos actuales importantes, por ende, dentro del presente estudio se establecerán mecanismos de promoción eficaces para dar a conocer todos los atributos que representa nuestro servicio de transporte de carga pesada.

4.8.5.1. Estrategias de Promoción

Las estrategias de promoción tienen la finalidad de hacer conocer el servicio que otorga la empresa al público en general; para esto se destinarán recursos para la creación de diferentes alternativas que le permitirán a la compañía realizar una publicidad efectiva:

- 1.- Creación de página web.
- 2.- Redes sociales (Instagram, Facebook, Tik Tok)

3.- Diseño y confección de artículos de uso cotidiano como camisetas, gorras, llaveros, bolígrafos, agendas, bolsos y demás artículos en donde estén impresos el nombre y el logo de la empresa.

4.- Además; de manera externa se contratarán los servicios de un profesional en marketing digital; el mismo que trabajara bajo periodos de tiempos establecidos por la alta gerencia.

4.8.5.2. Detalle de gastos de publicidad

Tabla 21 Detalle de Gastos por Publicidad.

Detalle	Mensual	Anual
Profesional de Marketing	\$300	\$ 3.600
Confección y creación de Publicidad		\$ 500
Total		\$ 4.100

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

El detalle de gastos de publicidad comprende la contratación parcial de un profesional de marketing, el mismo que se lo contratara por 15 días en el mes; adicional a esto, la confección y creación de publicidad se la realizara una vez al año.

4.8.6. Punto de equilibrio

4.8.6.1. Punto de equilibrio en unidades

Tabla 22 Detalle de Puntos de equilibrio en unidades.

<u>Costos Variables</u>	Mensual	Anual
MOD	\$ 5.500,00	\$ 66.000,00
MATERIA PRIMA	\$ 7.000,00	\$ 84.000,00
CIF	\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
TOTAL	\$ 16.500,00	\$198.000,00
<u>COSTOS FIJOS</u>		
Permisos	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Permisos de funcionamiento	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Servicios básicos	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Seguros	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00
TOTAL	\$ 4.450,00	\$ 53.400,00
TOTAL, COTOS OPERATIVOS	\$ 20.950,00	\$251.400,00

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

$$\text{P.E. Unidades} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVU} - \text{CVU}}$$

$$\text{P.E. Unidades} = \frac{53400}{261,25 - 206,25} = 970 \text{ Viajes}$$

El punto de equilibrio en unidades refleja la cantidad de 970 viajes anuales; con esta cantidad de servicios la empresa está siendo eficiente dentro de su FPP y así, de esta manera aprovecha sus recursos al máximo.

4.8.6.2. Punto de equilibrio en ventas

Tabla 23 Detalle de Puntos de equilibrio en unidades

Punto de equilibrio unidades	\$ 970,00
Precio de venta unitario	\$ 261,88

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

$$\text{P.E. Monetario} = \text{PEQ} * \text{PVU}$$

$$\text{P.E. Monetario} = 970 * 261,88 = \$ 254.023,60$$

4.9. Planificación Financiera.

4.9.1. Inversión Inicial

Tabla 24 Detalles de inversión

<u>Inversión Inicial</u>	
Activos Corrientes	\$ 486.570
Activos no corrientes	\$ 20.950
Gastos Pre - operacionales	\$ 11.350
Total	\$ 518.870

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

La inversión inicial está representada por la inversión en activos corrientes en donde los costos más representativos son la adquisición de la maquinaria que representa 5 vehículos de carga pesada, tres plataformas y dos camiones. Por otro lado, la inversión en activos no corrientes está representada por el capital de trabajo el cual es la suma de MOD, MATERIA PRIMA, CIF Y COSTOS FIJOS calculados en un periodo de tiempo de un mes; y finalmente, los gastos pre – operacionales son los gastos necesarios para la puesta en marcha del negocio como permisos, matriculación, repuestos y seguros de transporte; todo esto nos da finalmente una inversión total de \$ 518.870 la misma que servirá para que la empresa de transportes comience sus operaciones de la manera más optima posible.

