



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE TRANSPORTE DE CARGA Y SERVICIOS
LOGÍSTICOS EN LA CIUDAD DE TEGUCIGALPA**

SUSTENTADO POR:

JESÚS GERARDO LÓPEZ MARTÍNEZ

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

TEGUCIGALPA, F. M.,

HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2018

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

VICE RECTORA

DESIREE TEJEDA

SECRETARIO GENERAL

RÓGER MARTÍNEZ

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA CASTRO VALLE

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE TRANSPORTE DE CARGA Y SERVICIOS
LOGÍSTICOS EN LA CIUDAD DE TEGUCIGALPA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE**

MÁSTER EN

DIRECCIÓN EMPRESARIAL

ASESOR METODOLÓGICO

ELOISA MARÍA RODRÍGUEZ

ASESOR TEMÁTICO

LIDIA MARCELA PASTRANA ÁLVAREZ

MIEMBROS DE LA TERNA (O COMISIÓN EVALUADORA):

DAVID SALOMÓN FLORES GIRÓN

MARIO ALBERTO GALLO SANDOVAL

ALBERTINA NAVARRO RÍOS



FACULTAD DE POSGRADO

AUTOR:

JESÚS GERARDO LÓPEZ MARTÍNEZ

RESUMEN:

La logística es considerada como el medio para alcanzar objetivos, en otras palabras, es poner las cosas en donde se necesitan en el momento que se requieren. La logística paso de realizar tareas de distribución y manejo de stock de commodities a resolver problemas más complejos apoyados en los 3PL (Third Party Logistics) conocida como logística tercerizada, y asociado a las tareas de Supply Chain Management. En la actualidad Centro América a liderado esfuerzos por integrar y fortalecer más la economía impulsándola a partir de tratados de comercio y el fortalecimiento de una red vial, permitiendo a Honduras ubicarse con una ventaja comercial a través del corredor logístico impulsado por el actual gobierno, trayendo consigo la oportunidad para el país servir en la ruta de paso para el comercio de Centro América y de esta manera dinamizar la economía. De ahí la importancia de un estudio de una empresa que brinde los servicios de transporte, carga y logística de manera innovadora y que funcione como una herramienta integral para las empresas en un mercado desatendido.

PALABRAS CLAVES: Commodities, Integral, Stock, Supply Chain Management, Tercerizada.



GRADUATE SCHOOL

AUTHOR:

JESÚS GERARDO LÓPEZ MARTÍNEZ

ABSTRACT:

Logistics is considered as the mean to achieve objectives, in other words it is putting things where they are needed at the time they are required. The logistics went from doing tasks of distribution and handling of stock of commodities to solve more complex problems supported by the 3PL (Third Party Logistics) known as outsourced logistics and associated with the tasks of Supply Chain Management. Currently, Central America has led efforts to integrate and strengthen the economy further by promoting trade agreements and strengthening a road network, allowing Honduras to position itself with a commercial advantage through the logistical corridor promoted by the current government, bringing I the opportunity for the country to be transit route for the trade in Central America and in this way improve the economy. Hence the importance of a study of a company that provides transport, cargo and logistics services, in an innovative manner and that works as an integral tool for companies.

KEYWORDS: Commodities, Integral, Stock, Supply Chain Management, Outsourced

DEDICATORIA

JESÚS GERARDO LÓPEZ MARTÍNEZ:

A mi Esposa Marcela Pastrana, por su apoyo incondicional, amor, por creer en mi e impulsarme cada día a ser mejor, por ser mi amiga, mi motor y por ayudarme a enfocarme cada vez que pierdo la visión.

A mi Hija Estefany López, por darme alegría a mi vida desde que nació, por sus palabras cada vez que me dice que está orgullosa de mí, por motivarme a llegar más lejos.

A mis Padres

Mario López, por sus consejos, en momentos de mi vida que he necesitado de su sabiduría.

A Carmen Martínez, por darme la vida y su comprensión, apoyo y sus dulces palabras.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por haberme permitido llegar hasta este momento, por abrir puertas las cuales nunca creí que se abrirían, por su cuidado amoroso, misericordia, protección y proveerme aún más de lo que he necesitado.

A mis hermanas Karina López, Nathalie López por estar cuando las he necesitado.

A mi Cuñado Marcelo Pastrana y su Esposa Henesi Bonilla, por ser como mis hermanos por apoyarme, estar para mí cuando los he necesitado y por motivarme a llegar a la meta.

A las Autoridades de Unitec, personal de registro, catedráticos que me han brindado su apoyo, por sembrar conocimiento, para culminar este capítulo de mi vida con éxito.

Índice

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Introducción	1
1.2 Antecedentes del Problema	2
1.3 Definición del Problema.....	5
1.3.1. Enunciado del problema	5
1.3.2 Formulación del Problema.....	6
1.3.3 Preguntas de investigación	6
1.4 Objetivos de la investigación.....	7
1.4.1 Objetivo general	7
1.4.2 Objetivos específicos.....	7
1.5 Justificación	7
1.6 Declaración de Variables.....	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	11
2.1.1 Tendencias logísticas en Europa.....	11

2.1.2 Infraestructuras Logísticas de China	12
2.1.5 Análisis de la situación actual en Honduras	13
2.1.6 Historia de la logística	19
2.1.7 Tarea de la logística.....	22
2.1.8 Metas de la logística	23
2.1.9 Concepto y relevancia de la logística	23
2.1.10 Relación y semejanzas de la cadena de suministros y la logística	25
2.1.11 Plataformas logísticas	25
2.1.14 Almacenamiento.....	28
2.1.15 Importancia del Transporte.....	29
2.1.16 Producción Esbelta y Control de Calidad.....	30
2.1.15 Canales de Distribución.....	31
2.1.17 Calidad en los Servicios	31
2.1.19 Outsourcing en la distribución.....	32

2.1.20 Evolución de la Cadena de Suministros	33
2.1.21 Indicadores de calidad (KPI)	33
2.2.1 Análisis del Macroentorno.....	34
2.2.2 Análisis del Microentorno	35
2.2.3 Teoría de Sustento	36
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	39
3.1 Congruencia Metodológica.....	39
3.1.1 Operacionalización de las Variables.....	40
3.2 Enfoque y Métodos.....	41
3.4 Alcance Descriptivo	42
3.4.1 Población	42
3.4.2 Marco Muestral	42
3.4.2 Muestra	43
3.4.3 Unidad de Análisis	45

3.5 Técnicas e Instrumentos Aplicados	45
3.5.1 Cuestionario.....	46
3.5.1 Instrumentos (cuestionarios, fichas de observación, etc.)	47
3.6 Fuentes de Información	49
3.6.1 Fuentes Primarias	49
3.6.2 Fuentes Secundarias	49
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	51
4.1. Análisis de Resultados.....	51
4.1.1. Generalidades de los Encuestados.....	51
4.1.2 Servicios logísticos y de transporte	51
4.1.3 Necesidad de contratar los servicios de carga y de logística.....	53
4.1.4 Las empresas más solicitadas que ofrecen el servicio de carga y logística.....	55
4.1.5 Años de utilizar los servicios de la compañía de carga y servicios logísticos.....	56
4.1.6 Entrega y tiempos de respuesta de los servicios de carga de logística	58

4.1.7 Como solicitar el servicio de transporte de carga y de logística al proveedor	59
4.1.8 Forma de pago para obtener los servicios de transporte de carga y de logística.....	61
4.1.9 Criterios más importante de contratar los servicios de transporte de carga y de Logística.....	63
4.1.10 Frecuencia para utilizar los servicios de transporte de carga y de Logística.....	64
4.1.11 Los proveedores se interesan por saber de dudas o reclamos después de la entrega.....	66
4.1.12 Está conforme con las soluciones planteadas por el proveedor.....	67
4.1.13 Beneficios que la población espera al contratar los servicios de transporte de carga y de logística.....	68
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	74
5.1 Conclusiones.....	74
5.2 Recomendaciones	75
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD	77
6.1 Estudio de Mercado.....	77
6.1.1 Objetivos Generales.....	77

6.1.2 Objetivos Específicos	77
6.2 Propuesta de Negocio	78
6.2.1 Diagrama de Causa y Efecto Ishikawa.	78
6.3.1 Nombre del Negocio.....	81
6.3.2 Diseño e identificación de la empresa	81
6.4 Análisis de la oferta	86
6.5 Identificación del Producto.....	88
VII. BIBLIOGRAFÍA	129
ANEXOS	134

Índice de Tablas

Tabla 1. Campos de acción de la logística en una empresa.....	22
Tabla 2. Elaboración Propia Congruencia Metodológica.....	40
Tabla 3. Elaboración Propia Operacionalización de las Variables.....	40
Tabla 4. características de los servicios.....	78

Tabla 5. Matriz Foda	84
Tabla 6. Propuesta de Servicios de la empresa Inversiones Logísticas S.A.....	89
Tabla 7. Alianzas Estratégicas.....	92
Tabla 8. Empresas por servicios competencia directa.....	94
Tabla 9. Cuadro de costos de servicios logísticos camión lleno por empresa que Prestan los Servicios de Carga y de Logística en Tegucigalpa	95
Tabla 10. Cuadro comparativo de precios por kilometraje capacidad de carga servicios logística	96
Tabla 11. Cuadro Comparativo de Precios por envío de encomienda sobre nivel nacional	97
Tabla 12. Cuadro comparativo de Servicio de Courier	97
Tabla 13. Material y Equipo.....	98
Tabla 14. Especificaciones Flota Vehicular	99
Tabla 15. Cuadros de rutas por clientes peso y ruta	103
Tabla 16. Inversión inicial detalle general.....	118
Tabla 17. Estado de Situación Financiera Proyecto Soluciones Logísticas	119

Tabla 17 Estado de Situación Financiera Proyectado Soluciones Logísticas	119
Tabla 18. Flota Vehicular Requerida Cotizada	119
Tabla 19. Equipo para oficina Costo de Compra.....	120
Tabla 20. Software requerido para Soluciones Logísticas	120
Tabla 21. Estado de Resultados proyectado Soluciones Logísticas	120
Tabla 22. Planilla de Empleados Soluciones Logísticas	121
Tabla 23. Servicio de Ingresos Carga Nacional Soluciones por un año Logísticas	122
Tabla 24. Ingresos por servicios Logísticos proyectado por un año Soluciones Logísticas ...	123
Tabla 25. Ingreso por Servicio de Tramitaciones Soluciones Logísticas.....	124
Tabla 26. Egresos Mantenimiento de flota vehicular Soluciones Logísticas proyectado a un año	125
Tabla 27. Egresos Gastos de Ventas Soluciones Logísticas.....	126
Tabla 28. Gastos de Administración.....	126
Tabla 29. Gastos Financieros y Costo de Capital.....	126
Tabla 30. Calculo del VAN y TIR.....	127

Tabla 31. Flujo de Caja Soluciones Logísticas.....	128
--	-----

Índice de Figuras

Figura 1 Diagrama sagital variables para considerar en el proyecto de investigación.....	10
--	----

Figura 2. Tipo de Estudio	48
---------------------------------	----

Figura 3. Diagrama de Ishikawa Fallas del Servicio	81
--	----

Figura 4. Elaboración propia Logo de la empresa.....	82
--	----

Figura 5. Flujograma de Proceso	84
---------------------------------------	----

Figura 6. Flujograma Servicio APP Móvil.....	85
--	----

Figura 7 Plano de las Soluciones Logísticas	100
---	-----

Figura 8. Plano satelital ubicación geográfica Soluciones Logísticas.....	101
---	-----

Figura 9 Nodos de plan de Rutas y Distribución Soluciones Logísticas.....	102
---	-----

Figura 10. Referencia de ubicación de clientes por GPS	103
--	-----

Figura 11. Referencia de ubicación de clientes por GPS	104
--	-----

Figura 12. Estructura organizacional empresas Soluciones Logísticas S.A.....	109
--	-----

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se describe las bases fundamentales de la investigación, con la finalidad de estructurar un lineamiento a seguir en el desarrollo de la misma.

1.1 Introducción

En la actualidad con el dinamismo de la economía y cambios en las formas de hacer negocio, las empresas buscan con tenacidad una cuota de participación de mercado, es así que las empresas se enfocan en estrategias basadas en costo o diferenciación de los servicios, lo que permite a las empresas mantenerse en su nicho de mercado y poder, en algunas ocasiones, crecer. Como parte de esas estrategias está la tercerización de servicios en las áreas de transporte, seguridad, limpieza entre otros, permitiendo la oportunidad de emprender en una de estas áreas. El transporte entendido como el desplazamiento de objetos, animales o personas de un lugar (punto de origen) a otro (punto de destino) en un vehículo (medio o sistema de transporte) que utiliza una determinada infraestructura (red de transporte). Esta ha sido una de las actividades terciarias que mayor expansión ha experimentado a lo largo de los últimos dos siglos, debido a la industrialización; el aumento del comercio y de los desplazamientos humanos tanto a escala nacional como internacional; y los avances técnicos que se han producido y que han repercutido en una mayor rapidez, capacidad, seguridad y menor coste de los transportes, en tanto se le llama transporte pesado.

El servicio de transporte de carga se ha convertido en una oportunidad de negocio ya que muchas de las empresas de comercio en general, por no tener capacidad financiera o falta de la estructura en su organización, optan por el servicio de transporte de carga a través de la

tercerización, permitiendo reducir sus costos de operación como el pasivo laboral por contratación de personal, costos de mantenimiento de la flota, entre otros.

Identificando parte de las necesidades, y el potencial mercado de logística, los competidores que ingresen a este mercado deben buscar alternativas estratégicas que ofrezcan un valor agregado para el cliente, permitiendo aventajarse a la competencia.

Visualizando la oportunidad de crear una empresa de servicios de transporte y logística que permita satisfacer necesidades que no son cubiertas en su totalidad, no por falta de postulantes a brindar el servicio, sino porque este mercado ofrece mucha demanda y diferenciación en el servicio, ya que los requerimientos para cada empresa no son iguales, varían según su orientación de negocio, tal es el caso que en los servicios logísticos se encuentran necesidades de servicio como transporte de materiales, custodia de mercadería, manejo de inventarios, aprovisionamiento, proyección de la demanda y distribución.

A través de este proyecto, se pretende evaluar la viabilidad del mercado, técnicas, aspectos legales y financieros para establecer la factibilidad de la empresa de transporte y carga a un mercado que puede variar según el enfoque que se les dé a los diferentes servicios brindados en el portafolio de la empresa, donde el servicio puede ir dirigido tanto a empresas como a personas naturales.

1.2 Antecedentes del Problema

Desde hace algunas décadas se ha observado el crecimiento en la economía nacional y como las empresas han diversificado los servicios con lo que iniciaron, algunas de estas empresas emprendieron sin tener idea del mercado al cual se enfrentaba, así como de las preferencias y

necesidades del mercado, requerimientos de producción, capacidad instalada, entre otros factores; así mismo la logística se ha convertido en uno de los pilares de los negocios ya que de esta se derivan resultados óptimos en los productos y servicios para las empresas, lo que resulta cada día más complejo entender cuáles son los requerimientos en el servicio prestado que generen distinción y valor agregado para el que los recibe, Quizá la principal razón para el éxito del servicio es personalizarlo según requerimientos del mercado, la industria es el motor que genera la activación de los servicios de transporte de carga y logísticos, sin embargo, no todas las empresas pueden acoplarse a una gestión exitosa en el servicio. Dentro de la gestión empresarial, la logística es vital para todas las áreas de una organización, ya que pueden controlar los costes, el nivel de empleo, o el cumplimiento de los objetivos generales de la empresa, esto a través de procesos multidisciplinarios que permitan optimizar procesos de la cadena de suministros.

Actualmente Centroamérica se ha potenciado gracias al esfuerzo de sus gobiernos y la sugestión de organismos bilaterales que ha visualizado repotenciar la región como estrategia de desarrollo inclusivo por los efectos la globalización, buscando que las economías de las regiones mantengan una sinergia en sus comercios. Esta medida de inclusión se ha derivado de la necesidad de fortalecer las economías que rodean el mercado externo, fortaleciendo la parte productiva, turismo y logística. Tegucigalpa actualmente ha tenido un despegue sostenido en inversiones de infraestructura, así como en el rubro de la construcción.

En el tema de carreteras, Honduras actualmente a nivel nacional ha mejorado el mantenimiento de carreteras así como el diseño de nuevas rutas alternas tal como el canal seco, entre otros. Si observamos en la actual administración Tegucigalpa, ha mejorado sustancialmente con la creación de pasos a desnivel, puentes peatonales lo que ha venido a fortalecer la red vial

interna de la capital, pero a nivel nacional se ha observado el mantenimiento de las carreteras, las contrataciones con la empresa Concesionaria Vial Honduras S.A de C.V., (COVI HONDURAS) que permitieron la instalación de casetas de peaje, a través de ese cobro la empresa se compromete a mantener y dar apoyo a todos los vehículos en tránsito que utilicen dicha red viales.

