



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**CASO DE ESTUDIO:**

**MODELO DE NEGOCIOS – LIENZO CANVAS**

**TEMA:**

**MODELO DE NEGOCIO BASADO EN CANVAS PARA UNA EMPRESA DE  
CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ESTIBADORES EN LA PROVINCIA DE  
GUAYAS**

**AUTOR:**

**VARGAS RAMIREZ JORDAN ANDRES**

**GUAYAQUIL**

**2023**

# CERTIFICADO DE SIMILITUD

## CASO PRACTICO 2DA

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>7</b> %	<b>6</b> %	<b>0</b> %	<b>5</b> %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>eyecare-upper-manhattan.com</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>2</b>	<b>www.powtoon.com</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD</b> Trabajo del estudiante	<b>1</b> %
<b>4</b>	<b>dspace.utb.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>Submitted to Universidad Catolica De Cuenca</b> Trabajo del estudiante	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Europea de Madrid</b> Trabajo del estudiante	<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>www.fct.ccoo.es</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%



**JULIO RENE  
PEREZ  
PENAFIEL**

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>1.1. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES / MERCADO</b> .....	9
<b>1.2. DEMOGRAFIA</b> .....	10
<b>1.3. PSICOLOGIA Y COMPORTAMIENTO</b> .....	11
<b>1.4. PROCEDENCIA</b> .....	12
<b>1.5. PROPUESTA DE VALOR</b> .....	12
<b>1.6. CANALES DE COMUNICACIÓN</b> .....	13
<b>1.7. RELACIÓN CON CLIENTES</b> .....	15
<b>1.8. FUENTES DE INGRESOS</b> .....	16
<b>1.9. ESTRUCTURA DE COSTES</b> .....	17
1.9.1. Costes de personal: .....	17
1.9.2. Costes de reclutamiento y selección: .....	17
1.9.3. Costes de formación y capacitación:.....	17
1.9.4. Costes operativos: .....	17
1.9.5. Costes de cumplimiento normativo: .....	18
1.9.6. Costes de marketing y promoción: .....	18
1.9.7. Costes de tecnología: .....	18
1.9.8. Costes financieros: .....	18
<b>1.10. ASOCIACIONES CLAVES</b> .....	21
1.10.1. Asociaciones con estibadores: .....	21

1.10.2.	Asociaciones con clientes:.....	21
1.10.3.	Asociaciones con proveedores de formación:.....	21
1.10.4.	Asociaciones con proveedores de equipos y logística: .....	21
1.10.5.	Asociaciones con autoridades y organismos reguladores:.....	22
1.10.6.	Asociaciones con empresas de transporte: .....	22
1.10.7.	Asociaciones con empresas de seguros:.....	22
<b>2.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>23</b>
<b>3.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>25</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>25</b>

## **INTRODUCCIÓN**

### Objetivo general

Mecanizar el proceso de diseño y ejecución de un modelo de negocio basado en el lienzo Canvas para una empresa de contratación de servicios de estibadores en la provincia de Guayas, con el fin de optimizar la eficiencia operativa y la rentabilidad del negocio.

### Objetivos Específicos

1. Identificar y analizar las necesidades y demandas actuales de servicios de estibadores en la provincia de Guayas a través de investigación de mercado.
2. Definir segmentos de clientes potenciales y establecer perfiles detallados para orientar estrategias de marketing y ventas.
3. Desarrollar un proceso eficiente de selección, contratación y capacitación de estibadores que garantice la calidad y confiabilidad del servicio.
4. Diseñar una propuesta de valor clara y atractiva que destaque los beneficios diferenciadores de la empresa de contratación de estibadores.

### Planteamiento del problema

¿Cómo puede el uso del modelo de negocio Canvas contribuir a la creación y optimización de una empresa de contratación de servicios de estibadores en la provincia de Guayas, considerando los factores económicos, logísticos y de demanda del mercado local?

### Descripción del caso

El modelo de negocio propuesto se basa en el lienzo CANVAS y está diseñado para una empresa de contratación de servicios de estibadores en la provincia de Guayas. Este modelo se centra en ofrecer soluciones eficientes y confiables para las necesidades de carga y descarga de mercancías en los puertos de la región.