4.9.2. Detalle de Inversión en activos corrientes

Tabla 3 Detalles de inversión en activos corrientes

Elaborado por: Haro & Saltos

Se pretende comprar 3 plataformas, 2 camiones y 3 contenedores, los mismos que arrojan una depreciación considerable para el análisis contable. Por otro lado, el valor de salvamento de los activos permitirá generar una mayor rentabilidad al proyecto a largo plazo.

4.9.3. Detalle de Financiamiento

Tabla 25 Detalles de Financiamiento

Inv. en activos Corrientes	Valor Unitario	Unidades	Valor Total	Valor de desecho	Vida Útil	Depreciación
Equipo de Monitoreo Satelital	\$500	5	\$2.500		3	\$833
Repisas para repuestos	\$130	7	\$910		3	\$303
Vehículos (camiones)	\$50.000	2	\$100.000	\$80.000	5	\$20.000
Vehículos (plataformas)	\$80.000	3	\$240.000	\$192.000	5	\$48.000
Maquinaria de carga	\$15.000	3	\$45.000	\$40.500	10	\$4.500
Contenedores para camión	\$6.500	3	\$19.500		10	\$1.950
Generador de energía	\$5.000	1	\$5.000		10	\$500
Equipo de vigilancia interna	\$800	2	\$1.600		3	\$533
Contenedores de Combustible	\$2.500	3	\$7.500		5	\$1.500
AREA ADMINISTRATIVA						
Equipos de computo	\$2.550	5	\$12.750		3	\$4.250
Impresoras	\$1.200	3	\$3.600		3	\$1.200
Aire acondicionado 18000 BTU	1.100	2	\$2.200		5	\$440
Útiles de oficina	\$830	35	\$29.050		3	\$9.683
Muebles y enseres	\$1.060	16	\$16.960		3	\$5.653
TOTAL INV. EN ACTIVOS CORR.			\$486.570	\$312.500		\$99.347

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

Tabla 26 Detalles de Financiamiento

Detalle	Rubro	%
Inversión Inicial Total	\$ 518,870.00	100 %
Aporte de los socios	\$ 77,830.50	15 %
Préstamo Bancario	\$ 441,039.50	85 %

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

El detalle de financiamiento está dado por la aportación de los socios de la empresa el cual, representa el 15% de la inversión total requerida; por otro lado, se acudirá a un préstamo bancario para cubrir la parte restante que es del 85% de la inversión total; para esto se acudirá al financiamiento del Ban Ecuador debido a que ofrece porcentajes bajos de interés en relación a otras entidades que pertenecen al sistema financiero del país.

4.9.4. Tabla de amortización



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME		
Destino	Activo Fijo	Tasa Nominal(%)	9.76
Sector Económico	N/A	Tasa Efectiva(%)	9.76
Facilidad	Pequeña y	Monto(USD)	450,000.00
Tipo Amortización	Mediana Empresa	Plazo(Años)	5
Forma de Pago	Cuota Fija	Fecha Simulación	2022-01-22
	Anual		

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	450000.00			
1	375938.08	74061.92	43920.00	117981.92
2	294647.72	81290.36	36691.56	117981.92
3	205423.41	89224.30	28757.62	117981.92
4	107490.82	97932.60	20049.33	117981.92
5	0.00	107490.82	10491.10	117981.92

Ilustración 14 Detalles de Financiamiento

Fuente: Ban Ecuador (2022)

La simulación de crédito del Ban Ecuador arroja una tasa efectiva de interés del 9.76% con una deuda amortizable a 5 años con cuota fija de interés; estos gastos tanto de capital como financieros irán reflejados en el estado de resultado proyectado y flujo neto de efectivo Correspondientemente.