Entre los corredores logísticos destaca el proyecto denominado “Canal Seco” o “Corredor Logístico”, el cual es una vía que conecta al Océano Pacífico con el Océano Atlántico, desde el punto fronterizo Goascorán con El Salvador hasta puerto Cortés, Honduras. Ésta es una obra muy importante que permitirá el tránsito de mercancías en Centroamérica con mayor fluidez, principalmente, aquéllas con destino a la costa este de Estados Unidos.

Todo el corredor tiene una extensión de 391 kilómetros de longitud. No obstante, el tramo nuevo comprende desde Goascorán hasta San Antonio, Comayagua, el cual tiene aproximadamente 100 kilómetros de largo, cuenta con cuatro carriles y se conecta con la carretera CA-5 hasta llegar a Puerto Cortés. (<http://www.logisticamx.enfasis.com/articulos/77766-honduras-centro-logistico-centroamerica->).

El informe “Perspectivas Económicas de América Latina 2014: Logística y competitividad para el desarrollo”, de autoría de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y de la Corporación Andina de Fomento (CAF) desvela las grandes oportunidades y retos que enfrentará América Latina (AL) en términos comerciales.

El informe proporciona un énfasis importante de fomento de la competitividad basado en la logística, un tema poco conocido y apreciado en América Latina. Lo anterior parte del hecho que

son pocas las oportunidades para que América Latina siga creciendo al ritmo de los últimos años y por lo tanto debe enfocar sus esfuerzos en los mercados internos y revisar las condiciones locales para compensar y sustentar su crecimiento económico. Una de estas oportunidades la representa la logística, ya que, según los resultados del informe, los costos de transporte representan uno de los mayores retos en términos económicos, así como orientar la inversión pública hacia la infraestructura.

En el caso de Centroamérica y particularmente en Honduras se cuenta con un sistema de transporte operado mayormente de manera informal, con pocos competidores y con muchas oportunidades para incorporar la utilización de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y servicios complementarios como la carga y descarga. “Con un sistema de transporte poco desarrollado, la amplitud del mercado se limita a las áreas que rodean en forma cercana al punto de producción”.

El outsourcing es la base en la cual descansa la totalidad de las operaciones que se encuentran en función, siendo este sector económico el que engloba las actividades relacionadas con los servicios materiales no productores de bienes.

1.3 Definición del Problema

1.3.1. Enunciado del problema

Dentro de las ciudades más importantes de Honduras a nivel comercial se encuentran: Tegucigalpa, San Pedro Sula, Choloma, El Progreso, Villanueva, Choluteca, Danlí, Comayagua, La Ceiba y Puerto Cortés. Vale la pena mencionar que en los últimos años estas ciudades se han mantenido como el centro de los negocios de Honduras. Su crecimiento requiere una oferta variada

en los servicios de outsourcing en cuanto a transporte de carga y logística, por ser un país que se sirve del traslado de una gran variedad de productos para exportación y la importación que se capta a través de sus puertos, generando una gran necesidad de logista de transporte a nivel nacional para el flujo del comercio seguro y oportuno. Hemos podido identificar que los servicios prestados por las empresas existentes, carecen en algunos casos de un control sistemático, en otros casos velocidad en el servicio, y la credibilidad de un servicio que ofrezca garantías para quien lo recibe, permitiendo garantizar un servicio que se ajuste a las demandas del mercado ya que en algunos casos los servicios son limitados y poco confiables, debido a estas circunstancias ha ocasionado que, tanto personas naturales como jurídicas, busquen alternativas con empresas de transporte extranjeras.

1.3.2 Formulación del Problema

¿Se requiere una mejora del servicio y cobertura de la demanda insatisfecha de los servicios de carga y logística en Tegucigalpa?

1.3.3 Preguntas de investigación

¿Cómo determinar la Factibilidad de una empresa de transporte de carga y servicios logísticos?

¿Cómo desarrollar un estudio de mercado que nos permita tener conocimiento de la demanda insatisfecha del servicio de transporte y logística en la ciudad de Tegucigalpa?

¿Qué características esperan los clientes de los servicios proporcionados por la empresa de transporte de carga y servicios logísticos?

¿Qué modelo de negocio puede determinar la factibilidad de una empresa de transporte de carga y servicios de logística?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar un estudio de mercado, que determine cuales son las necesidades que no están cubriendo las empresas de transporte, para realizar una propuesta de negocios que permita crear una empresa de transporte de carga y de servicios logísticos en Tegucigalpa.

1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar los posibles clientes que realizan actividades en Tegucigalpa y que tengan la necesidad de utilizar los servicios de carga y servicios logística.
- Identificar las características del servicio que los clientes esperan de una empresa de transporte de carga y servicios logísticos.
- Determinar la factibilidad para la creación de una empresa de transporte de carga y servicios logísticos, a través de un modelo de negocio dirigido a un segmento de mercado no atendido.

1.5 Justificación

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2010), se debe considerar algunos criterios importantes para evaluar la importancia potencial de la investigación (conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica).

Una de las necesidades de las empresas es manejar el control de inventarios y sus recursos, ya que, con la medida adecuada, éstos se manejarán de manera óptima generando a la empresa utilidad y rentabilidad, es por ello que las empresas buscan alternativas que les permita manejar con antelación la proyección de la demanda, gestión de inventarios a través de métodos ABC, PEPS

entre otros, ya que debido a las necesidades de control de las empresas se enfocan en buscar software o la tercerización de servicios para que puedan generar eficiencia y eficacia en sus operaciones.

La logística juega un papel de vital importancia en el entorno corporativo debido que las empresas que comercializan productos hasta las oficinas utilizan los servicios que van desde transporte, distribución de mercaderías, manejo de inventarios, embalajes entre otros servicios. Debido que en un entorno de constante cambio los servicios se manejan de manera personalizada, una necesidad imperante hoy en día son los servicios que se denominan como 24/7 que permitan dar respuesta a los servicios requeridos, por ejemplo las compras en línea, una persona que ingresa a la red decide comprar un artículo en china por citar un país, un servidor procesa el pedido da respuesta inmediata al comprador e inicia el proceso de la logística programando el pedido, el embalaje y posteriormente el envío sin importar que la compra se haya efectuado un día feriado, de día o de noche.

En Honduras el campo de la logística está en desarrollo, las empresas que sobresalen son las que tienen mejor estructura, capacidad financiera y capacidad instalada para garantizar que los servicios prestados a sus usuarios generen satisfacción y confianza.

Al desarrollar este estudio, se podrá medir la factibilidad de una empresa que preste los servicios de carga y logística, permitiendo el conocimiento que previo a realizar una inversión enfocada en este rubro el análisis de datos que arrojen los diferentes estudios correspondientes, determinarán la factibilidad de la inversión, es por esta razón que este proyecto nace para dar solución a los servicios de transporte y logísticos a nivel nacional, mejorando la productividad de las empresas, lo que se traduce en rentabilidad, calidad en los servicios, reducción de costos, incrementado la

competitividad que a su vez generan un valor agregado para los usuarios finales. La logística y los servicios de transporte en los últimos años se ha convertido en una de las principales actividades económicas de Honduras y otros países de América Latina; esto se ha dado gracias a que la región centroamericana aplicó un marco de políticas estratégicas para catapultar el desarrollo de la infraestructura en la región, concibiéndolo como el canal económico, mejorando la red vial.

Es así como este proyecto se enfoca en la creación de una empresa que preste los servicios de transporte de carga y logísticos con sede en la ciudad de Tegucigalpa, con el fin de satisfacer y fortalecer el segmento de mercado que buscan estos servicios.

A través del presente estudio de investigación se pretende responder a las preguntas sobre qué está mal o qué falencias presentan los servicios logísticos, y qué es lo que esperan recibir los consumidores finales al obtener un contrato de servicio, esto a través de un estudio de mercado que brinde las respuestas que servirán de marco de referencia para ser eficiente en la prestación del servicio.

Bajo el objetivo principal de la investigación, y con el esfuerzo profesional e intelectual, se espera proponer posibles soluciones sobre la problemática planteada, una alternativa viable debido a que la población de estudio se encuentra al alcance de la investigación y se puede crear un plan de mercadeo que permita generar un valor agregado en el servicio de transporte de carga y logística.

La investigación beneficiará a un segmento de la población que no está satisfecha con el servicio proporcionados por las empresas de transporte que reciben hasta este momento, al generar una propuesta de negocios diferenciada que se ajuste a sus necesidades, lo que proporcionará una visión amplia del servicio, estructura y recurso humano para poder satisfacer la demanda identificada. La

ejecución de esta investigación servirá para potenciar el conocimiento utilizando los elementos teóricos en la aplicación del servicio y valor agregado.

1.6 Declaración de Variables

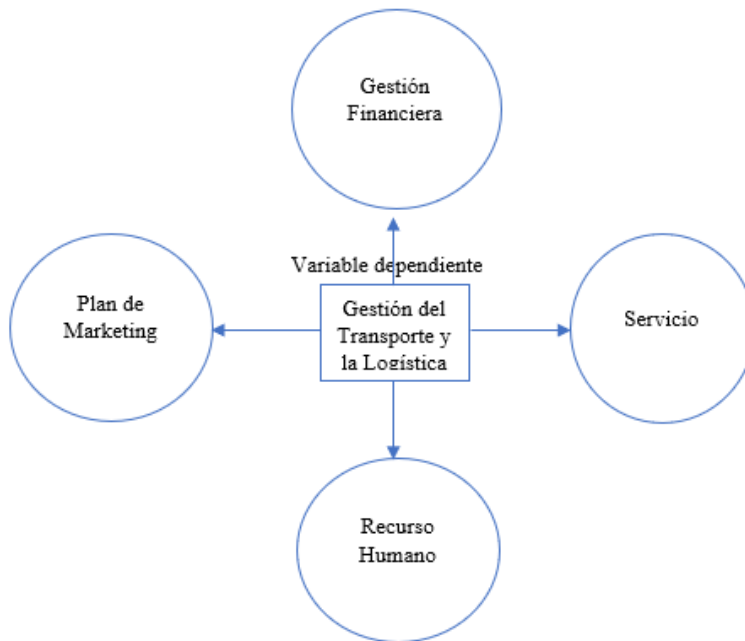


Figura 1 Diagrama sagital variables para considerar en el proyecto de investigación

1.7 Delimitación de la Investigación

El Estudio de Factibilidad para la Creación de la Empresa de Transporte de Carga y Servicios Logísticos tendrá una duración de tres meses. La investigación se realizará en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, Honduras aplicando los instrumentos de recolección de información a personal administrativo y técnico conocedor del tema, y empresas que usan los servicios de transporte y logística.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presenta y se hace énfasis en los métodos, hallazgos, antecedentes y conclusiones más importantes, en el proceso de recopilación, selección y análisis de las fuentes informativas, incluidas las teorías y conceptos a utilizarse a lo largo del desarrollo de esta investigación.

2.1.1 Tendencias logísticas en Europa

Actualmente el sector de la logística y el transporte, representan el 12% del PIB europeo y se prevén incrementos anuales de gasto en estos sectores del orden de un 4%, por encima de la inflación prevista en la eurozona. En los países líderes de la Unión Europea (Alemania, Francia y Reino Unido) la logística se encuentra muy desarrollada. En los próximos cinco años la logística va a tener desarrollos muy importantes en países como España e Italia.

El desarrollo del mercado europeo plantea retos para la logística, pero a su vez genera nuevas oportunidades. Las grandes multinacionales en Europa están llevando a cabo prácticas logísticas innovadoras. Su objetivo último es reducir los costes de distribución y fabricación en un escenario en el que, debido a las exigencias del mercado, los envíos se tornan más frecuentes. Por otro lado, los clientes se vuelven más estrictos a la hora de exigir calidad al servicio. (MOLINER, pág. 1)

Se ha observado como la logística ha desarrollado una efervescencia en Europa, sugestionado por las movilidades de factores, así como los bloques económicos que fortalecen las economías de estos países permitiendo el desarrollo de nuevas formas de hacer negocios e impulsando las economías y generando el ingreso de sus ciudadanos.

2.1.2 Infraestructuras Logísticas de China

China, considerada como la segunda economía más grande del mundo y el tercer país más grande por área, está experimentando la demanda insaciable de servicios del transporte y logística, tanto es así que los proveedores de servicios están luchando para mantenerse al día, haciendo que algunos de los minoristas más grandes de China puedan trabajar por su propia cuenta en lo que la logística se refiere.

La alta demanda de servicios de logística y transporte en China es atribuible a varios factores. En primer lugar, el rápido crecimiento económico y el consumo doméstico han creado la necesidad de ofrecer un mayor número de productos a un mayor número de destinos, ya que el gobierno de China intenta hacer la transición lejos de un motor de crecimiento impulsado por las exportaciones. Global Logistic Properties Ltd (GLP), el mayor constructor extranjero de instalaciones de logística en China, ha dicho que el 80% de su espacio total arrendado en China en 2013 se utilizó en relación con el consumo interno. (Matthew Zito, 2014)

2.1.3 Evolución y crecimiento de la logística en México

Los servicios logísticos en el comercio exterior de México son factores clave para el crecimiento y el aumento de la competitividad de este ámbito. Desde hace muchos años, el comercio entre México y Estados Unidos ha sido intenso debido a factores como la cercanía geográfica y las ventajas comparativas de ambas economías que se complementan entre sí.

El desarrollo de estructuras como bodegas, naves industriales, almacenes, puertos marítimos, vías y carreteras, terminales intermodales y aeropuertos ha potencializado la evolución de las

actividades relacionadas a cadenas de suministro, generando plataformas logísticas que faciliten la implementación de actividades comerciales y entregando mejores condiciones a las empresas que se dedican a la logística y transporte de productos a lo largo del país. (Murguía, 2014)

2.1.4 Desarrollo de servicios logísticos

El mercado mundial de servicios logísticos está valuado en US\$ 600.000 millones aproximadamente, y viene creciendo a una tasa anual del 8% desde 2006. Si bien el mercado se concentra en los países desarrollados, donde la tendencia a subcontratar servicios es mayor, América Latina tiene gran potencial de crecimiento, la región tiene una presencia marginal en los mercados de servicios de transporte, los principales jugadores de la industria provienen de países desarrollados y están concentrados: 40 empresas de gestión de cadenas de transporte y logística dominan el 60% del mercado mundial. Estas incluyen a DHL Logistics, Kuehne y Nagel y DB Schenker. En este grupo sólo hay dos empresas de países emergentes: Sinotrans, de China, y Agility Logistics, de Kuwait. Por su rápido crecimiento, América Latina aparece como un mercado atractivo en los planes de negocio de muchas de estas empresas. (Abad).

2.1.5 Análisis de la situación actual en Honduras

En los últimos años, el gobierno de Honduras ha puesto en marcha un agresivo plan de infraestructura que abarca aeropuertos, carreteras y terminales portuarias para consolidarse como el eje logístico de las Américas, así como integrar a los demás países de Centroamérica en una fuerte unión aduanera.

Según algunos analistas hondureños han determinado que la crisis económica causada por la burbuja inmobiliaria de Estados Unidos en 2008 y los acontecimientos políticos de Honduras en

2009, que provocaron su aislamiento internacional en materia política y económica, originaron una ruina que, entre muchas cosas, significó la salida de varias empresas e inversionistas, con la consecuente pérdida de miles de empleos y una desaceleración de la economía que ya reportaba niveles de crecimiento de un 6% anual.

Esta situación obligó a Honduras a emprender una agresiva iniciativa de reactivación económica, la cual planificó con base en una estrategia de inversión pública en infraestructura para generar empleos, así como mejorar la productividad y competitividad del país.

En este sentido, se estableció el marco legal para permitir las inversiones mixtas entre empresas privadas y el gobierno, conocidas como Alianzas Público-Privadas (APP), opción que permite al país concesionar la construcción, mejoramiento y mantenimiento de obras y servicios públicos.

Para tal efecto, en el 2010 se creó la Comisión de Promoción para las Alianzas Público-Privadas de Honduras (COALIANZA) como ente gestor y promotor de inversiones participativas, la cual impulsaría un nuevo modelo de gestión con el fin de mejorar la competitividad de la nación. Actualmente Honduras desarrolla siete corredores logísticos en el tema de carreteras que mejorarán, sustancialmente la conectividad del país con el resto de Centroamérica para apoyar al comercio, producción, turismo y logística.

Entre los corredores logísticos destaca el proyecto denominado “Canal Seco” o “Corredor Logístico”, el cual es una vía que conecta al Océano Pacífico con el Océano Atlántico, desde el punto fronterizo Goascorán con El Salvador hasta puerto Cortés, Honduras. Ésta es una obra muy importante para permitir el tránsito de mercancías en Centroamérica, principalmente, aquellas con destino a la costa este de Estados Unidos, todo el corredor tiene una extensión de 391 kilómetros

de longitud. No obstante, el tramo nuevo comprende desde Goascorán hasta San Antonio, Comayagua, el cual tiene aproximadamente 100 kilómetros de largo, cuenta con cuatro carriles y se conecta con la carretera CA-5 hasta llegar a Puerto Cortés.