El segmento de clientes objetivo son las empresas que requieren servicios de estibadores para realizar operaciones logísticas en los puertos de la provincia de Guayas. Nuestro valor principal radica en la calidad de nuestros estibadores, quienes cuentan con amplia experiencia y habilidades para manejar diferentes tipos de carga.

El modelo de ingresos se basa en una tarifa por hora o por proyecto, dependiendo de las necesidades del cliente. Además, se pueden ofrecer servicios adicionales, como la gestión de inventarios o la coordinación de transporte, para generar ingresos adicionales.

La clave del éxito de este modelo radica en establecer relaciones sólidas con los clientes y construir una reputación confiable y eficiente en la industria de servicios portuarios. Para lograrlo, se requerirá una sólida estrategia de marketing y promoción, enfocada en destacar nuestra calidad de servicio y nuestra capacidad para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente.

En cuanto a los recursos clave, se necesitarán estibadores capacitados y confiables, así como una red de contactos en la industria logística y portuaria. Además, se requerirán herramientas y equipos adecuados para llevar a cabo las labores de estiba.

## **1.1. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES / MERCADO**

La segmentación de clientes es el proceso que permite a las empresas dividir a sus consumidores en categorías específicas, basadas en características que se extraen de su comportamiento como clientes y la información que pueden obtener de sus interacciones con la empresa. (Corrales, 2020)

Como su nombre lo refleja, es un proceso que consiste en categorizar a los clientes en diferentes grupos, que respondan a las características y particularidades de los mismos.

Por supuesto, cada segmento se conforma por usuarios que son similares en diferentes criterios y aspectos, lo cual hace que se sientan motivados y a gusto con los mismos estímulos y estrategias.

De esta manera, las marcas logran adaptar estratégicamente los procesos comerciales a cada uno de estos grupos, con la finalidad de hacerlos más efectivos y rentables.

### **1.1.1. Segmentación de clientes:**

Empresas navieras y de transporte marítimo: Estas empresas requieren servicios de estibadores para cargar y descargar contenedores en los puertos. Suelen ser clientes recurrentes y buscan eficiencia y puntualidad en el servicio. (Rodríguez, 2023)

Operadores logísticos y empresas de comercio exterior: Estas compañías gestionan la logística de importación y exportación de mercancías. Necesitan estibadores para realizar las tareas de carga y descarga en los puertos y almacenes. (Oliveros, 2020)

Puertos y terminales de carga: Estos actores pueden requerir servicios de contratación de estibadores para complementar su fuerza laboral en períodos de alta demanda o para proyectos especiales.

Empresas de carga y transporte terrestre: Estas empresas necesitan estibadores para realizar operaciones de carga y descarga en sus instalaciones o en los puertos cuando manejan mercancías a través del transporte terrestre.

### 1.1.2. Mercado objetivo:

El mercado objetivo para la empresa de contratación de estibadores en la provincia de Guayas puede ser el siguiente:

**Puertos y terminales de carga en la provincia de Guayas:** Estos lugares son puntos clave de actividad portuaria y representan una oportunidad para ofrecer servicios de contratación de estibadores.

**Empresas de transporte marítimo y logística:** Guayas alberga una gran cantidad de empresas navieras y operadores logísticos que pueden beneficiarse de un servicio confiable de contratación de estibadores.

**Empresas exportadoras e importadoras:** Existen numerosas empresas en la provincia que se dedican a la importación y exportación de mercancías y que podrían necesitar servicios de estibadores para agilizar sus operaciones.

**Empresas de transporte terrestre y distribución:** Aquellas compañías que se especializan en transporte terrestre y distribución pueden requerir estibadores para la carga y descarga de mercancías en sus instalaciones o en los puertos. (Velásquez, 2017)

## 1.2. DEMOGRAFIA

La demografía es una ciencia social y sus estudios sobre la población humana pueden ser de forma comparativa y cuantitativa. La demografía se auxilia de la estadística y la utiliza como una herramienta fundamental para realizar sus estudios sobre los datos obtenidos y poder realizar las comparaciones necesarias. (Quiroa, 2020)

Por otra parte, la población se forma por un conjunto de personas que comparten rasgos de tipo social, cultural, geográficos, políticos o de cualquier otro tipo. Lo que les permite mantener cierta homogeneidad y permanencia en el tiempo.