4.10. Estado de resultados proyectado

Tabla 27 Estado de resultados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$402.825,60	\$426.995,14	\$452.614,85	\$479.771,74	\$508.558,04
Costos Operativos	\$251.400,00	\$251.800,00	\$252.100,00	\$240.000,00	\$208.170,00
Gastos de Administración	\$ 65.220,00	\$ 65.560,00	\$ 66.050,00	\$ 66.340,00	\$ 66.800,00
Gastos de Publicidad	\$ 4.100,00	\$ 4.100,00	\$ 4.150,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Gastos Financieros	\$ 43.920,00	\$ 36.691,56	\$ 28.757,62	\$ 20.049,33	\$ 10.491,10
U.A.I. Trabajadores	\$ 38.185,60	\$ 68.843,58	\$101.557,23	\$149.382,41	\$219.096,94
15% repart. Utilid.	\$ 5.727,84	\$ 10.326,54	\$ 15.233,58	\$ 22.407,36	\$ 32.864,54
Utilidad antes Impuestos	\$ 32.457,76	\$ 58.517,04	\$ 86.323,65	\$126.975,05	\$186.232,40
25% Impuesto renta	\$ 8.114,44	\$ 14.629,26	\$ 21.580,91	\$ 31.743,76	\$ 46.558,10
Utilidad Neta	\$ 24.343,32	\$ 43.887,78	\$ 64.742,73	\$ 95.231,29	\$139.674,30
10% reserva legal	\$ 2.434,33	\$ 4.388,78	\$ 6.474,27	\$ 9.523,13	\$ 13.967,43
Utilidad Repartible Soc.	\$ 21.908,99	\$ 39.499,00	\$ 58.268,46	\$ 85.708,16	\$125.706,87

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

El estado de resultado proyectado es a 5 años consecuente con el préstamo bancario; para la proyección de ingresos se indago a datos históricos de ingresos de años anteriores de la empresa para estimar los ingresos de los futuros cinco años, para esto se empleó la formula econométrica de factor de crecimiento en donde es de gran utilidad este tipo de datos; además el crecimiento porcentual proyectado es una estimación arriba del 6% en los ingresos de la empresa; cabe resaltar, que a partir del tercer año la empresa podrá reducir sus costos y aumentar sus ingresos dando un atributo de economía de escala dentro del servicio que oferta la empresa y todas sus operaciones.

4.11. Evaluación Financiera

4.11.1. Flujo Projectado

Tabla 28 Detalles de flujo proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
UAI (Trabajadores)		\$ 38.185,60	\$ 68.843,58	\$101.557,23	\$149.382,41	\$219.096,94
(+)Dep. y Amort.		\$108.458,30	\$108.458,30	\$108.458,30	\$108.458,30	\$108.458,30
Utilidad Bruta		\$146.643,90	\$177.301,88	\$210.015,53	\$257.840,71	\$327.555,24
Participación Trabajadores		\$ 6.042,84	\$ 10.626,54	\$ 15.533,58	\$ 22.707,36	\$ 33.164,54
Impuesto Renta		\$ 8.560,59	\$ 15.054,26	\$ 22.005,91	\$ 32.168,76	\$ 46.983,10
Inv. Activos Corrientes	\$-486.570,00					
Inv. Activos no corrientes	\$ -20.950,00					
(-) Pago de Capital		\$ 74.061,92	\$ 81.290,36	\$ 89.224,30	\$ 97.932,60	\$107.490,82
(+) Préstamo	\$ 450.000,00					
(+) Valor de desecho						\$312.500,00
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ -57.520,00	\$ 57.978,55	\$ 70.330,72	\$ 83.251,74	\$105.031,99	\$452.416,78

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

El flujo de caja proyectado es a cinco años, esto con la finalidad de visualizar el impacto financiero que tiene el préstamo en la rentabilidad de la empresa; por otro lado, la necesidad de establecer el flujo de caja proyectado es la de saber la viabilidad financiera de la empresa mediante indicadores como el VAN, TIR, Periodo de recuperación y pérdida y relación costo beneficio; con esto se está cumpliendo con uno de los objetivos específicos dispuesto dentro del presente trabajo de titulación e investigación.

4.11.2 Calculo CAPM

Este indicador muestra la viabilidad financiera y de inversión del proyecto considerando variables macroeconómicas como la tasa referencial de descuento, es riesgo país y la sensibilidad financiera del mercado; dando un panorama mucho más claro de decisión de inversión dentro del proyecto.