Podemos mencionar que, Honduras mejora y reconstruye una red vial de aproximadamente 1,500 kilómetros con una inversión cercana a 1 mil 150 millones de dólares, lo cual viene a repotenciar la inversión en nuestro país, lo que permitirá generar nuevas fuentes de empleo y oportunidades para los empresarios.

En cuanto a los aeropuertos, Honduras tiene cuatro con categoría internacional:

1. Toncontín en Tegucigalpa, capital del país.
2. Ramón Villeda Morales en la Lima, Cortés
3. Golosón en La Ceiba.
4. Juan Manuel Gálvez en Roatán, cabecera de las paradisíacas Islas de la Bahía.

Vale la pena mencionar que el aeropuerto Toncontín es un aeropuerto que ya no cubre las necesidades de aeronavegación comercial, por lo que el gobierno ha decidido construir un nuevo aeropuerto en Palmerola dentro de la zona central del país ubicado en el Valle de Comayagua, donde actualmente funciona una base aérea militar con una fuerza de tarea conjunta entre Honduras y Estados Unidos, lo que vendrá a activar la alianza comerciales internacionales, permitiendo dar una mejor imagen a los inversionistas extranjeros.

Honduras ha diseñado una estrategia para modernizar y mejorar sus principales puertos, iniciando con el de Puerto Cortés, su principal en el Océano Atlántico y que fue concesionado bajo

la figura de Alianza Público Privada (APP) a 30 años, con el fin de mejorar las operaciones de sus terminales las cuales describimos a continuación:

a) Terminal de Contenedores y Carga General. Fue concesionada a Operadora Portuaria Centroamericana (OPC), subsidiaria de la filipina International Container Terminal Services Incorporated (ICTSI), la cual tiene como objetivo incrementar la capacidad del puerto para atender hasta 1.8 millones de TEUs al año y procesar 580 mil toneladas de carga general.

Para lograr esto, OPC debe hacer inversiones por el orden de los 624 millones de dólares con el fin de mejorar esta terminal, de los cuales lleva ejecutados hasta finales del 2016 unos 80 millones de dólares, para el 2017 cerró con una inversión acumulada en Puerto Cortés de más de 100 millones de dólares.

Operadora Portuaria Centroamericana comenzó a operar esta terminal desde enero del 2014 y hasta ahora ha alcanzado logros importantes en materia de productividad al reducir los tiempos de carga y descarga de los buques. Esta productividad medida en movimientos por hora se ha acrecentado en casi 100%, promediando 19 mov/hr en el 2013 y hasta noviembre de 2016 registró 37.5 mov/hr, según datos proporcionados por la operadora.

b) Terminal de Graneles Sólidos. Fue concesionada a Consorcio Multisur de México (Grupo Logra) y en enero de 2017 se inauguró la ampliación y las mejoras a esta terminal con un costo de 78 millones de dólares, esto permitió reconstruir y ampliar los atracaderos para carga y descarga de graneles, con el fin de obtener una longitud de muelle desde 202 hasta 413 metros y con unos 14 metros de profundidad de bahía, lo que está acorde con estándares internacionales para terminales de graneles.

Además, este diseño permitirá atender el atraque simultáneo de tres buques graneleros de hasta 215 metros de eslora, 32.3 metros de manga y 12.7 metros de calado.

Según datos proporcionados por la portuaria, se incluirá el equipamiento necesario para alcanzar una capacidad de atención de aproximadamente 12 mil toneladas/día y de 60 mil toneladas de almacenamiento.

La infraestructura mencionada anteriormente, suma una inversión aproximada de dos mil millones de dólares y estaría finalizada para finales de la presente década, momento para el cual Honduras debe prepararse con una infraestructura de servicios complementaria que haga realidad su proyecto de convertirse en el centro logístico de Centroamérica. Esto constituye oportunidades para crear plataformas logísticas de servicios en almacenamiento, distribución, ensambles ligeros y otros servicios de valor agregado.

Las zonas que se perfilan con las mejores condiciones para brindar estos servicios son la sur y centro del país. La zona sur se convertiría en un centro de convergencia y arribo para mercancías que transitan por Centroamérica, lo que se vería potenciado por otros proyectos de gran envergadura como el desarrollo de las Zonas Especiales de Desarrollo (ZEDES). Éstos pretenden crear ciudades modelo con la infraestructura necesaria para instaurar aparatos productivos y de servicios con autonomía dentro del territorio nacional.

Otros proyectos del país que resaltan es la construcción de un ferrocarril interoceánico de unos 600 kilómetros en conjunto con el desarrollo del puerto de Amapala en el Pacífico y puerto Castilla en el Atlántico. Estos proyectos cuyo costo ronda los 10 mil millones de dólares, se encuentran en fase de diseño y factibilidad, pero ya despiertan el interés de inversionistas globales, “Un proyecto

de este calibre ayudaría a mejorar la competitividad de los hondureños y ayudaría a la conectividad de zonas que están deprimidas”, Opinión del Ingeniero Jorge Barnett, Consultor del BID.

Otro de los grandes desafíos importantes es la integración centroamericana como uno solo y único territorio aduanero, el cual permita el libre tránsito de mercancías y personas, además de funcionar con puestos aduaneros únicos e integrados que faciliten el comercio entre las naciones, mejoren los tiempos de tránsito y costos de transporte. Podemos mencionar que Honduras y Guatemala han dado el primer paso y han conformado la primera unión aduanera, lo que se traduce en un territorio con un mercado de aproximadamente 24 millones de personas y un PIB de 76 mil millones de dólares. Por su parte, El Salvador y Nicaragua ya analizan la posibilidad de integrarse de igual manera, siendo Costa Rica el eslabón que conectaría completamente la cadena, lo que resultaría en un mercado de más de 40 millones de personas con un PIB de 167 mil millones de dólares. Datos proporcionados por el Ingeniero Industrial Alex Francisco Flores www.linkedin.com/in/alexfranciscoflores.

Es importante destacar que los cambios sustanciales y potenciales que soportará toda la estrategia para que Honduras pueda convertirse en un centro logístico regional, será el capital humano debidamente capacitado, formado y certificado para crear, liderar y ejecutar la estrategia, así como las operaciones de empresas prestadoras de servicios en transporte, almacenamiento, distribución, empaque, tecnologías de información, manufactura ligera, entre otros, siendo punto fundamental el prepararnos en Educación Logística para el desarrollo regional (Centroamérica, 2018)

Desde la perspectiva que cita el autor de la revista, podemos argumentar que la empresas se enfrentan a nuevas tendencias de cómo hacer negocios, esto gracias a la estimulación de los efectos

de la globalización y las economías de escala que inciden en esos cambios, según el artículo la logística ha permitido repotenciar las actividades del comercio, optimización de flujo de materias primas y el transporte de personas, Honduras se encuentra en un lugar privilegiado geográficamente hablando, ya que permite el tránsito de mercaderías por la región, accediendo al flujo de ventas y a la inversión directa, la logística está presente no sólo en el traslado de mercaderías sino que está presente en la formulación de estrategias y la gestión empresarial, lo que permite repotenciar todas las actividades evitando los desperdicios y cuellos de botella que no agregan valor en los procesos de la empresa. Los corredores logísticos actualmente ofrecen un abanico de oportunidades para desarrollar o emprender con empresas que brinden los servicios logísticos situados en diferentes ramas, y de acuerdo a las necesidades de los mercados desatendidos.

2.1.6 Historia de la logística

La palabra logística etimológicamente proviene del término “logistikos”, término usado en el siglo VII antes de Cristo, que a su vez significa “diestro en el cálculo” o “saber calcular”. En Grecia en el año 489 antes de Cristo, ya se usaba la palabra logística, y esta definía el “hacer algo lógico”. La primera concepción de la logística moderna se le atribuye al barón Antoine-Henri Jomini, quien en su texto Précis de l'art de la guerre (compendio del arte de la guerra), hace referencia a una teoría de abastecimiento y distribución de tropas, y estrategia de guerra.

Los orígenes de la logística cuyo término proviene del campo militar, relacionado con la adquisición y suministro de materiales requeridos para cumplir una misión aplicada a la actividad empresarial, se remontan a la década de los cincuenta. Una vez concluida la segunda guerra mundial, la demanda creció en los países industrializados y la capacidad de distribución era inferior a la de venta y producción, en los años posteriores los avances conceptuales de la logística son

atribuidos al desarrollo militar estadounidense, debido a algunos de sus más sobresalientes miembros estrategas como Alfred Thayer Mahan, Cyrus Thorpe y Henry E. Eccles, quienes sentaron bases importantes en la clasificación de los procesos logísticos y en la formación de su vocabulario. (htt) <https://historia-biografia.com/historia-de-la-logística/>

A partir de 1980, se consolida la logística como consecuencia de la incertidumbre generada por la recesión económica característica de la década. Se hace indispensable una gerencia de todo el proceso de distribución. A pesar de todo, hoy día existen todavía organizaciones que no se han concientizado de la imperiosa necesidad de contar con la gerencia logística y el departamento de distribución. Para otras, continúa siendo un multi enredo sin orientador (Director Logístico), que coordine todas las actividades desde la compra de materia prima hasta el consumidor final.

En la década de los 90. La logística es tal vez el proceso que más está utilizando los adelantos tecnológicos en áreas como la electrónica, la informática y la mecánica, ha simplificado la administración de la cadena de abastecimiento mediante el uso del intercambio electrónico de documentos para transacciones y contabilidad, el código de barras para identificar productos y servicios, sistemas de transporte de materiales para reducir tiempos de entrega y manipulación. De esta forma se reducen los ítems más importantes que conforman los costos operacionales que afectan la rentabilidad final del producto.

Por lo anterior podemos afirmar que desarrollar el proceso logístico, fue en los años 90 el proceso a seguir por las empresas que deseaban estar a la vanguardia en la administración de la cadena de abastecimiento. Por otro lado, la tecnología está poniendo todos los elementos sobre la mesa para que las personas no tengan que salir de sus casas para adquirir productos, la tendencia de la logística apunta hacia un objetivo bien claro, cambiar el enfoque PUSH (empujar) donde son

los fabricantes los que empujan a lo largo de la cadena de distribución sus productos, y son sus niveles de inventario los que generan las grandes ofertas y las promociones sin mirar lo que el cliente está demandando, a un estilo PULL (halar) donde la demanda en el punto de venta gatilla los eventos a lo largo de la cadena de distribución y son las preferencias de los clientes las que condicionan el surtido en las estanterías y por consiguiente en la producción de las empresas. Publicado por el Licenciado en Administración Mención Mercadeo Samuel E. Meserón Pérez., egresado de la Universidad Nacional Experimental “Simón Rodríguez Caracas-Venezuela.

La logística es considerada en el ambiente empresarial como una herramienta que viene a fortalecer proceso y generar una ventaja competitiva, ya que está ligada hoy en día con los clientes y operaciones de las empresas la logística como ciencia busca eficiente y mejorar el campo en que se desarrolla mostrando el control de gestión en cuanto a recursos e inversión así como sus funciones a las que se dedica podemos argumentar que la logística está implícita en el día a día de las empresas desde las grandes corporaciones hasta las empresas pequeñas que operan en los mercados nacionales.

La logística ha sufrido una metamorfosis si bien es cierto nació como practica de del ejército, este campo de estudio amplió su espectro desarrollando actividades de aprovisionamiento, manejos de inventarios en este apartado la logística busca el control interno de materias primas y productos terminados clasificándolos y aprovisionándolos para hacer frente a la demanda, así mismo la logística ha tomado diferentes ramificaciones permitiendo poder generar valor agregado en las empresas que hacen buen uso de esta herramienta.

2.1.7 Tarea de la logística

La meta primordial de una empresa comercial es la ganancia del más alto beneficio posible. La logística, igual que las demás áreas de la empresa, debe contribuir al logro de este objetivo de una empresa.

La tarea de la logística es brindar todos los elementos que permitan armonizar el desarrollo de la empresa y que a su vez la empresa cumpla con los planes de su giro comercial proporcionando el contenido adecuados (materiales, energía e información), en las cantidades exactas, con la mejor calidad, en el momento justo, al menor precio correcto, en el lugar preciso.

Lugar significa el cliente, la planta de producción de una industria o el taller en una manufactura.

En este sentido, la logística abarca, en el marco de la prestación de servicios empresariales, todas las medidas para garantizar un flujo óptimo de materiales e información de proveedores en la empresa, adentro de la empresa y de la empresa al cliente.

Knemeryer afirma: “desde la perspectiva de la compañía los enfoques de sistemas y el costo total hacia la logística requieren comprender la logística y sus relaciones con otras áreas funcionales” (Michael Knemeryer, 2015).

Tareas que cumple el servicio de la logística

Prestación de Servicios Empresariales	Medidas	Materiales
Producción, Embalaje, transporte de materias primas, Inventarios, distribución	Cantidad de pedido, aprovisionamiento de la demanda, compra venta, supervisión y control, monitoreo, planeación	Materias primas, software, energía.

Tabla 1. Campos de acción de la logística en una empresa

En una empresa se encuentran medidas logísticas en casi todas las áreas, especialmente en las de suministro, almacenaje, transporte, venta, desarrollo e investigación, finalización, mantenimiento, eliminación e información.

2.1.8 Metas de la logística

La meta del concepto logístico de una empresa debe de ser no permitir que sus áreas logísticas trabajen aisladamente, sino hacer que se adapten mutuamente en términos de objetivos y tiempos, y tejan una cadena conceptual. En muchas empresas ya existen tales conceptos integrados.

La cadena logística ni empieza ni termina en la puerta de la empresa. Proveedores y clientes están cada vez más articulados en ella en este contexto se habla de supply chain (cadena de abastecimiento). Se trata de coordinar mejor los procesos empresariales y evitar las pérdidas por fricción en sus intersecciones.

2.1.9 Concepto y relevancia de la logística

Logística es: Según Kloter Logística es: “Tareas necesarias para planificar, implementar y controlar el flujo físico de materiales, productos terminados e información relacionada desde los puntos de origen hasta los puntos de consumo para satisfacer las necesidades del cliente de manera rentable.” (Philip, 2013, pág. 318).

La logística puede definirse como ciencia que estudia como las mercaderías, las personas o la información superan el tiempo y distancia de forma eficiente, en la década actual, la logística empresarial podría incluso como un proceso estratégico por el cual la empresa organiza y mantiene su actividad.

Para Ferrel, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, la logística es "una función operativa importante que comprende todas las actividades necesarias para la obtención y administración de materias primas y componentes, así como el manejo de los productos terminados, su empaque y su distribución a los clientes". (Hirt Gofrey, 2004, pág. 282)

Según Lamb, Hair y McDaniel, la logística es "el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo" (Lamb Charles, 2002, pág. 383)

Para Enrique B. Franklin, la logística es "el movimiento de los bienes correctos en la cantidad adecuada hacia el lugar correcto en el momento apropiado". (Enrique, 2004, pág. 362).

Desde un punto de vista más amplio la logística todas y cada una de las operaciones necesarias para mantener su actividad productiva, desde programación de compras hasta servicios posventa pasando por el almacenamiento de materias primas planificación y gestión de producción, almacenaje, diseño embalaje etiqueta clasificación y distribución física. (Anton, 2005)

Como lo explica el autor Antón en su libro logística del Transporte la eficiencia en las operaciones se mide de acuerdo con la capacidad de respuesta en donde hoy en día las empresas buscan realizar operaciones de manera más expedita, simplificando procesos que permitan ofrecer optimización del tiempo y los recursos. En un ambiente donde los procesos, costos y diferenciación son los que delimitan la barrera de la competencia.

2.1.10 Relación y semejanzas de la cadena de suministros y la logística

Usualmente se presentan confusiones entre los conceptos de SCM y logística por parte de algunos autores (Ballou, 2004), reflejándose también en el mundo empresarial (Serra de la Figuerola, 2005) Hugos (2006) expone al respecto: “Hay una diferencia entre el concepto de gestión de la cadena de suministro y el tradicional concepto de logística. La logística se refiere especialmente a las actividades que ocurren dentro de los límites de una organización y la cadena de suministro se refiere a una red de compañías que trabajan juntas y coordinan sus acciones para la entrega de un producto al mercado”. Hugos define la Logística como aquella que se desarrolla dentro de la empresa, que en términos de Logística integral llamaríamos Logística interna. Es por eso que dichos planteamientos podrían ser similares en su esencia. (Rodrigo Andrés Gómez Montoya & Cindy Botero Pérez, 2012)

2.1.11 Plataformas logísticas

Las plataformas logísticas son zonas ubicadas estratégicamente en la red urbana de la ciudad y allí se ejercen actividades relativas al transporte, empaque, distribución y almacenamiento de carga para tránsito nacional o internacional. Estas plataformas son áreas especializadas que garantizan un transporte seguro y una entrega a tiempo de la mercancía a las empresas, por lo que un buen manejo de estas plataformas genera un desarrollo industrial y afianza relaciones comerciales (ARROYAVE, 2014)

2.1.12 Redes de distribución

Para la American Marketing Association, la distribución (según la definición de marketing) es la comercialización y transporte de productos a los consumidores. (Terms, 2007)

Distribución física: “Es el conjunto de actividades que permiten el traslado de productos y servicios desde su estado final de producción al de adquisición y consumo.” (Rios, 2014)

Otro concepto de Distribución señala lo siguiente: la distribución física “son todas las actividades de negocios relativas al almacenamiento y transportación de materias primas o productos terminados.” (Lamb Charles, 2002, pág. 16)

Las redes de transporte de mercancías surgen por la necesidad de conectar y transportar los bienes de consumo desde su punto de producción (localización empresa) hasta el mercado (clientes). En la fase de distribución, la mercancía puede ser transportada con una gran variedad de modos de transporte (por ferrocarril, transporte aéreo, marítimo, fluvial o por carretera) y puede realizar varias paradas en almacenes o nodos de cambio modal hasta llegar a su destino final. (Romeu, 2007)

Como cita el autor las redes de transporte por la necesidad operacional de las empresas se puede observar hoy en día como las empresas desarrollan alianzas estratégicas con proveedores de servicios logísticos que van desde el desplazamiento de materiales hasta el envío de documentación, en los mercados nacionales como en los mercados internacionales generando un valor agregado en sus operaciones como ser el tiempo.