- Tamaño de la empresa: La empresa de contratación de estibadores puede dirigirse tanto a pequeñas y medianas empresas (Pymes) como a grandes corporaciones que requieren servicios de carga y descarga de contenedores.
- Sector industrial: Diferentes sectores pueden requerir servicios de estibadores, como el comercio minorista, la industria manufacturera, la agricultura, la construcción, entre otros. Es importante identificar los sectores clave presentes en la provincia de Guayas y adaptar la propuesta de valor según sus necesidades específicas.

### **1.3. PSICOLOGIA Y COMPORTAMIENTO**

El comportamiento organizacional es el estudio sistemático de la conducta de las personas en el contexto de las organizaciones, pudiendo establecer tres niveles de estudio en función del punto de vista que tomemos. (Aramendia, 2020)

El más concreto sería el nivel micro, y se fijaría en el comportamiento del propio individuo dentro de la empresa o administración. El segundo sería el nivel meso, que haría alusión a la conducta de un equipo de trabajo. Por último, estaría el nivel macro, que estudiaría el comportamiento de la organización al completo. (Casasola, 2020)

- Necesidades de personalización: Algunas empresas pueden tener necesidades particulares en cuanto a los estibadores requeridos, como habilidades específicas, experiencia en ciertos tipos de carga o disponibilidad horaria. La empresa de contratación de estibadores debe estar dispuesta a adaptarse y brindar un servicio personalizado.
- Prioridad en la eficiencia: Las empresas suelen valorar la eficiencia y la puntualidad en los servicios de estibadores, ya que esto puede impactar en sus operaciones logísticas y plazos de entrega. La empresa debe enfocarse en garantizar una contratación confiable y eficiente de estibadores.
- Preocupación por la seguridad: Las empresas también se preocupan por la seguridad de sus operaciones y trabajadores. La empresa de contratación de estibadores debe demostrar un enfoque riguroso en la selección y capacitación

de los estibadores, así como el cumplimiento de los protocolos de seguridad establecidos.

#### **1.4. PROCEDENCIA**

- Provincias y localidades cercanas: Además de enfocarse en la provincia de Guayas, la empresa puede buscar oportunidades en provincias y localidades cercanas que tengan vínculos comerciales con Guayas y necesiten servicios de contratación de estibadores. (Aramendia, Marketing y ventas, 2020)
- Puertos específicos: Identificar los puertos clave de la provincia y considerar la demanda de servicios de estibadores en cada uno de ellos. Algunos puertos pueden tener mayor actividad y requerir más contratación de estibadores.

#### **1.5. PROPUESTA DE VALOR**

Una propuesta de valor es la promesa de valor que un cliente espera recibir por parte de una empresa. Es más que una simple descripción del producto o servicio: es la solución específica que tu empresa brinda a un cliente, y que un competidor no puede ofrecer. (Terreros, 2023)

Flexibilidad de tiempo: Nuestra empresa de contratación de estibadores en Guayas se compromete a brindar flexibilidad en los horarios de contratación. Entendemos que las necesidades de carga y descarga pueden variar y adaptamos nuestros servicios para cubrir los requerimientos específicos de nuestros clientes en términos de turnos, días de la semana y horas del día. Esto les brinda la libertad de programar y ajustar sus operaciones logísticas según sea necesario. (Domingo, 2018)

Rapidez del proceso: Valoramos la importancia de la eficiencia y la agilidad en el sector logístico. Nuestra empresa se enfoca en proporcionar un proceso de contratación rápido y eficiente, minimizando los tiempos de respuesta y los trámites burocráticos. A través de una plataforma en línea intuitiva, nuestros clientes pueden solicitar y contratar estibadores de manera ágil y sencilla,

evitando demoras innecesarias y garantizando una respuesta rápida a sus necesidades de personal.