Tabla 29 Calculo CAPM

Riesgo país	0,838 %
Beta	5.3 %
Tasa Paiva	5,51 5
CAPM	5,75 %

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

4.11.3. Indicadores Financieros

Tabla 30 Indicadores financiero

FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ -57.520,00	\$ 57.978,55	\$ 70.330,72	\$ 83.251,74	\$105.031,99	\$452.416,78
-------------------------------	----------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

VAN	\$ 556,665.01
TIR	127 %
Periodo de Recuperación y pérdida	0,09 * 12 = 1,08 meses
Relación Costo Beneficio	\$ 10.68

Elaborado por: Haro & Saltos (2022).

El cálculo del Valor actual neto nos da positivo; esto quiere decir que la decisión de inversión dentro del presente proyecto es viable; el periodo de recuperación y pérdida estimada de la inversión está calculado para dentro de 1 año y 8 meses, lo que refleja el porcentaje de la tasa interna de retorno de un 127% de positivismo de recuperación de la inversión; por otro lado, la relación costo beneficio nos arroja el resultado de \$ 10.68; lo que significa que por cada dólar de inversión el proyecto tendrá esa cantidad de ganancia; para concluir los diferentes indicadores reflejan una aceptación viable del presente proyecto.

CONCLUSIONES

Las bases teóricas abordadas dentro del presente estudio sirvieron como guía y referencia para establecer el óptimo sistema organizacional que demanda una planeación de negocio de creación de una empresa de transporte de carga pesada.

Mediante las diferentes técnicas e instrumentos implementados dentro del presente estudio se pudo determinar cómo y de qué manera opera la competencia con el objetivo de conocer sus estrategias de mercado y publicidad; esto arrojó datos importantes y de gran pertinencia para la elaboración de las estrategias de marketing Mix planteadas dentro del último capítulo.

El diseño organizacional elaborado dentro del presente estudio estableció los parámetros aptitudes para el posterior reclutamiento de personal; también dentro del mismo se pudo determinar la estructura funcional de la empresa de transporte junto con las competencias dentro de cada área de trabajo.

La evaluación financiera elaborada dentro del presente estudio mostró resultados favorables de inversión del negocio con resultados proyectados positivos que establecen un panorama de crecimiento y expansión del negocio a mediano plazo.

RECOMENDACIONES

Acorde el crecimiento y la puesta en marcha de economías de escala que se ve reflejada dentro de los estados financieros, la empresa debe realizar una planeación financiera con proyecciones mayores a cinco años; esto con el objetivo de identificar la viabilidad financiera para adquirir más vehículos y maquinarias que permitan a la empresa extender mucho más sus operaciones dentro y fuera del territorio nacional.

La fijación de precios del servicio de transporte de carga pesada es un tema interno de alta gerencia; sin embargo, se debe realizar una estimación a manera de ensayo para determinar cuál es el impacto financiero que tiene la empresa al establecer su política de precios del transporte de carga pesada dentro y fuera de la ciudad tomando como referencia la trayectoria en cada viaje.

El tema de los subsidios a los combustibles siempre va a ser un tema polémico para del macro entorno de cualquier empresa; por esto, la empresa debe establecer planes contables y financieros que servirán de contingencia ante una nueva disposición por parte del gobierno en materia de liberación de precios a combustibles.

Los indicadores que se determinaron mediante la evaluación financiera ejecutada dentro del presente estudio fueron positivos, reflejando la aceptación del proyecto; no obstante, la alta gerencia debe tomar en cuenta este punto como pauta para establecer nuevos planes financieros de inversión nacional e internacional en mercados accionarios; esto con la finalidad de generar nuevos recursos financieros para la empresa que harán posible su crecimiento y expansión a nivel nacional e internacional.