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A., la distribución es una de las subfunciones del marketing, que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos en la vía que une el fabricante con el usuario final. (Simon, 2005)

Para Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, la distribución es el acto de hacer que los productos estén disponibles para los clientes en las cantidades necesarias. (Hirt Gofrey, 2004, pág. 371)

Según Jack Fleitman, la distribución comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta. (Jack, 2000, pág. 82)

La logística, cadena de suministros y transporte se conjugan en una serie de operaciones donde cada una de ellas complementa a la otra para poder desarrollar con eficiencia los servicios “El transporte juega un papel central en la logística en especial en la internacional para llevar algo donde se necesita estar” (Long 2006).

2.1.13 Canales de Distribución

Los canales de distribución son como cauces o tuberías por donde fluyen los productos, su propiedad, comunicación, financiamiento y pago, así como el riesgo que los acompaña hasta llegar al consumidor final o usuario industrial. (Lamb Charles, 2002, pág. 380).

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, un canal de distribución "es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial".

Según Kotler y Armstrong, un canal de distribución desplaza bienes y servicios de los productores a los consumidores, y elimina las brechas importantes de tiempo, lugar y posesión que separan los bienes y servicios de quienes los usarán. Los miembros del canal de marketing desempeñan muchas funciones clave; las cuales, se dividen en dos grupos básicos:

Las funciones que ayudan a completar transacciones: Las cuales incluyen:

- Información
- Promoción
- Contacto
- Adecuación

Las funciones que ayudan a llevar a cabo las transacciones concertadas: Las cuales incluyen:

- Distribución
- Financiamiento
- Aceptación de riesgos

Sin embargo, según Kotler y Armstrong, la pregunta no es si es necesario desempeñar estas funciones lo es sino más bien, quién lo hará. Al dividir el trabajo del canal, las diversas funciones deben asignarse a los miembros de éste que puedan efectuarlas de la manera más eficiente y eficaz y así proporcionar surtidos satisfactorios de bienes a los consumidores meta. (Philip, 2013, pág. 398)

2.1.14 Almacenamiento

Concepto que se utiliza para hacer referencia a un acto mediante el cual se guarda algún objeto o elemento específico con el fin de poder luego recurrir a él en el caso que sea necesario. El almacenamiento puede ser de muy diversas cosas u objetos, que van desde lo más simple como comida o alimento hasta elementos más complejos, como datos en una computadora. A pesar de que la acción no se realice específicamente como en otras situaciones

2.1.15 Importancia del Transporte

En el presente el negocio del transporte ha evolucionado las empresas pasaron de brindar un servicio de traslado de mercaderías de un lugar a otro, o traslado de personas a diferentes destinos, sin duda el transporte esté presente en el diario vivir de las personas contribuyendo a la mejora de los servicios ofertados por las empresas como la mejora en la calidad de vida, a través de una empresa de paquetería podemos enviar paquetes a diferentes destinos los cuales pueden ser monitoreados satelitalmente, para ver las rutas que cruza hasta llegar a su destino, la frontera del tiempo y la distancia se atravesó gracias a el transporte multimodal

La empresa asume la necesidad de tener que dar un servicio lo más completo posible en términos de disponibilidad de producto, rapidez de entregas. Indudablemente esta política además de incrementar los costes de transporte conduce a excesos de capacidad en términos de infraestructura y almacenamiento de inventarios de productos terminados (Tejero, 2011, pág. 8)

Transporte: acción de llevar de un sitio a otro. Conjunto de los diversos medios para trasladar personas o mercancías. (Garcia Pelayo, 2000)

Concepto de medios de transporte

Clasificación:

- Transporte por carretera: relacionado con peatones, bicicletas, automóviles y otros vehículos sin raíles.
- Transporte por ferrocarril: material rodante sobre vías férreas.
- Transporte por vías navegables: traslado marítimo y fluvial.

- Transporte aéreo: aeronaves y aeropuertos.
- Transporte combinado: se utilizan varios modos de transporte y la mercancía se transborda de un vehículo a otro. Este modo de transporte se ha desarrollado dando lugar al transporte intermodal o multimodal, en el que la mercancía se agrupa en “unidades superiores de carga”, como el contenedor, con lo cual se permite el transporte por diferentes vías sin “ruptura de carga”.
- Transporte vertical: ascensores y montacargas.
- Transporte por tuberías: oleoductos y gasoductos, en los que se impulsan fluidos a través de tuberías por medio de estaciones de bombeo o de compresión. (Schewe Charles D, 2004, págs. 480-484)

2.1.16 Producción Esbelta y Control de Calidad

En la década de 1980, las filosofías de la administración y las tecnologías para la producción pasaron por una revolución. La producción Justo-a-Tiempo (JIT) fue el mayor avance en la filosofía de la manufactura.

El JIT, introducido por los japoneses, consiste en un conjunto integral de actividades que tiene por objeto la producción de grandes volúmenes utilizando inventarios mínimos de partes que llegan a la estación de trabajo justo cuando se necesitan. La filosofía, aunada al control de la calidad total (TQC), que opera activamente para eliminar las causas de los defectos en los productos, ahora es un pilar fundamental de las prácticas de producción de muchos fabricantes y el término “producción esbelta” se utiliza para abarcar este conjunto de conceptos. (Richard B. Chase, 2009, pág. 16)

Según la teoría la administración y las tecnología para la producción se remonta a la introducción de la producción en masa como inicio el fordismo gracias a desarrollo de los talleres y las máquinas de ensamble impulsaron a la economía lo que hoy permite conocerse como producción robusta, lo que permitió catapultar la producción de manera acelerada, por otro Angulo en la evolución de estas ciencia experimentales se consideró una filosofía japonesa que dio paso generar la producción a través de pedidos y con tiempos medibles para poder responder a la demanda una vez que fuera requerida.

2.1.15 Canales de Distribución

Los canales de distribución son un punto importante para considerar cuando hablamos de sistemas logísticos. Está compuesto por un grupo de intermediarios relacionados entre sí los cuales permiten llegar los productos a los consumidores finales. (Ballou, Logistica Administracion de la cadena de suministros, 2004)

2.1.17 Calidad en los Servicios

Según Deming (1989) la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos. (Roberto Carro Paz, 2004, pág. 5)

En el entorno empresarial constantemente nos referimos a la calidad como complemento de los servicios, pero en la realidad no es así ya que hay una brecha de la empresa que se preocupan poder

este valor agregado y que al final es la percepción del cliente que puede decir si es calidad no la que este recibiendo por el servicio prestado de sus proveedores.

2.1.18 Logística Inversa y Medio Ambiente

La logística inversa trata de gestionar de forma eficaz el flujo de productos destinados al retroceso, la reutilización, reciclaje y la destrucción teniendo en cuenta la protección del medio ambiente, uno de los fines que se busca conseguir con los productos devueltos es poder reutilizarlos y revenderlos. (Rios, 2014, pág. 54)

Las aplicaciones de la logística no solo de basan al transporte y distribución y manejo de los inventarios es toda una composición de estrategias empresariales que se desarrollan estimuladas por la economía y necesidades, con el fin de producir y generar rentabilidad para la empresa.

2.1.19 Outsourcing en la distribución

Outsourcing o subcontratación Pierre afirma “subcontratar practica que consiste en que un negocio contrate a otros negocios para que realicen algunas de las operaciones que este solía manejar internamente” (Pierre A. David, 2016)

El sistema logístico de una empresa suele contar con las operaciones de un marco de oferta externa siempre buscando mejores niveles de especialización a través de alianzas y subcontrataciones, llevando un sistema de subcontratación de la cadena de logística a través de los cuales pasan por distintas manos de distribución. (Rios, 2014, pág. 108)

Como hace referencia el autor en nuestras economías las empresas buscan con tenacidad rendir los objetivos esperados para eso muchas veces estas empresas se ven forzadas a buscar los servicios especializados de outsourcing ya que esta medida permite a las empresas centrarse más en la parte de planeación estratégica que gastar esfuerzos en operaciones rutinarias las que pueden ser suplidas por una empresa especialista en el ramo.

2.1.20 Evolución de la Cadena de Suministros

Por la década de los 50 el Investigador Wroe Anderson empezó a dar respuestas teóricas en relación con la cadena de comercialización a él se le reconoce el mérito de establecer de porqué y como se crean y se estructuran los canales, años más tarde otros investigadores de mercadotecnia avalarían los planteamientos de Anderson especialmente a lo relacionado en:

- Determinar quiénes deben ser integrantes de un canal de comercialización
- Justificar las necesidades de un canal que debe ser coordinado
- Dibujar los canales de comercialización (Candia, 2017)

Los aportes del Anderson fueron determinantes para diferenciar la distinción de las actividades de la cadena de suministro, misma que su aplicación y concepto a evolucionado al paso del tiempo por los diferentes requerimientos de los clientes, así como la oferta de servicios proporcionados por quienes los brindan.

2.1.21 Indicadores de calidad (KPI)

KPI es el nombre que se les da a los indicadores de gestión de calidad de cualquier proceso. Determinan el resultado cuantitativo del desarrollo de un proceso y lo comparan con el nivel de referencia determinado como "de calidad". Los KPI deben ser sencillos, adecuados, útiles y oportunos. (Fernando L. Villagra, 2010)

2.2.1 Análisis del Macroentorno

Perspectiva y Tendencia de la Macro-Logística en Centro América, a nivel de Centro América es innegable el papel de los acuerdos de integración regional en el desarrollo de la logística mesoamericana.

Hoy existe conciencia a nivel de gobierno sobre el papel crítico de la logística en el aumento de la competitividad nacional y regional. Todos los países Centro Americanos sin excepción tienen algún tipo de iniciativa local que liga la competitividad con la globalización y la eficiencia en cadenas de abastecimiento y logísticas de las empresas privadas.

Aspectos Claves de Macro Logística, que sin duda es fundamental abordar desde el punto de vista macro, dos elementos críticos de la competitividad logística Centro Americana: Aduanas e Infraestructura de Transporte.

En Honduras es claro que el tema tiene la relevancia apropiada y las iniciativas de evaluación y construcción de plataformas logísticas en el país son consistentes con los esfuerzos del Gobierno Nacional y del sector privado que sabe que hay un camino difícil que recorrer en materia de competitividad logística. Es significativo de Honduras, el grado de colaboración logrado con el Salvador con la operación del corredor Atlántico-Pacífico en materia de aduanas, tránsitos y distribución entre los dos países.

En evaluaciones comparadas recientes del Banco Mundial y su iniciativa REDI (2005), es claro que el tema aduanero es un desafío para la integración regional y para la globalización de la región. Guatemala, Nicaragua y Honduras clasifican en los niveles más bajos de eficiencia aduanera en el mundo, lo cual afecta la competitividad de importadores y exportadores de la región. Se hace indispensable pensar en el tema aduanero en conjunto con una estrategia de plataforma logística en Honduras, si se piensa atraer inversión y usuarios de servicios logísticos al país y a esta operación.

2.2.2 Análisis del Microentorno

Son las fuerzas cercanas que afectan directamente a la empresa y a todo el sector, una fuerte influencia al determinar las reglas del juego, así como las posibilidades estratégicas potencialmente disponibles para la empresa, dado que estas fuerzas afectan a todas las empresas, se establecerán las fuerzas competitivas que, según Porter, interactúan en cualquier sector.

Los proveedores de los servicios que terceriza la empresa son diversos y son cuidadosamente seleccionados en función de su aptitud para la prestación de servicio, este proceso se lleva a cabo mediante una evaluación minuciosa en la cual se califican aspectos cuantitativos y cualitativos.

Los clientes, son empresas y personas naturales que importan y/o exportan mercaderías, el poder de negociación ha ido evolucionando para bien, debido a que el servicio que presta se diferencia de la competencia generando valor agregado en el manejo de información y amplio conocimiento en el rubro.

Inventarios

Los inventarios son un puente de unión entre la producción y las ventas, el inventario equilibra la línea de producción si algunas máquinas operan a diferentes volúmenes de otras, pues una forma de compensar este desequilibrio es proporcionando inventarios temporales o bancos.

Los inventarios de materias primas, productos semiterminados y productos terminados absorben la holgura cuando fluctúan las ventas o los volúmenes de producción, lo que da otra razón para el control de inventarios. Estos tienden a proporcionar un flujo constante de producción, facilitando su programación. Los inventarios de materia prima dan flexibilidad al proceso de compra de la empresa.

2.2.3 Teoría de Sustento

En las últimas décadas las empresas se han dedicado a desarrollar estilos de gestión empresarial que permitan establecer sincronía entre la misión, visión de la empresa y sus objetivos estratégicos, el aceleramiento de las economías gracias a la globalización ha permitido que solo los que innovan puedan sobresalir y generar competencia, cuando hablamos de logística las empresas y las personas asocian este término netamente con entregas y distribución y muchas veces lo asocian a la planeación estratégica, lo que se debe entender es que logística es una área y distribución es otra. Bajo el panorama mundial miramos como economías como China, India, Estados Unidos entre otras se destacan en la evolución del proceso productivo haciendo uso de recursos de capital, tecnología dejando en el rezago a las demás economías del mundo.

El informe “Perspectivas económicas de América Latina : Logística y competitividad para el desarrollo”, de autoría de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y de la Corporación Andina de Fomento (CAF) desvela las grandes oportunidades y retos que enfrentará América Latina (AL)

en términos comerciales en función de las condiciones económicas actuales que predominan a nivel global como son; la desaceleración de la economía china, la inminente liberalización de las tasas de interés en los Estados Unidos de América (EEUU), la reducción de los precios de los “commodities”, a nivel mundial.

La economía en Honduras se ha estimulado gracias al sector de construcción, inmobiliario, turismo, medicamentos y repuestos lo que ha permitido una mayor inversión en infraestructura y nuevas estrategias de traslados de tránsito tal como el canal seco, el corredor logístico, lo que ha permitido fortalecer estos rubros ya que a mayor acceso más impulso alcanza la economía, por otra parte el gobierno central ha establecido alianzas estrategias con diversos sectores como el industrial y maquila, que generan un aporte potencial de generación de empleos lo que permite fortalecer la captación de impuestos y retornarlos en obras públicas y sociales.

Las teorías de las mencionadas organizaciones proporcionan un énfasis importante de fomento de la competitividad basado en la logística e infraestructura temas poco conocido y apreciado, lo anterior parte del hecho que son pocas las oportunidades para que se siga creciendo al ritmo de los últimos años y por lo tanto debe enfocar sus esfuerzos en los mercados internos y revisar las condiciones locales para compensar y sustentar su crecimiento económico. Una de estas oportunidades la representa la logística ya que según los resultados del informe los costos de transporte pesado representan uno de los mayores retos en términos económicos en Honduras, así como orientar la inversión pública hacia la infraestructura. Sin embargo, la inversión en infraestructura es a largo plazo por lo que recomiendan utilizar la existente y proporcionar soluciones blandas que mejoren la competitividad en el corto y mediano plazo.

En el caso de Centroamérica y particularmente en Honduras se cuenta con un sistema de transporte pesado operado mayormente de manera informal, con pocos competidores y con muchas oportunidades para incorporar la utilización de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y servicios complementarios como la carga y descarga. Con un sistema de transporte poco desarrollado, la amplitud del mercado se limita a las áreas que rodean en forma cercana al punto de producción.

Es de hacer notar que el gobierno de Honduras desde hace un par de años hace esfuerzos por orientar la inversión hacia estos dos puntos fuertes, ya sea mejorando la existente o construyendo nuevas alternativas, lo que ha sido producto de la estrategia seguida por países vecinos países para contrarrestar los efectos de desastres económicos, y oportunamente posicionar el país en un ámbito que fomente la competitividad, iniciando en Tegucigalpa con el acceso a nuevos mercados.

De igual manera los gobiernos centroamericanos están considerando como alternativas de inversión en infraestructura; las alianzas público-privadas (APP) y las concesiones, de lo cual tenemos como ejemplo la concesión de la operación de Puerto Cortés en Honduras a la empresa “Operadora Portuaria Centroamericana” subsidiaria de International Container Terminal Services (ICTSI). Igualmente, la concesión de la carretera CA5 a la empresa COVI de Honduras para el mantenimiento y ampliación (La Tribuna 2014).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Congruencia Metodológica

En este apartado se incluye una tabla de coherencia metodológica del planteamiento del problema de la investigación.