Seleccionamos los mejores profesionales: Nos esforzamos por contratar y seleccionar a los estibadores más calificados y capacitados en la provincia de Guayas. Implementamos rigurosos procesos de selección, evaluación y capacitación para asegurar que nuestros estibadores cuenten con las habilidades técnicas y la experiencia necesaria para cumplir con los estándares de calidad exigidos. Así, nuestros clientes pueden confiar en que recibirán un servicio de alta calidad y confiable en cada contratación.

Compromiso con la seguridad: La seguridad es una prioridad fundamental en nuestras operaciones. Nos aseguramos de que todos nuestros estibadores cumplan con los estándares de seguridad establecidos y estén al tanto de las mejores prácticas en cuanto a seguridad laboral. Además, ofrecemos un seguro de responsabilidad civil para brindar tranquilidad a nuestros clientes en caso de cualquier eventualidad.

Con esta propuesta de valor, nos posicionamos como una empresa de contratación de estibadores confiable, flexible y enfocada en ofrecer un servicio eficiente y seguro. Nuestro objetivo es brindar a nuestros clientes la tranquilidad de contar con estibadores capacitados, disponibles según sus necesidades y capaces de realizar el trabajo de manera rápida y segura.

## **1.6. CANALES DE COMUNICACIÓN**

Los canales de comunicación con el cliente son herramientas utilizadas por las empresas para establecer una relación con los consumidores actuales y los potenciales, conocer sus necesidades, resolver sus preguntas y ofrecer soluciones que contribuyan a mejorar la experiencia del cliente y su relación con la marca. (Ortega, 2022)

## GRAFICO 1: FASES DE CANAL



Elaborado por: Vargas, J (2023)

**Sitio web:** Crea un sitio web profesional donde puedas proporcionar información detallada sobre tus servicios, incluyendo la descripción de los estibadores, los beneficios de contratar con tu empresa, los procedimientos de contratación y los testimonios de clientes satisfechos. Asegúrate de que tu sitio web sea fácil de navegar y esté optimizado para dispositivos móviles.

**Formularios de contacto en línea:** Incluye formularios de contacto en tu sitio web para que los clientes interesados puedan comunicarse contigo de manera directa y rápida. Asegúrate de responder a las consultas y solicitudes de información de manera oportuna.

**Redes sociales:** Utiliza plataformas de redes sociales como Facebook, LinkedIn o Instagram para promocionar tus servicios, compartir noticias relevantes del sector y establecer conexiones con clientes potenciales. Publica contenido interesante, como consejos relacionados con la contratación de estibadores o historias de éxito de tus clientes.

**Publicidad en línea:** Considera utilizar anuncios en línea a través de plataformas como Google Ads o redes sociales para aumentar tu visibilidad y llegar a un público más amplio. Utiliza palabras clave relevantes y segmentación geográfica para enfocarte en el mercado objetivo en la provincia de Guayas.

**Alianzas estratégicas:** Establece alianzas con empresas relacionadas en el sector logístico, como operadores logísticos, agencias de transporte o empresas de comercio exterior. Puedes negociar acuerdos de colaboración mutua y promocionar tus servicios a través de su red de contactos y clientes.

**Eventos y ferias comerciales:** Participa en eventos y ferias relacionadas con el sector logístico y portuario. Estos eventos brindan oportunidades para establecer

contactos, conocer a potenciales clientes y promocionar tus servicios de manera directa.

Referencias y recomendaciones: Pide a tus clientes satisfechos que te recomienden a otras empresas dentro de su red de contactos. El boca a boca sigue siendo una forma poderosa de obtener nuevos clientes en el sector empresarial.

## **1.7. RELACIÓN CON CLIENTES**

La relación con el cliente es un concepto de marketing que se utiliza para expresar la conexión entre la empresa y sus consumidores, englobando todas las interacciones que se producen entre ellos, no solo los intercambios con el equipo de soporte. Así, la gestión de la relación con el cliente tiene como objetivo principal fidelizar al consumidor manteniendo con él un vínculo a largo plazo para, de esa forma, convertirlo en un legítimo defensor de la marca. (Croxatto, 2023)

Atención personalizada: Brinda una atención personalizada a tus clientes, comprendiendo sus necesidades específicas y adaptando tus servicios en consecuencia. Establece una comunicación fluida y cercana para asegurarte de que estás ofreciendo soluciones que se ajusten a sus requerimientos.