Bibliografía

- martaminarorey*. (2020). Obtenido de Plan de marketing: qué es y cómo hacer uno paso a paso: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>
- AGENCIA NACIONAL DE TRANSITO. (20 de 10 de 2021). *gob.ecu*. Obtenido de <https://www.gob.ec/ant/tramites/emision-informe-previo-constitucion-juridica-companias-transporte-carga-pesada>
- Alejandro Acevedo Ibáñez, A. F. (2004). *El proceso de la entrevista: conceptos y modelos*. Mexico D.F.: Acevedo y Asociados.
- Alva, K. W. (2016). *Universidad Privada del Norte* . Obtenido de Repositorio Digital: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9800/Lude%c3%b1a%20Alva%20Kevin%20Walter%20-%20Salazar%20Reyes%20Khara%20Stefanie.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barreta, M. R. (2018). *Milagros Ruiz Barreta* . Obtenido de MEF E Y MEF I HERRAMIENTAS PARA UN ANALISIS ESTRATEGICO : <https://milagrosruizbarroeta.com/mefe-y-mefi-herramientas-para-analisis-estrategico/>
- Barrios, A. Z. (2015). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. España: Universidad Católica Andrés Bello.
- Briceño, E. O. (enero de 2017). *UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA*. Obtenido de Repositorio digital : https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/10457/5/2017_PlanNegocio-Creaci%C3%B3n-Empresa.pdf
- Córdoba, F. G. (2005). *El cuestionario: recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. Cordova: Editorial Limusa.
- Daniel Martínez Pedrós, A. M. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Ediciones Díaz.
- Dressel, G. (1976). *Organización de la empresa constructora*. Barcelona : Editores técnicos asociados s.a.
- DW. (23 de Octubre de 2021). *DW*. Obtenido de Made for Minds: <https://www.dw.com/es/crece-descontento-en-ecuador-por-alza-de-precios-de-combustibles/a-59602683>
- Ekos. (septiembre de 4 de 2018). *ekosnegocios*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/transporte-de-carga-pesada-un-aliado-estrategico-en-los-servicios-de-logistica>
- F. N. (14 de noviembre de 2016). *fenatrape*. Obtenido de <https://www.fenatrape.org/>
- García, A. E. (2013). *Estrategias empresariales: Una visión holística*. Bogotá : Bilineata Publishing.
- Intriago, A. (2019). *Publicayo*. Obtenido de <https://www.publicayo.com/soluciones-logisticas/>
- Maravillas Díaz Gómez, B. G. (2010). *Música. Investigación, innovación y buenas prácticas*. Barcelona : Grao.
- Maroto, J. C. (1 de Agosto de 2007). *Estrategia. De la visión a la acción*. Obtenido de Estrategia. De la visión a la acción.:

https://books.google.com.ec/books?id=8_PwloGOa6QC&pg=PA74&dq=analisis+peste&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjUub6p47T1AhXISzABHTMBDrSQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=analisis%20peste&f=false

- Mogollon, M. (13 de Marzo de 2017). *Buen Viaje*. Obtenido de <https://revistabuenviaje.mas.ec/temas-propios-del-transporte-pesado/>
- Mora, I. (2016). *calameo*. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/000667718b39d400317c2>
- Moreira. (2018). *Universidad Internacional SEK*. Obtenido de Repositorio digital : <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/2739/1/TESIS%20FINAL.pdf>
- Pardinas, F. (1989). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Mexico D.F.: Siglo XXI.
- Perèz, A. (24 de Marzo de 2017). *vuelaviajes.com*. Obtenido de Vuela Viajes: <https://www.vuelaviajes.com/las-ciudades-mas-importantes-de-ecuador/>
- Pilar Cibrán Ferraz, C. P. (2013). *Planificación Financiera* . ESIC.
- REVISTALIDERES. (7 de 08 de 2021). *revistalideres.ec*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/transporte-carga-logistica-delinean-estrategias.html>
- Robayo, E. J. (Septiembre de 2016). *UNIANDÉS*. Obtenido de Repositorio Institucional : <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/4761/1/TUPADM0011-2016.pdf>
- RODRIGUEZ, A. G. (2019). *UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON MEXICO* . Obtenido de REPOSITORIO DIGITAL : <http://eprints.uanl.mx/17879/1/1080288737.pdf>
- Salazar, H. Z. (2005). *Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*. Bogota : U. Cooperativa de Colombia.
- Salto, J. (2020). *MARKETING MIX*. Obtenido de MARKETING MIX: <https://economipedia.com/definiciones/marketing-mix.html>
- SATIAN, M. P. (2016). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de Repositorio digital : <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10234/1/T-UC-0003-AE038-2016.pdf>
- Schnaars, S. P. (1993). *Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor*. Ediciones Díaz de Santos.
- Shum, Y. M. (Febrero de 2018). *Yi Min Shum*. Obtenido de Matriz EFI y EFE : <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-internos-mefi/>
- Torres. (2019). *Tipos de Fichas*. Obtenido de Tipos de Fichas : [https://tiposdefichas.com/ficha-de-observacion/#:~:text=juicio%20de%20expertos\)-,Qu%C3%A9%20es%20una%20ficha%20de%20observaci%C3%B3n,que%20es%20objeto%20de%20estudio.](https://tiposdefichas.com/ficha-de-observacion/#:~:text=juicio%20de%20expertos)-,Qu%C3%A9%20es%20una%20ficha%20de%20observaci%C3%B3n,que%20es%20objeto%20de%20estudio.)
- Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Antioquia : Pearson Educación.
- TRIVIÑO, . H. (2016). *UNIVERSIDA DE GUAYAQUIL* . Obtenido de REPOSITORIO DIGITAL : <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15730/1/TRABAJO%20DE%20TITULACI%20ING%20HUGO%20FARFAN%20T..pdf>