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
<p>Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Transporte de Carga y Servicios Logísticos</p>	<p>Desarrollar un estudio de mercado, que determine cuales son las necesidades que no están cubriendo las empresas de transporte, para realizar una propuesta de negocios que permita crear una empresa de transporte de carga y de servicios logísticos en Tegucigalpa.</p>	<p>O1. Analizar los posibles clientes que realizan actividades en Tegucigalpa y que tengan la necesidad de utilizar los servicios de carga y servicios logística.</p>	<p>P1. ¿Cómo determinar la Factibilidad de una empresa de transporte de carga y servicios logísticos?</p>
		<p>O2 Identificar las características del servicio que los clientes esperan de una empresa de transporte de carga y servicios logísticos.</p>	<p>P2. ¿Cómo desarrollar un estudio de mercado que nos permita tener conocimiento de la demanda insatisfecha del servicio de transporte y logística en la ciudad de Tegucigalpa?</p>
		<p>O3. Determinar la factibilidad para la creación de una empresa de transporte de carga y servicios logísticos, a través de un modelo de negocio dirigido a un segmento de mercado no atendido.</p>	<p>P3. ¿Qué características esperan los clientes de los servicios proporcionados por la empresa de transporte de carga y servicios logísticos?</p>
			<p>P4. ¿Qué modelo de negocio puede determinar la factibilidad de una empresa de transporte de carga y servicios de logística?</p>

--	--	--	--

Tabla 2. Elaboración Propia Congruencia Metodológica

3.1.1 Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems
1. Logística	Logística es una red de medios, métodos e infraestructuras combinadas para garantizar el almacenamiento, el transporte y la entrega de bienes y servicios.	Logística coordinar operaciones y suministros hacia los puntos finales de la forma más rápida y eficiente.	1. Atributos 2. Calidad 3. Características 4. Ajustes	Responsabilidad Perioidad Sistemas de Información	Entrevista
2. Servicio	Servicio conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa.	Forma de prestación de lo que se ofrece al consumidor final en atención y características	Personalización Inmediatez Garantía	Retroalimentación del cliente Encuesta de satisfacción Fidelización de los clientes	Encuesta 4-9
3. Demanda del Mercado	Demanda del Mercado como la cantidad total de compras de un bien, servicio o familia de productos/servicios que pueden ser realizadas por un determinado grupo demográfico.	Segmento del mercado Demanda de marca Demanda Global Demanda de Línea	Demanda de cliente individual Demanda local Demanda nacional Demanda Regional	Tamaño Composición Necesidades Poder Adquisitivo	Encuesta 9-13
4. Gestión Financiera	Gestión Financiera Análisis y toma de decisiones sobre las necesidades financieras de una sociedad, tratando de utilizar los recursos financieros óptimos para la consecución de los objetivos sociales.	Gestión Financiera es responsable de asignar los fondos para los activos corrientes y los activos fijos; para obtener la mejor alternativa de desarrollar optimización de los recursos de la empresa.	Planificación de Presupuestos Previsión Diagnostico Monitoreo	Estados de Resultado Balance general Razones Financieras Proyecciones	Entrevista

Tabla 3. Elaboración Propia Operacionalización de las Variables

3.2 Enfoque y Métodos

El enfoque aplicado en el estudio es cuantitativo deductivo. Ya que este tipo de enfoque de estudio de investigación analiza el comportamiento de unas series de datos numéricos y en base estudio probabilísticos. El objetivo de este estudio es buscar respuestas proporcionadas por la población a preguntas específicas.

Según (Hernández, 2010, pág. 174), el enfoque cuantitativo utiliza el análisis estadístico y medición numérica para poder establecer patrones de comportamiento y probar teorías e hipótesis y proyectar la factibilidad.

3.3 Diseño de la Investigación

El diseño constituye el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. Por tanto, es importante recalcar que la amplitud, precisión y profundidad de la información obtenida varía en función del diseño elegido (Hernández, 2010, pág. 174).

No experimental ya que no existen modificaciones en las variables solamente se observan. Transversal su propósito es describir variables su incidencia de relación en un momento dado.

Con el fin de recolectar la información necesaria para responder a las preguntas de investigación se selecciona una práctica precisa que se adopta para cumplir con los objetivos del estudio, indicando los pasos a seguir para alcanzar dichos objetivos, de manera de cómo conseguir respuesta a las interrogantes planteadas, la elección adecuada busca una precisión, de profundidad así como también el éxito de los resultados de la investigación, con características particulares, los diseños no experimentales se aplican en ambos enfoques (cualitativo o cuantitativo). Y se aplicará de

manera transversal ya que se recogerá la información de los datos en un único momento dado, donde su objetivo principal es la acción y interacción de las variables en un momento único.

3.4 Alcance Descriptivo

Ya que se pretende describir y evaluar características de personas o grupos para ver cuáles variables están relacionadas entre sí, usando datos numéricos para demostrar la realidad de forma estadística.

3.4.1 Población

Para Hernández Sampieri, "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (p. 65). La población se refiere a el universo donde convergen las personas que son sujetos de estudios para efectos de investigación, estos agentes concuerdan con características específicas para poder servir de medición dentro del campo de estudio. Para efecto de esta investigación se determinó la población de Francisco Morazán, enfocada en la zona urbana, misma que fue proporcionada por la base de datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en base al censo de población y vivienda 2017 y la población económicamente activa (PEA) de Francisco Morazán brindada por la Secretaria de Trabajo y Seguridad Social.

3.4.2 Marco Muestral

Según Hernández et al. (2010) "el marco muestral es un marco de referencia que nos permite identificar físicamente los elementos de la población, así como la posibilidad de enumerarlos y seleccionar los elementos muestrales" (p.185).

Para esta investigación se definió un marco muestral conformado en primer lugar por las empresa que están constituidas legalmente y que ofrecen los servicios de carga y logística a nivel

Tegucigalpa, ya que ellos conocen más la situación actual y tienen representatividad en el rubro, y segundo lugar son los clientes que reciben este servicio, pero agrupados por personas naturales, así como las empresas que se sirven de este servicio sólo para mencionar algunos de ellas, se agrupan en casas de repuestos, farmacias, ferreterías, hoteles y supermercados, ya que de alguna manera tienen más conocimiento sobre el tema en cuestión.

El segmento de mercado que atenderá es el siguiente:

Geográfico: Departamento de Francisco Morazán, Distrito Central

- Población al 2015 1,190,230 en el municipio
- Hombres representan el 46.22 %
- Mujeres representan 53.78 %
- Ocupa según su población 1 puesto dentro de Francisco Morazán.
- Tiene un total de aldeas 44 y total de caseríos de 447
- Población zona urbana 673,649 habitantes, (INE, 2015).

3.4.2 Muestra

De acuerdo con Hernández et al. (2010) la muestra “es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población” (p.173).

La clase de muestreo que se aplicó en este estudio es el no probabilístico por conveniencia pues las personas son seleccionadas por accesibilidad, proximidad y características de interés de la población para el estudio. Además, esta técnica de muestreo es la más económica y la que menos tiempo consume, lo que es muy conveniente para esta investigación, considerando que el tiempo para desarrollar dicha investigación es limitado. Por otra parte, cabe destacar que debido a las

características de los dos grupos de población se estiman dos tamaños de la muestra (Fórmula 1) para la aplicación de las respectivas encuestas.

Para determinar el tamaño de la muestra, se usó como dato estadístico la información proporcionada por algunas instituciones del país que se encargan de agrupar las diversas poblaciones a quien se determinó como mercado meta para el desarrollo de este proyecto; estas instituciones son Cámara de Industria y Comercio , Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y El Instituto Nacional de Estadísticas INE, a través de entrevista y correos electrónicos proporciono una base de datos de las empresas que están constituidas como transporte de carga, de pasajeros y logística haciendo un total de 132 empresas, supermercados haciendo un total de 31, farmacias 17, casas de repuestos de vehículos, motocicletas camiones 807, comerciales varias 203 haciendo un total de 1,190

Población Urbana económicamente activa de Francisco Morazán Distrito Central según registros de secretaria del Trabajo y Seguridad Social son 413, 113 habitantes

Al sumar los datos obtenidos en las instituciones antes mencionadas, se puede establecer que el total de la muestra es: 414,303

Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2} = \frac{414,303 (1.95)^2 (0.50) (0.50)}{0.05^2} = 384$$

$$E^2(N-1) + Z^2pq \quad (0.05)^2 (144,303-1) + (1.95)^2 (0.50) (0.50)$$

Dónde:

N= PEA

Z= Nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

E= Error muestral (Netquest, 2018)

3.4.3 Unidad de Análisis

Para seleccionar una muestra lo primero que hay que hacer es definir la unidad de análisis (individuos, organizaciones, periódicos, comunidades, situaciones, eventos, etc.). Una vez definida la unidad de análisis se delimita la población (Hernández et al.,2010, p. 173).

3.5 Técnicas e Instrumentos Aplicados

Otorgar importancia y no olvidar el valor que tienen las técnicas y los instrumentos que se emplearán en el estudio, Por tal razón, se considera esencial definir las técnicas a emplearse en la recolección de la información, al igual que las fuentes en las que puede adquirirse tal información.

En opinión de Rodríguez Peñuelas, (2008:10) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas.

Efectuar una investigación requiere, como ya se ha mencionado, de una selección adecuada del tema objeto del estudio, de un buen planteamiento de la problemática a solucionar y de la definición del método científico que se utilizará para llevar a cabo dicha investigación.

Para esta investigación se aplicaron encuestas dirigidas a clientes que reciben el servicio ya que con su experiencia serviría para potenciar la información que se busca para dar solución a las preguntas, hipótesis y objetivos de esta investigación.

3.5.1 Cuestionario

“El cuestionario es el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Hernández et al., 2010, p. 217). Con su aplicación se logró la obtención información relevante para la toma de decisiones y para lograr los objetivos que la investigación tiene planeados; por otra parte, permitió conocer la percepción que tienen los clientes sobre servicio, calidad, costo y valor agregado.

3.5.2 Entrevistas a Profundidad

Esta técnica es utilizada para recabar información a través de una entrevista no estructurada con el propósito principal de indagar de manera exhaustiva información con personas con experiencia en el ramo conocedoras del tema, para que puedan proporcionar información relevante que sirva de sustento para la investigación.

3.5.1 Instrumentos (cuestionarios, fichas de observación, etc.)

Es medio a través del cual se relacionará el investigador con los participantes para obtener la información necesaria que permitirá lograr los objetivos del estudio, de modo que se tendrá presente;

- El instrumento de recolección de información es válido y confiable para aceptar los resultados.
- Se organizarán las mediciones obtenidas para poder analizarlas.

¿Qué es medir?

Es más adecuado definir la medición como;

“el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos, proceso que se realiza mediante un plan explícito y organizado para clasificar (y frecuentemente cuantificar) los datos disponibles, los indicadores en términos del concepto que el investigador tiene en mente (Carmines y Zeller, 1979, pág. 10).

El instrumento seleccionado según el enfoque de la investigación:

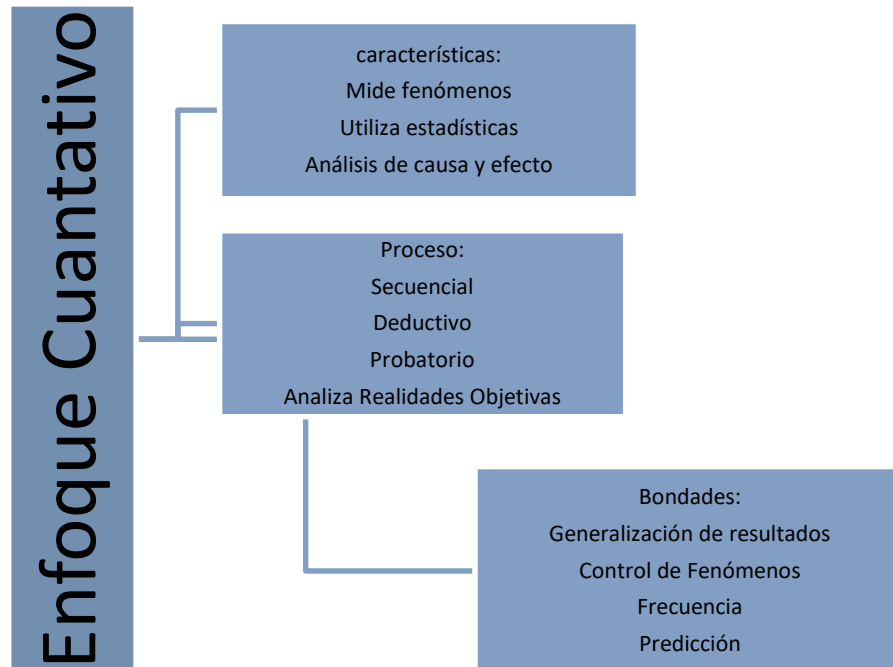


Figura 2. Tipo de Estudio

3.5.2 Técnicas (encuestas, entrevistas, etc.)

De acuerdo a la metodología de la investigación la entrevista es una herramienta para recolectar información que sirva de sustento para el trabajo de investigación, según el libro del Metodología de la investigación Roberto Hernández Sampieri la encuesta se identifican cuatro grupos o clasificaciones, para tal efecto de recabar información se dirigió una entrevista de profundidad a expertos en el tema de logística y carga, la cual fue llevada a cabo con gerentes de operaciones, administradores del medio en que se desenvuelven sus empresas ligadas a este tema, lo que permitió brindar la información pertinente para poder sustentar la investigación, es así que continuando con la metodología la entrevista para esta investigación tiene rasgos descriptivos que muestren relación de conductas o comportamientos de los sujetos de la población de estudio.

3.6 Fuentes de Información

3.6.1 Fuentes Primarias

Estas fuentes proporcionaron información de primera mano para el proceso de investigación. La misma se obtuvo de diversos documentos que proporcionan una indagación acertada en el ámbito de este estudio. Las fuentes primarias utilizadas en esta investigación son:

Un cuestionario estructurado para aplicar a diferentes personas que tienen conocimiento de servicio de transporte de carga y servicios logísticos.

Se realizaron consultas de libros, artículos, tesis y publicaciones oficiales relacionados con la temática del estudio en diferentes bases de datos y bibliotecas en la que se analizaron metodologías de investigación, estudios similares, experiencias de otros países y conceptualización.

Documentos oficiales: Se consultaron documentos e informes generados por diferentes instituciones relacionadas con el manejo y protección de los bosques, para conocer acciones se han venido implementando en algunos sectores del país.

Páginas de internet: Fueron consultadas diversas páginas oficiales de entidades y bases de datos académicas y organizaciones con estudios, artículos y publicaciones que ayudaron a consolidar las ideas de la investigación.

3.6.2 Fuentes Secundarias

Estas fuentes son el resultado de la sistematización de análisis documental principalmente de fuentes primarias tales como descripciones bibliográficas, catalogación de información, resúmenes, síntesis y otras fuentes que contienen datos en esquemas determinados que facilitan la búsqueda de información entre los que se pueden mencionar

bibliografías, boletines de sumarios, boletines de índices, catálogos de bibliotecas, bases de datos bibliográficas referenciales. Se les puede atribuir como una característica el hecho de que

alguien ha trabajado en la sistematización o contenido de las mismas y pueden permitir acceder a información presente en documentos primarios a través de diferentes formas de búsqueda de información (Cabrera Méndez, 2010).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1. Análisis de Resultados

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de estos, por cuanto la información que arrojará será la que indique las conclusiones a las cuales llega la investigación, por cuanto mostrará la percepción que posee la muestra seleccionada de la población sobre el servicio que brinda la empresa y la factibilidad para la creación de esta misma.

Por lo tanto, la importancia y utilidad que las representaciones gráficas pueden alcanzar en el proceso de análisis de datos que la mayoría de los textos estadísticos, hacen hincapié en los distintos tipos de gráficos que se pueden crear, como una herramienta imprescindible en la presentación de resultados y el proceso de análisis estadístico, (Franco, 2010).

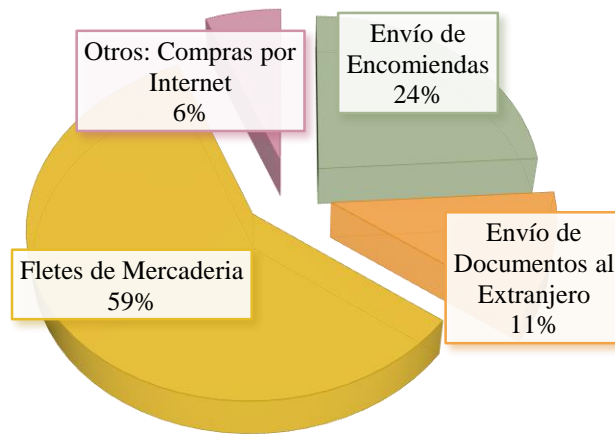
4.1.1. Generalidades de los Encuestados.