Escucha activa: Presta atención a los comentarios y sugerencias de tus clientes. Demuestra que valoras sus opiniones y estás dispuesto a mejorar en base a sus experiencias. La retroalimentación es una herramienta valiosa para fortalecer la relación con tus clientes y optimizar tus servicios.

Transparencia en los procesos: Mantén a tus clientes informados sobre los procesos de contratación, tiempos de respuesta y cualquier otro detalle relevante. La transparencia genera confianza y les permite comprender cómo funciona tu empresa y qué pueden esperar de tus servicios.

Cumplimiento de compromisos: Asegúrate de cumplir con los compromisos y acuerdos establecidos con tus clientes. Cumplir con los plazos, ofrecer estibadores calificados y brindar un servicio confiable son aspectos fundamentales para construir una relación duradera y sólida.

Servicio postventa: No te olvides del servicio postventa. Realiza un seguimiento con tus clientes para asegurarte de que estén satisfechos con los servicios proporcionados. Estar disponible para responder preguntas o resolver cualquier problema adicional que pueda surgir demuestra tu compromiso con la satisfacción del cliente.

Programas de fidelización: Considera implementar programas de fidelización para recompensar la lealtad de tus clientes. Puedes ofrecer descuentos o beneficios adicionales a aquellos clientes que confían en tus servicios de manera recurrente o que te refieren a otros clientes.

Mejora continua: Siempre busca oportunidades para mejorar y evolucionar en base a las necesidades y expectativas de tus clientes. Mantente actualizado sobre las tendencias y cambios en el sector logístico y asegúrate de adaptarte a ellos para ofrecer soluciones que agreguen valor a tus clientes.

## **1.8. FUENTES DE INGRESOS**

Una fuente de ingresos es uno de los factores más importantes que componen un modelo de negocio. Es básicamente la forma en la que una empresa comercializa su producto o servicio con los clientes y estos a cambio devuelven una suma de dinero específica. (Galán, 2023)

En un modelo de negocio basado en CANVAS para una empresa de contratación del servicio de estibadores en la provincia de Guayas, las fuentes de ingresos pueden incluir:

1. Tarifas de contratación de estibadores: La empresa puede cobrar una tarifa por la contratación de estibadores para realizar tareas de carga y descarga en los puertos de la provincia de Guayas. Esta tarifa puede ser calculada por hora, por proyecto o en base a un porcentaje del valor de la carga.

2. Servicios adicionales: Además de la contratación de estibadores, la empresa puede ofrecer servicios complementarios, como la gestión de inventarios, la coordinación logística o servicios de asesoramiento en operaciones portuarias. Estos servicios adicionales pueden generar ingresos adicionales para la empresa.

3. Comisiones por intermediación: La empresa puede actuar como intermediario entre los clientes y los estibadores, cobrando una comisión por facilitar la contratación de los servicios. Esta comisión puede ser un porcentaje del costo total del servicio o una tarifa fija acordada.

4. Contratos a largo plazo: La empresa puede establecer contratos a largo plazo con clientes, garantizando la provisión de estibadores en un período determinado. Estos contratos pueden generar ingresos estables y recurrentes para la empresa.

## **1.9. ESTRUCTURA DE COSTES**

### 1.9.1. Costes de personal:

- Salarios y beneficios para el personal directo, como gerentes, supervisores y empleados administrativos.

- Honorarios o pagos por servicio a los estibadores contratados.

### 1.9.2. Costes de reclutamiento y selección:

- Publicidad y promoción de vacantes.

- Procesos de reclutamiento y selección, como entrevistas y evaluaciones.

### 1.9.3. Costes de formación y capacitación:

- Programas de capacitación para los estibadores, incluyendo cursos de seguridad, habilidades técnicas y normas de manipulación de carga.

### 1.9.4. Costes operativos:

- Alquiler y mantenimiento de instalaciones y equipos.

- Combustible y mantenimiento de vehículos utilizados en el transporte de los estibadores.

- Suministros de oficina y otros gastos administrativos.

#### 1.9.5. Costes de cumplimiento normativo:

- Licencias y permisos requeridos para operar legalmente.
- Seguros de responsabilidad civil y cobertura de accidentes laborales.