Trujillo, R. R. (2018). *Planificacion Estrategica* . Mexico: Club de Autores .

VERA, G. E. (2017). *ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ* . Obtenido de REPOSITORIO DIGITAL :
<https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/717/1/TAE103.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1 Modelo de encuesta a clientes que usan el servicio de transporte de carga pesada

1. ¿Con que frecuencia usted contrata los servicios de transporte de carga pesada?

Siempre	Frecuentemente	Regularmente	Ocasionalmente	Nunca
---------	----------------	--------------	----------------	-------

2. A la hora de elegir un tipo de transporte. ¿Cuál es el factor determinante para usted?

Disponibilidad de vehículos	Buen precio	Seguridad	Vehículos nuevos	Otro
-----------------------------	-------------	-----------	------------------	------

3. ¿Cuál es el motivo por el cual usted contrata un servicio de transporte de carga pesada?

Distribución	Almacenaje	Abastecimiento	Otro
--------------	------------	----------------	------

4. ¿Está usted de acuerdo que la fijación de precios del transporte de carga se lo haga en base al peso de la mercadería a transportar?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	----------	---------------	--------------------------

5. ¿Está usted de acuerdo que la fijación de precios del transporte de carga se lo haga en base a la trayectoria por recorrer del vehículo?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	----------	---------------	--------------------------

6. ¿Le gustaría que la empresa ofrezca servicios de transporte de carga hacia otros territorios internacionales?

Si	No
----	----

7. ¿Le gustaría que el monitoreo de la carga transportada también esté a disposición suya mediante aplicación móvil desde el momento de contratar nuestro servicio hasta su llegada de destino?

Si	No
----	----

8. ¿Está usted de acuerdo que debido a la actual y futura volatilidad que existe sobre el precio de los combustibles afecte de manera directa en el precio del servicio de transporte pesado?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
------------------------------	-------------------	-----------------	----------------------	---------------------------------

Anexo 2 Modelo de encuestas al gerente de la empresa

- 1.- ¿Considera usted que posee los conocimientos necesarios para estar a la vanguardia en las constantes actualizaciones de organización estructural del negocio?**
- 2.- ¿Cómo ha sido el rendimiento de su empresa durante estos últimos 5 años?**
- 3.- ¿La idea de reorganizar estructuralmente la empresa mediante un plan de idea de negocios para la misma es factible para usted?**
- 4.- ¿La empresa ha presentado en estos últimos años problemas de obsolescencia dentro del manejo y transporte de mercancías?**
- 5.- Considera usted que se puede mejorar el servicio de transporte de carga pesada con la finalidad de generar más rentabilidad a la empresa y atraer nuevos clientes potenciales?**
- 6.- ¿Cuál es su visión acerca del panorama a futuro de la empresa teniendo en cuenta la inestabilidad económica y política que por historia atraviesa el país en el tema de los combustibles?**
- 7.- ¿Ve viable la internacionalización de la empresa?**

ANEXO 3 Evidencia de la entrevista al gerente de la empresa y las instalaciones de la empresa