Se presentan los resultados de las preguntas relacionadas dirigidas en dos agrupaciones por un lado empresas de usas los servicios de transporte y logística y por otro lado público en general que utiliza los servicios de transporte de carga y de logística.

4.1.2 Servicios logísticos y de transporte

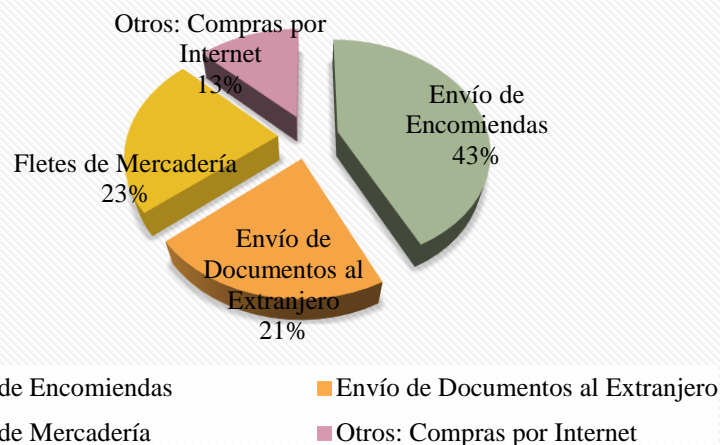
En el mercado de servicios de transporte de carga y de logística actualmente son muy genéricos, dentro de la oferta de servicios logísticos se ofrecen envíos de encomiendas a nivel nacional, las rutas más destacadas son San Pedro, Choluteca, El Paraíso, Copan y la Ceiba debido a que uno de los factores que impulsan la economía en estos departamentos son el corte de Café, las Meloneras, Sandilleras y las flores exóticas, por otro lado las casas comerciales destinadas a comercio de abarrotería, ropa y calzado, otro servicio brindado.

Servicios logísticos y de transporte opinión empresas



Los fletes de mercadería se estiman por parte de las empresas como el servicio más buscado este comportamiento obedece a que la población de estudio ha aprovechado una ventana para hacer negocios gracias, a la estimulación y crecimiento de la economía nacional. La demanda de las exportaciones del mercado internacional y a las economías de escala como en China, permitiendo a las empresas nacionales comprar a través de proveedores o de páginas de internet la oportunidad de compras más barato y poner a disposición los productos al mercado en el cual no hay disponibilidad de esos productos en algunos casos y en otros ofertar a precios más baratos.

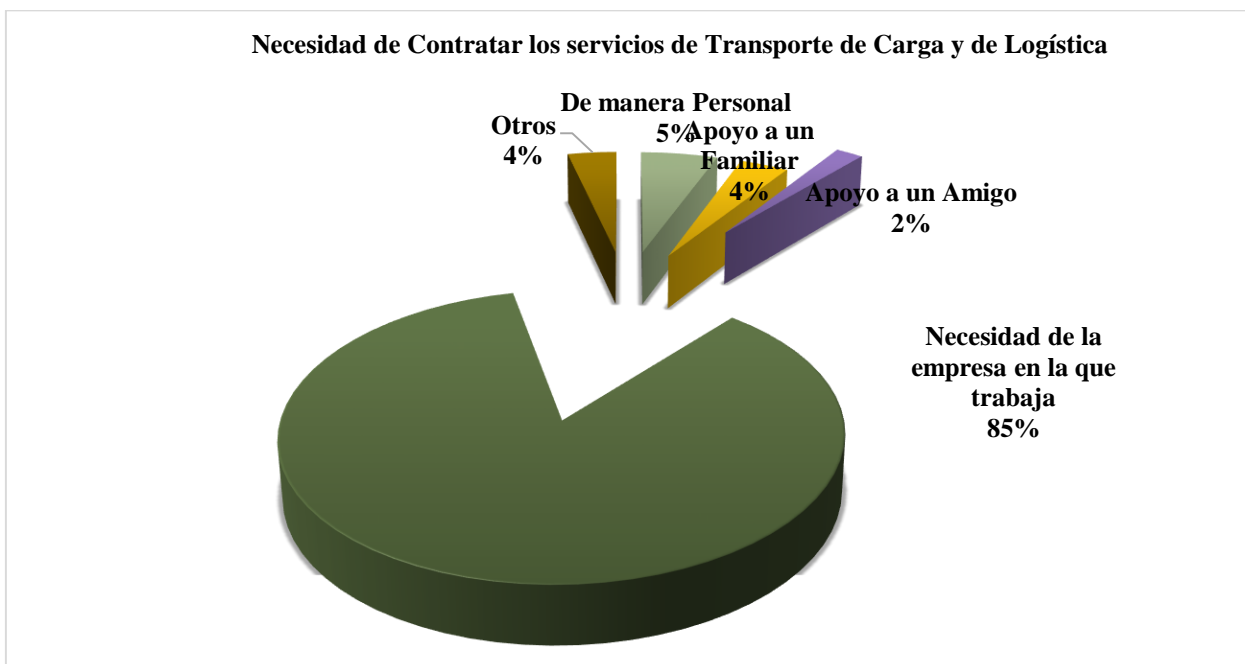
Servicios de Transporte y Logística Opinión Público General



El público en general busca el servicio de envío de encomiendas a nivel nacional debido a que muchas personas sirven de enlace con amigos, familia y casas comerciales donde ellas realizan gestiones administrativas, gestiones de compra y luego hacen esos envíos a sus destinatarios ya que resulta más barato buscar alguien que pueda hacer esas gestiones y poner sus encomiendas en una empresa para posteriormente ser recibidas por sus propietarios que trasladarse hasta el lugar de origen donde se realiza la gestión.

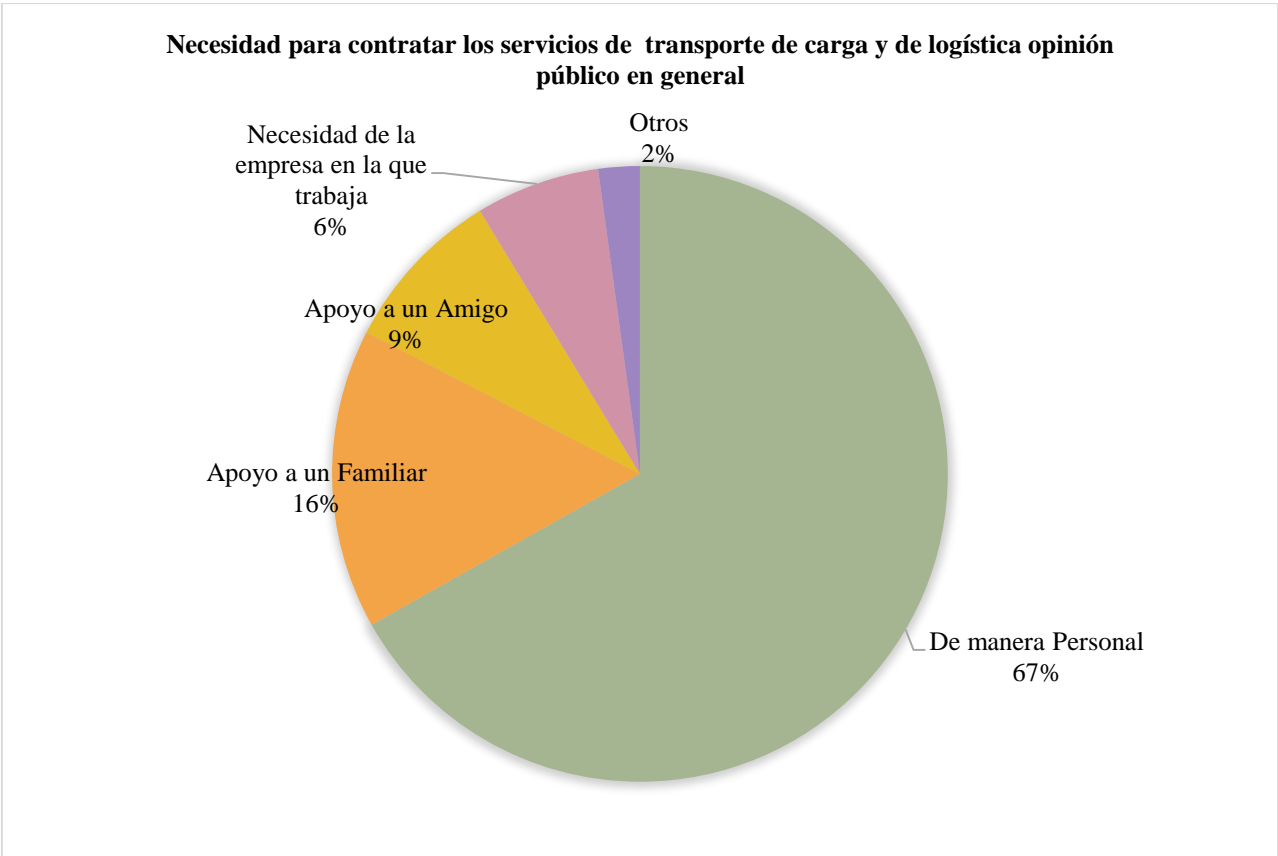
4.1.3 Necesidad de contratar los servicios de carga y de logística

Es imperante que la empresa pueda hacer una gestión administrativa que permita administrar eficientemente los recursos, el personal y materias primas de manera por esta razón las empresas buscan contratar o tercerizar los servicios de carga y de logística para poder cumplir con las funciones diarias y los requerimientos del mercado en un entorno de en el cual se desenvuelve un ambiente de globalización con tendencias de cambios constantes las empresas deben cumplir con los objetivos estratégicos así como metas del día a día.



Las personas se ven impulsadas a buscar estos servicios por necesidades de sus empresas muchas veces porque es más barato el tercerización de servicio que ofrecerlo la empresa misma debido a que se disminuye gastos o simplemente no están dentro de nuestra estructura, a través de la tercerización de los servicios de carga y logística, eficienticos los tiempos de entrega, reducimos la incertidumbre de hacer una programación de distribución de manera efectiva, ser reduce el pasivo laboral y la depreciación, el mantenimiento del equipo de reparto.

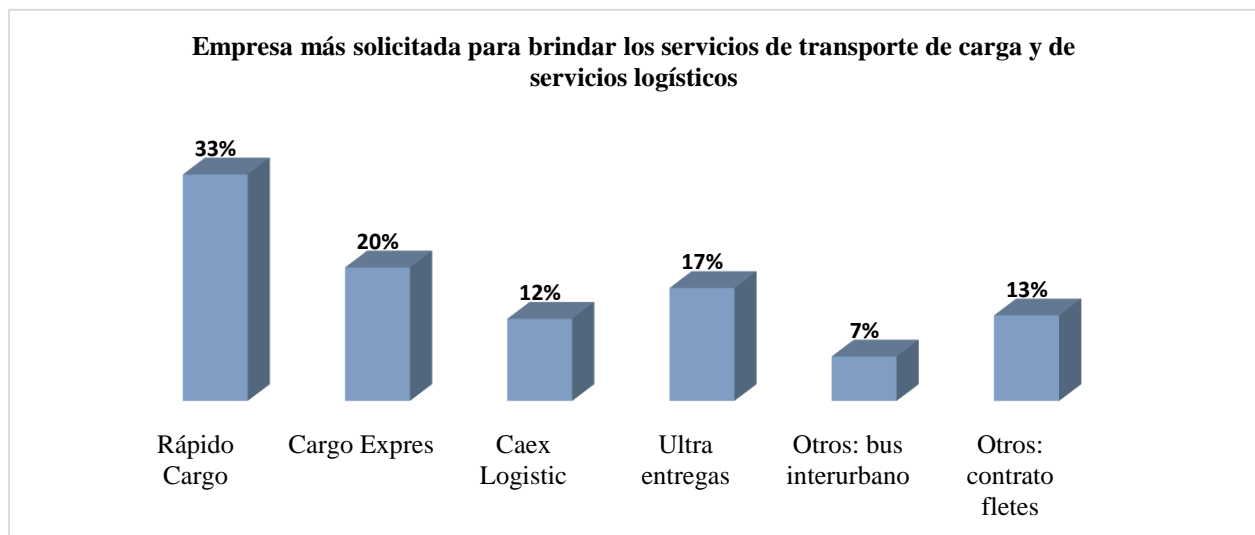
Por otro lado, el público en general busca estos servicios por la interconectividad entre ciudades que ofrecen las empresas que brindan estos servicios lo que permite a las personas dejar esta responsabilidad en manos de expertos, sumando a eso que la búsqueda del servicio es debido a necesidades personales o de sumo interés de manera particular.



El interés principal del público es la rapidez de los servicios, disminuir costos básicamente ya que con la economía endeble que cruza el país las personas siempre buscan reducir costos en sus transacciones diarias.

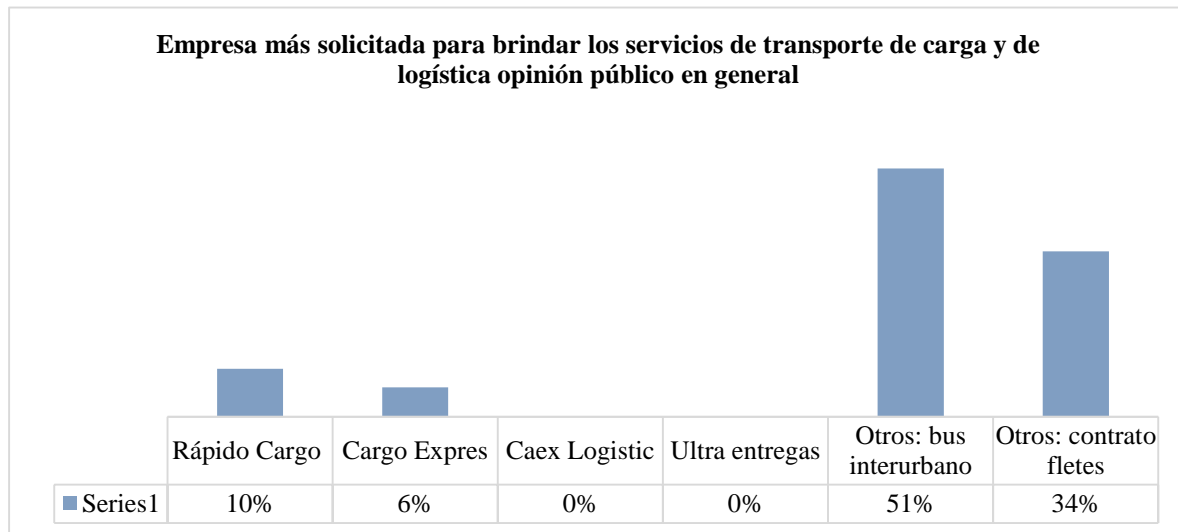
4.1.4 Las empresas más solicitadas que ofrecen el servicio de carga y logística

Hoy en día el abanico de oferta de servicio está a disposición de los usuarios a la orden del día en un mundo de tecnología donde los consumidores hoy son más entendidos en los temas debido a los medios de información, web y redes sociales; lo que resulta difícil para las empresas generar una cuota de participación en el mercado debido a que cada día las empresas se ven en la necesidad generar respuestas de manera creativa y al menor costos posible en algunos casos, según los mercadólogos las personas cuando pagan por un servicio un mayor precio que el en mercado este se presume que es un productos o servicio de calidad y altamente diferenciado.



Por otra parte, un criterio de selección a la hora de escoger un servicio es la reputación de la marca y en algunos casos la aparente presencia de la empresa, como la más dinámica esta calificación se da de boca a boca ya sea por referencia de un cliente la empresa o por la competencia de nuestro

negocio en el rubro. La empresa Rápido Cargo y Cargo Expreso son empresas más reconocidas en el mercado debido a que sus unidades de reparto se manejan debidamente rotulados y circulan por toda la ciudad, además de que tiene una fuerza de ventas que presentan los servicios a través de visitas a las empresas.