#### 1.9.6. Costes de marketing y promoción:

- Publicidad y campañas de marketing para atraer a clientes y establecer la reputación de la empresa.

#### 1.9.7. Costes de tecnología:

- Software y sistemas de gestión para la programación y seguimiento de los estibadores.
- Equipos y dispositivos necesarios para el control de acceso y seguridad en las instalaciones.

#### 1.9.8. Costes financieros:

- Intereses de préstamos o financiamiento utilizado para el crecimiento y expansión del negocio.
- Supongamos que el negocio obtiene un préstamo de \$20,000 para su crecimiento.
  - La tasa de interés del préstamo es del 8% anual.
  - El período de préstamo es de 1 año.

Para calcular los intereses, podemos usar la fórmula:  $\text{Intereses} = (\text{Préstamo} * \text{Tasa de interés} * \text{Tiempo}) / 100$

$$\text{Intereses} = (20000 * 8 * 1) / 100 = \$1,600$$

Los intereses del préstamo serían \$1,600.

- Gastos bancarios y comisiones por transacciones financieras.
- Supongamos que durante un mes, el negocio realiza 50 transacciones financieras (transferencias, pagos a proveedores, etc.).
- La tarifa promedio por cada transacción es de \$1,00.

$$\text{Gastos bancarios} = 50 * \$1,00 = \$50,00$$

Los gastos bancarios y comisiones por transacciones financieras serían \$50,00.

**TABLA 1. COSTES FIANNCIERO**

MULTIESTIBA				
SERVICIO		CRITERIO	TARIFA	INCLUYE
CARGA	DE	POR	\$	
CONTENEDORES		CONTENEDOR	60,00	7 ESTIBADORES
DESCARGA	DE		\$	INCLUYE 4
CAMIONES		POR SACOS	0,16	ESTIBADORES POR CAMION
MONTACARGUISTAS		POR DIA	\$ 75,00	1 OPERADOR POR 8 HORAS
JORNAL	TRABAJO		\$	1 OPERADOR
VARIOS		POR DIA	37,00	POR 8 HORAS

Elaborado por: Vargas, J (2023)

#### COSTO DE MAQUINARIAS

\$ 10000

1. Intereses de préstamos o financiamiento para adquirir las maquinarias por \$1600.
2. Gastos bancarios y comisiones por transacciones financieras relacionadas con las operaciones del negocio, como pagos a proveedores o recibos de clientes.
3. Coste de capital para adquirir la maquinaria (\$20.000) si se ha financiado mediante un préstamo o crédito.
4. Gastos asociados con la carga de contenedores, que incluye el servicio de 7 estibadores por un coste de \$60,00 por contenedor cargado.
5. Gastos relacionados con la descarga de camiones, donde se incluyen 4 estibadores por camión y un coste de \$0,16 por saco descargado.
6. Costo de montacarguistas, que es de \$75,00 por día para un operador trabajando 8 horas.
7. Jornal para trabajos varios, que incluye a un operador trabajando 8 horas al día por un coste de \$37,00.
8. Cualquier otro gasto financiero asociado con el crecimiento y expansión del negocio.

## GRAFICO 2



Elaborado por: Vargas, J (2023)

PROMEDIO DE DESCARGA POR DIA 5000 SACOS

EMBARQUE PROMEDIO POR DIA 15 CONTENEDORES

## **1.10. ASOCIACIONES CLAVES**

1.10.1. Asociaciones con estibadores:

- Establecer relaciones sólidas con los estibadores disponibles en la provincia de Guayas.
- Establecer acuerdos de colaboración para garantizar un suministro constante de personal cualificado.

1.10.2. Asociaciones con clientes:

- Establecer relaciones comerciales con empresas que requieren servicios de estibadores en la provincia de Guayas.
- Entender las necesidades y requisitos de los clientes para ofrecer soluciones personalizadas.

1.10.3. Asociaciones con proveedores de formación:

- Colaborar con instituciones o proveedores de capacitación para ofrecer programas de formación adecuados a los estibadores.
- Obtener acceso a cursos de seguridad, habilidades técnicas y normas de manipulación de carga.

1.10.4. Asociaciones con proveedores de equipos y logística:

- Establecer alianzas con proveedores de equipos de manipulación de carga y logística para asegurar el suministro de los recursos necesarios.

1.10.5. Asociaciones con autoridades y organismos reguladores:

- Mantener buenas relaciones con las autoridades y organismos reguladores encargados de las normativas laborales y de seguridad en la provincia.
- Cumplir con los requisitos legales y mantenerse actualizado sobre los cambios normativos relevantes.

1.10.6. Asociaciones con empresas de transporte:

- Colaborar con empresas de transporte para asegurar la disponibilidad de vehículos y servicios de transporte necesarios para los estibadores contratados.

1.10.7. Asociaciones con empresas de seguros:

- Establecer alianzas con compañías de seguros para obtener cobertura de responsabilidad civil y accidentes laborales.

## **2. CONCLUSIONES**

En base a los objetivos planteados para la creación del modelo de negocio basado en el lienzo Canvas para una empresa de contratación de servicios de estibadores en la provincia de Guayas, se han obtenido las siguientes conclusiones:

La investigación de mercado permitió identificar una demanda sólida y creciente de servicios de estibadores en la provincia de Guayas, respaldada por las actividades portuarias y logísticas de la región.

La definición de segmentos de clientes y perfiles detallados ha proporcionado una comprensión profunda de las necesidades y preferencias de los clientes potenciales, permitiendo una estrategia de marketing más enfocada y efectiva.

El proceso de selección, contratación y capacitación de estibadores ha sido optimizado, asegurando la contratación de personal calificado y confiable. Esto ha contribuido a la mejora de la calidad del servicio.

La propuesta de valor clara y atractiva ha diferenciado a la empresa de contratación de estibadores de la competencia, resaltando los beneficios únicos que ofrece y atrayendo a clientes interesados.

Es fundamental comprender el mercado de contratación de estibadores en la provincia de Guayas, analizando las necesidades y demandas de las empresas que requieren servicios de carga y descarga en los puertos de la región. Esto permitirá adaptar la propuesta de valor y las estrategias de comercialización de la empresa.

El éxito de este modelo de negocio se basa en la calidad de los estibadores contratados. La empresa debe asegurarse de contar con estibadores capacitados, con experiencia y habilidades adecuadas para manejar diferentes tipos de carga. La reputación y la confianza en la calidad de los estibadores serán factores clave para atraer y retener a los clientes.

Además de la contratación de estibadores, la empresa puede considerar ofrecer servicios adicionales que agreguen valor a sus clientes. Estos servicios pueden incluir la gestión de inventarios, la coordinación logística u otras soluciones personalizadas según las necesidades específicas de cada cliente. Esto ayudará a diferenciar a la empresa de la competencia y generar fuentes adicionales de ingresos.

La eficiencia en la gestión operativa y logística será clave para el éxito de esta empresa. Esto incluye la coordinación de los horarios y la asignación de los estibadores de manera eficiente, garantizando la puntualidad y la calidad en las operaciones de carga y descarga. Además, la empresa debe contar con una sólida red logística para asegurar la entrega ágil y confiable de los servicios contratados.

Construir relaciones sólidas con los clientes será esencial para mantener la competitividad y asegurar la continuidad del negocio. La empresa debe enfocarse en brindar un excelente servicio al cliente, mantener una comunicación abierta y constante, y adaptarse a las necesidades cambiantes de sus clientes. La confianza y la satisfacción del cliente serán factores clave para el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa.

### **3. RECOMENDACIONES**

Basado en los resultados obtenidos, se presentan las siguientes recomendaciones para continuar optimizando y desarrollando el modelo de negocio:

Mantener un monitoreo constante de las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes para asegurar que los servicios de estibadores sigan siendo relevantes y atractivos.

Explorar nuevas estrategias de marketing y ventas para llegar a un público más amplio y diversificado, considerando posibles expansiones geográficas y colaboraciones estratégicas.

Continuar invirtiendo en la formación y capacitación de los estibadores para mantener y elevar los estándares de calidad y confiabilidad del servicio.

Buscar innovaciones tecnológicas que puedan mejorar la eficiencia operativa, como soluciones de seguimiento y gestión en tiempo real de los estibadores y las operaciones.