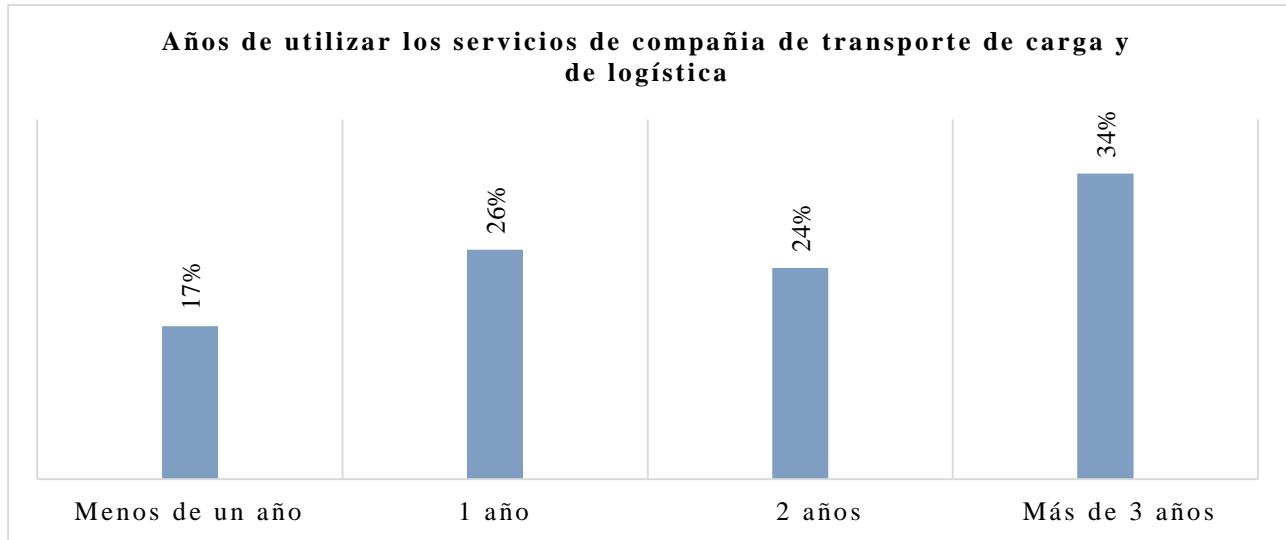


A la hora de presentar los beneficios que se obtienen a través de una empresa se hace un poco más difícil para las público en general ya que este siempre depende de la referencia de otros, como se sabe el ser humano es un ser social debido a ellos siempre está implícita en sus decisiones las aprobaciones de estos grupos de referencia como lo son los amigos y la familia, es por tal razón que de las personas decide utilizar los servicios del transporte interurbano debido a la proximidad de las empresas, localización, conocimiento de la existencia de las mismas y referencia de sus familiares y amigos.

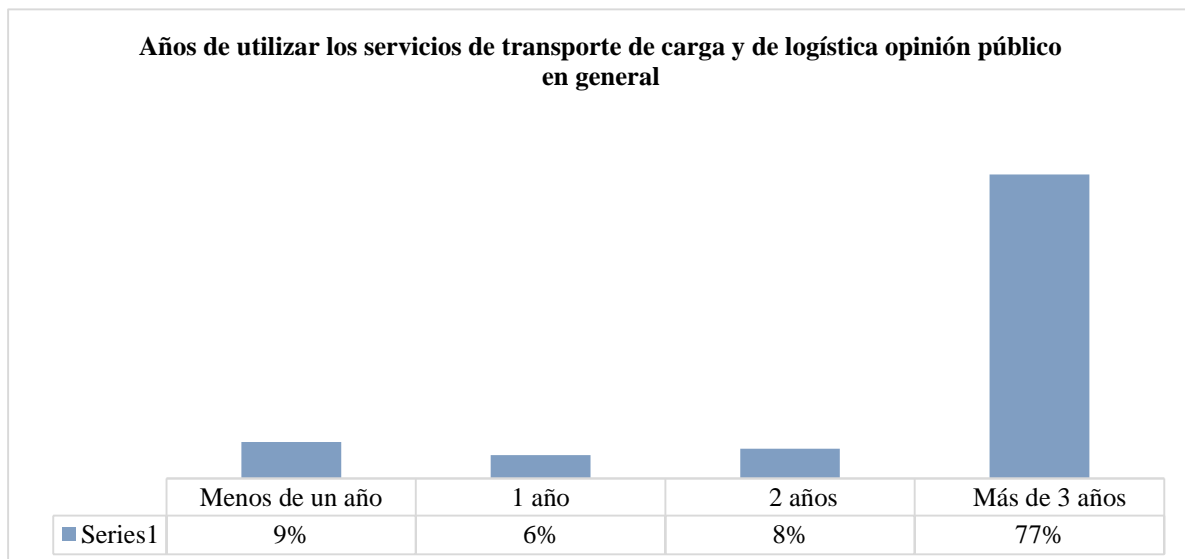
4.1.5 Años de utilizar los servicios de la compañía de carga y servicios logísticos

Las empresas vierten su confianza en una empresa que se adapte a las necesidades de su empresa, por otro lado, que estas empresas puedan brindar soluciones a situaciones muchas veces no

estructuradas desarrollando un aliado estratégico en su gestión empresarial, la muestra manifestó una relación de negocios de más de tres años en la cual estas empresas brindan comodidad y responsabilidad en la entrega del servicio solicitado.

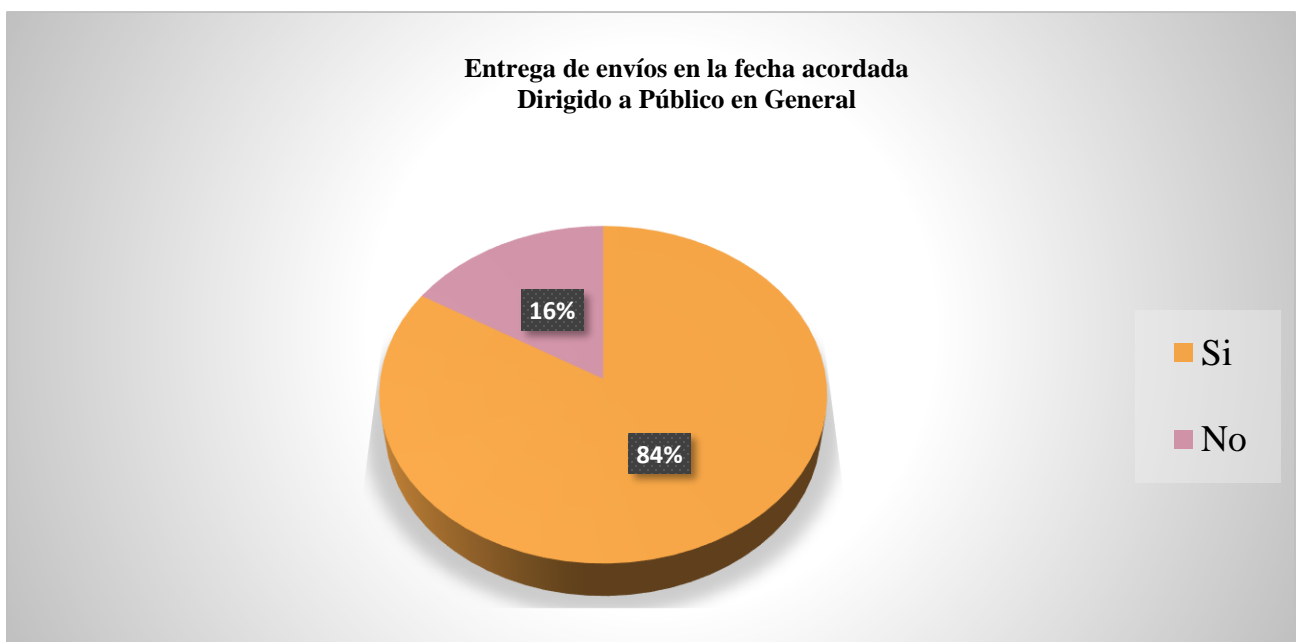


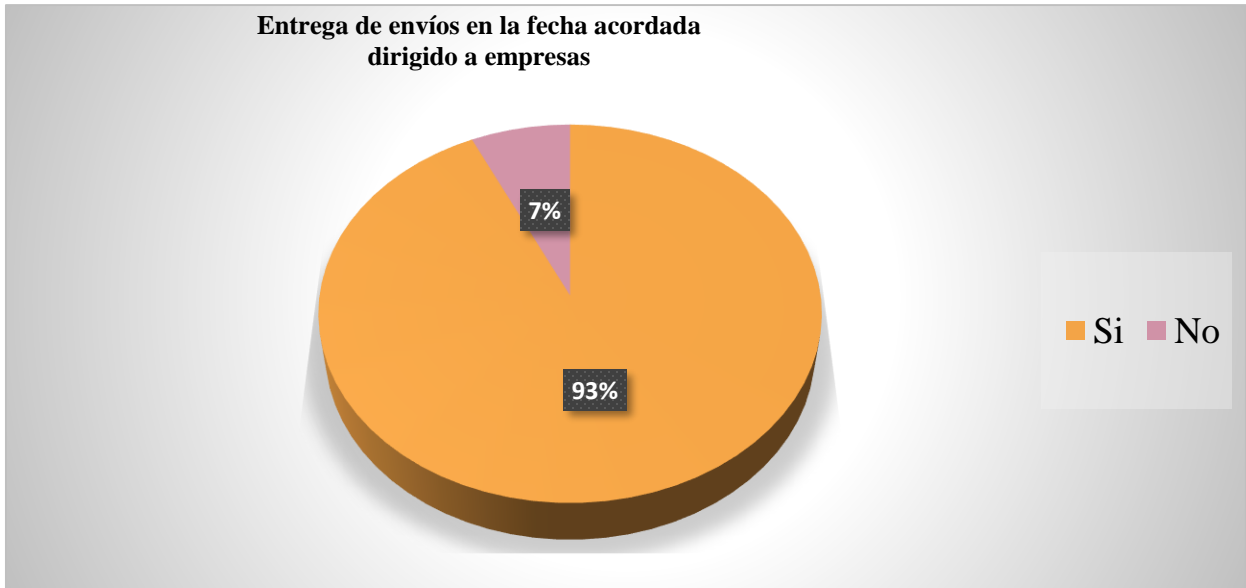
El público en general vierte su opinión que le es funcional el servicio de la empresa, pero, dejando la puerta abierta a cambiar de proveedor dependiendo de la oferta de servicio proporcionada.



4.1.6 Entrega y tiempos de respuesta de los servicios de carga de logística

Las empresas que brindan servicios de carga y logísticos mantienen un protocolo de recepción de pedidos lo que permite programar los tiempos de despacho por lo general dependiendo la ruta se estima una entrega del paquete, o mercadería 24 horas después de recibirlo, por tal razón las empresas y el público en general que buscan el servicio no discrepan en sus opiniones de tiempo de entrega de sus productos



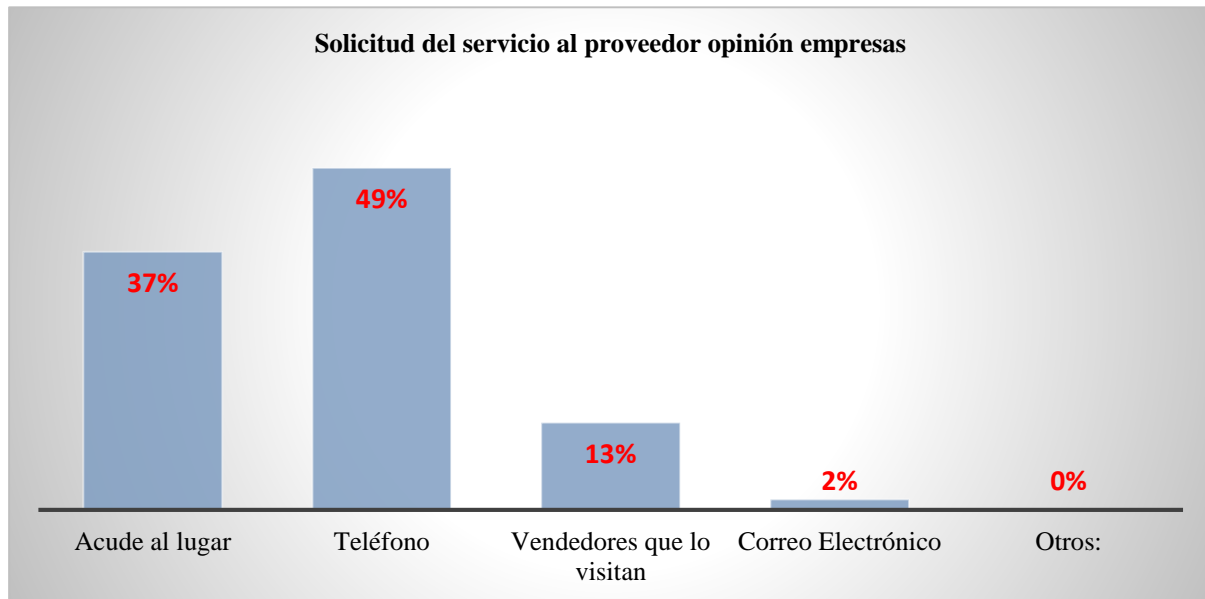


4.1.7 Como solicitar el servicio de transporte de carga y de logística al proveedor

Cuando hablamos de tecnología nos referimos a ciencias que han aportado sustancialmente la calidad de vida de la población así mismo ha permitido optimizar la producción en las empresas debido que a su aporte significativo los procesos se pueden automatizar y ajustar procesos.

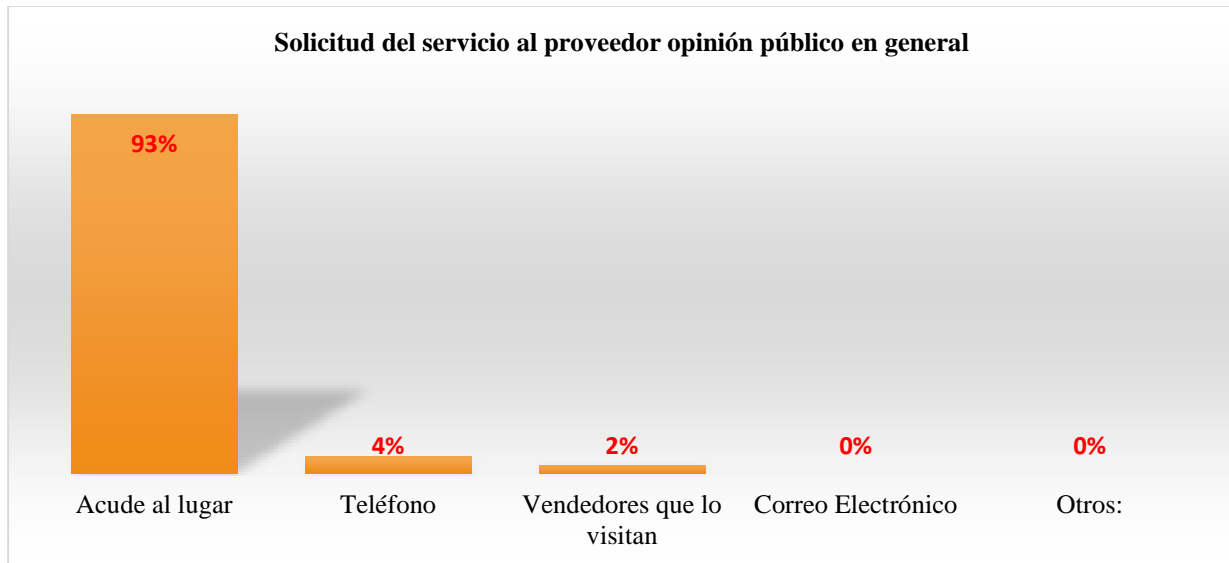
Las empresas grandes o pequeñas compiten en dos dimensiones velocidad y tiempo, en la prestación de servicios, en respuesta, y en resolución de quejas, si bien es cierto estamos en una era de desarrollo tecnológico no todas las empresas explotan estos recurso, esto obedece a que las plataformas no generan la suficiente confianza para poder brindar el servicio sin que genere incertidumbre o desconfianza, otra causa obedece es que no todas la empresas desarrollan gestiones electrónicas, en el mercado los negocios que han tenido un despegue en estos servicios son los bancos ya que a través de los mecanismo de sus plataformas de negocios permiten hacer

transacciones permitiendo cubrir una parte de sus servicios prestando de esta manera la comodidad para sus usuarios de realizar estas gestiones a tiempo para no incurrir en retrasos.



En el tema de empresas de servicios de carga y de logística, los clientes empresas realizan su gestión vía teléfono, debido a que no hay una cultura en este medio o el desarrollo tecnológico que permita reservar el servicio por medio electrónico, el medio electrónico es más utilizado como un medio de información.

Por otra parte, el público en general tiene que acudir al lugar de la empresa prestadora de servicio de carga y de logística.

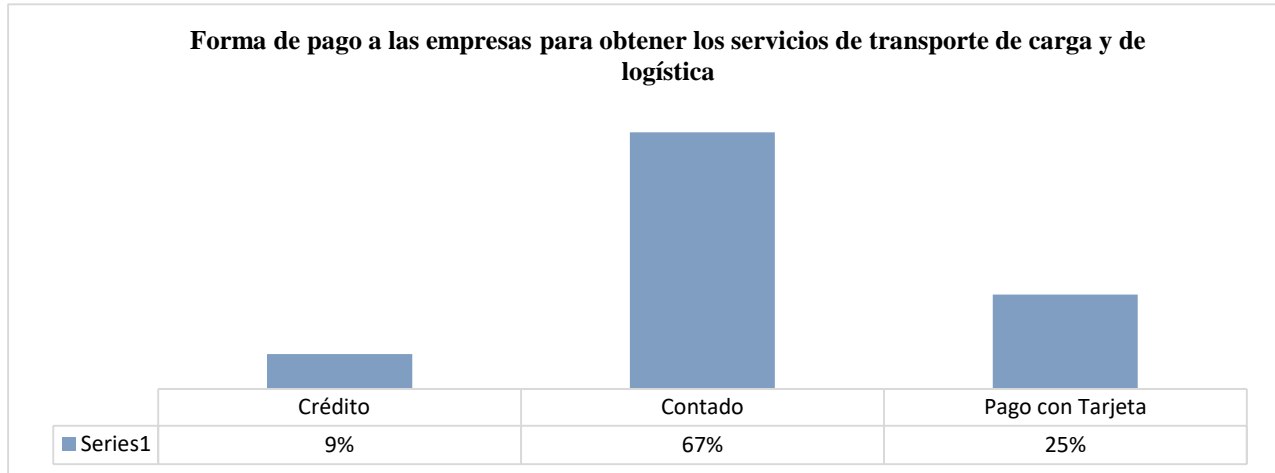


Esto obedece que según el cruce de variables el público en general realiza sus envíos en empresas de transporte, más que empresas de carga y de logística, las empresas de transporte interurbano no cuentan con el servicio de recolección de paquetes o mercadería por lo que las personas deben hacerse presente al lugar de envío, aunado a eso los destinos son diferentes en los envíos por el público en general no siempre es la misma ruta ni recurrencia de envíos.