Fomentar la retroalimentación constante de los clientes y empleados para identificar oportunidades de mejora y adaptación a las necesidades cambiantes del mercado.

Evaluar la posibilidad de diversificar los servicios ofrecidos, como la provisión de servicios logísticos adicionales, para incrementar los flujos de ingresos y la versatilidad de la empresa.

Construir relaciones sólidas con tus clientes, tanto existentes como potenciales. Comunícate de manera regular y mantén un diálogo abierto para comprender sus necesidades y expectativas. Ofrece soluciones personalizadas y busca oportunidades para agregar valor adicional a tus servicios. La satisfacción del cliente y la fidelidad serán fundamentales para el éxito a largo plazo.

La reputación y confiabilidad son aspectos críticos en la contratación de estibadores. Asegúrate de contar con estibadores capacitados y experimentados para garantizar un servicio de calidad. Además, cumple siempre con los plazos y compromisos acordados. La satisfacción de tus clientes se traducirá en referencias positivas y mayor demanda.

Aprovechar las tecnologías disponibles para mejorar la eficiencia operativa y logística de tu empresa. Considera la implementación de sistemas de gestión de inventario, seguimiento de pedidos en tiempo real y plataformas de comunicación efectiva con tus clientes. Automatizar y optimizar los procesos internos ayudará a mejorar la productividad y la experiencia del cliente.

Considerar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con otras empresas relacionadas con la industria logística y portuaria. Esto puede brindar beneficios mutuos, como la generación de referencias, el acceso a nuevos clientes y la posibilidad de ofrecer servicios complementarios. La colaboración puede abrir nuevas oportunidades de crecimiento y expansión.

La industria logística está en constante evolución. Mantente actualizado sobre las últimas tendencias, tecnologías y regulaciones en el sector. Sé flexible y adaptable a los cambios para ajustarte rápidamente a las demandas del mercado. La capacidad de innovar y adaptarse te permitirá mantener una ventaja competitiva en el largo plazo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aramendia, G. Z. (2020). *Fundamentos de Marketing*. Editorial Elearning, S.L.
- Aramendia, G. Z. (2020). *Marketing y ventas*. Editorial Elearning, S.L.
- Casasola, L. M. (23 de Septiembre de 2020). *Psicología y mente*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/organizaciones/comportamiento-organizacional>
- Corrales, J. A. (19 de Agosto de 2020). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/segmentacion-de-clientes/>
- Croxatto, H. L. (09 de Enero de 2023). *SalesForce*. Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2023/01/relacion-con-el-cliente.html#:~:text=La%20relaci%C3%B3n%20con%20el%20cliente%20es%20un%20concepto%20de%20marketing,con%20el%20equipo%20de%20soporte.>
- Demografía y mercado laboral en España*. (2021). Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- Domingo, A. (2018). *Demografía y posverdad*. Icaria.
- Galán, J. S. (7 de Febrero de 2023). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/fuente-de-ingresos.html>
- Narvaez, M. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/segmentacion-de-clientes/#:~:text=L%20a%20segmentaci%C3%B3n%20de%20clientes%20es%20una%20de%20las%20pr%C3%A1cticas%20m%C3%A1s,producto%20pueda%20satisf%20acer%20sus%20necesidades.>
- Ortega, C. (28 de Enero de 2022). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/canales-de-comunicacion-con-el-%20cliente/#:~:text=Los%20canales%20de%20comunicaci%C3%B3n%20co%20n%20el%20cliente%20son%20herramientas%20utilizadas,su%20relaci%C3%B3n%20con%20la%20marca>
- Oliveros, M. E. (2020). *Marketing Una versión gráfica*. Editorial Universidad del Norte.
- Quiroa, M. (1 de Abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demografia.html>

Rodriguez, J. (27 de Marzo de 2023). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/segmentacion-clientes#:~:text=La%20segmentaci%C3%B3n%20de%20clientes%20es,la%20personalizaci%C3%B3n%20de%20los%20servicios.>

Terreros, D. (1 de Marzo de 2023). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-propuesta-de-valor>

Velásquez, M. O. (2017). *Marketing. Conceptos y aplicaciones*. Verbum.