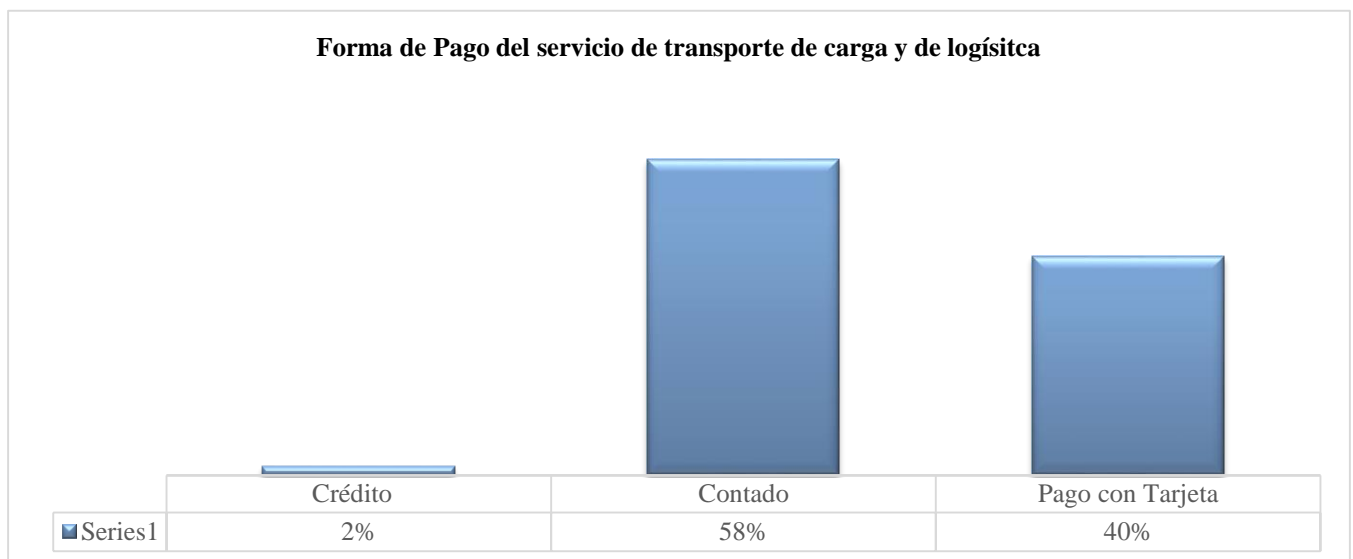
4.1.8 Forma de pago para obtener los servicios de transporte de carga y de logística

Según la exposición de las empresas que ofrecen productos y servicios ofrecen sus servicios cambio de un pago de contado y en efectivo ya que en la mayoría de casos el banco que brinda los servicios de POS para realizar cobros con tarjeta de crédito o débito, exige un volumen de facturación caso de no facturarlos cargan una penalización de un porcentaje, y dos las comisiones por desembolso del servicio es alta lo que obliga a los comercios o empresas transferirle este último en la factura al consumidor final. En el mercado hay excepciones algunas empresas prestan sus servicios y

cobran de acuerdo con sus políticas establecidas que pueden ser efectivo, tarjeta o cheque y dejando por último el crédito este otorgado una vez que el cliente tiene un récord de compra con la empresa.

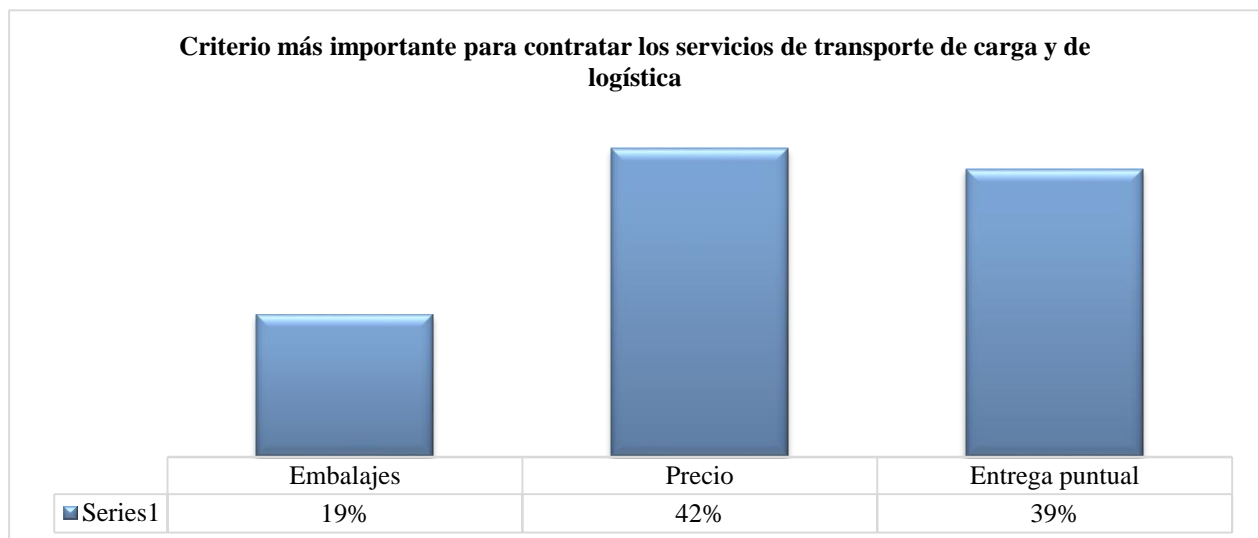


El público realiza sus pagos de contado al recibir los servicios de transporte de carga y logística, esto obedece que de la población encuestada no todos manejan tarjeta de crédito para usarla donde las empresas aceptan el pago de esa manera y por otra parte no tiene ese tipo de cultura en el pago.



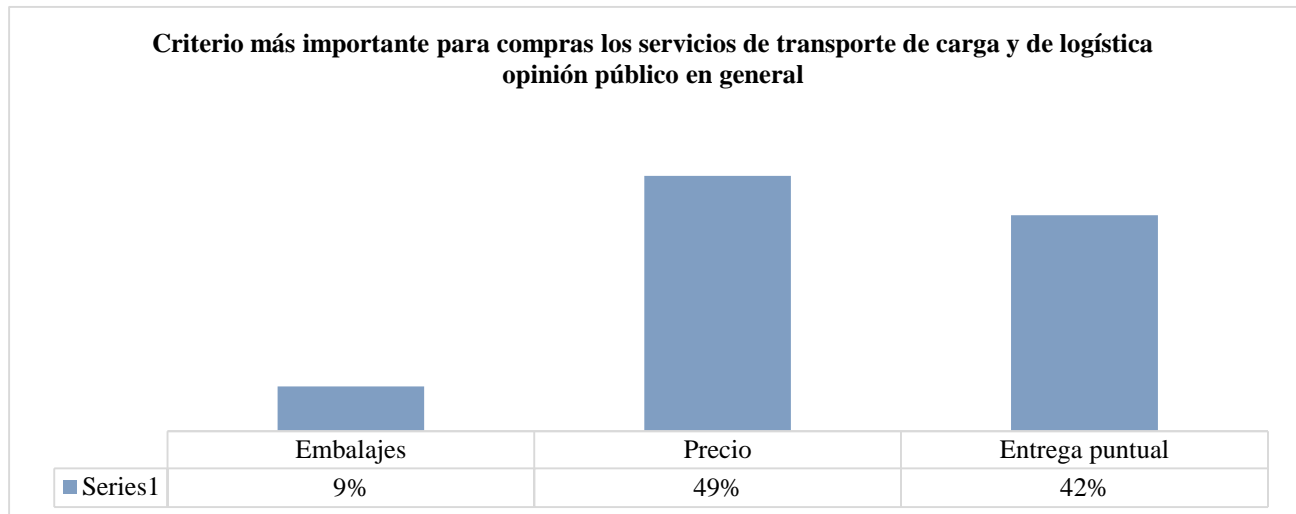
4.1.9 Criterios más importante de contratar los servicios de transporte de carga y de Logística.

Cuando hablamos de competencia nos enfocamos a estrategias de marketing las empresas se enfocan en estrategias de puedan generar valor para los consumidores, dentro de esas estrategias está el posicionamiento en cuanto a precio, diferenciación de producto o servicio y en último caso la segmentación de mercados. Con la actividad de las economías la competencia de los competidores las empresas se esfuerzan por ofrecer alternativas que demuestren distinción en la percepción de sus clientes. Según la encuesta dirigida a las empresas estas se enfocaron en dos criterios de los presentados de mayor relevancia destacando el precio como criterio se basa en el ahorro y en la entrega puntal ya que este es un factor de competencia y el embalaje no fue tan representativo porque las empresas ya empaacan sus mercancías, sobre, cajas o paquetes por tal razón es de menor relevancia.



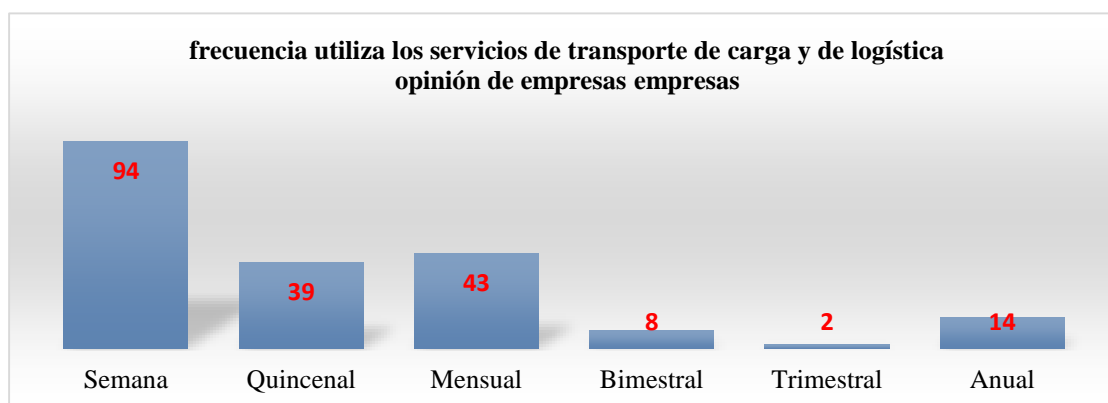
Para el público en general de igual manera el embalaje no es representativo como criterio de importancia ya que la mayoría de los encuestados por lo general sus envíos son cajas o sobres y no

ocupan mayor embalaje además de que en la guía de remisión siempre va declarado lo que se transporta de ser un producto de cuidado especial la empresa sugiere como debe de recibir el envoltorio



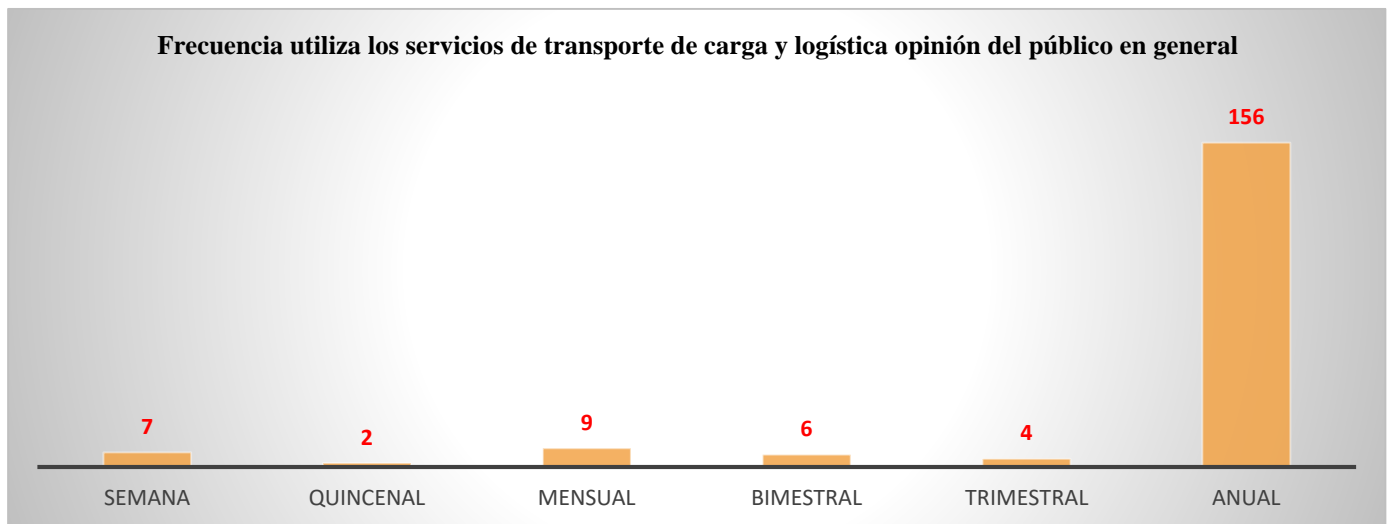
4.1.10 Frecuencia para utilizar los servicios de transporte de carga y de Logística

Debido a la necesidad de hacer frente a un mercado dinámico las empresas utilizan con mucha recurrencia servicios diversos como bancarios, de mantenimiento entre otros los servicios transporten de carga y de Logística no son la excepción.

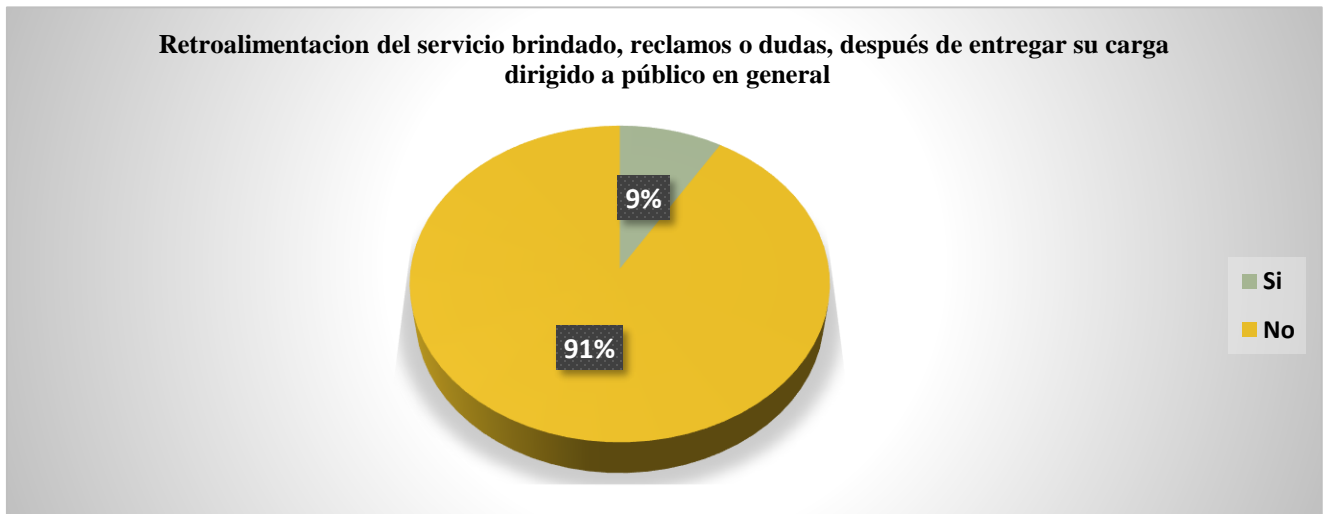


La frecuencia de solicitud de servicios obedece a la dinámica del mercado, flujo de clientes y de operaciones que la empresa enfrenta de manera diaria, mensual o anual, las empresas comerciales, las ferreterías por mencionar algunas mueven grandes cantidades de mercadería debido a la alta rotación en sus inventarios generando un efecto en cadena con todos los involucrados en la cadena de suministros.

Por el contrario, el público en general se muestra más pasivo, lo que lo reactiva son ciclos de la demanda debido a fechas especiales como día de las madres, semana morazánica, semana negra por mencionar algunos lo que estimula la contratación del servicio de manera más pausada.



4.1.11 Los proveedores se interesan por saber de dudas o reclamos después de la entrega.



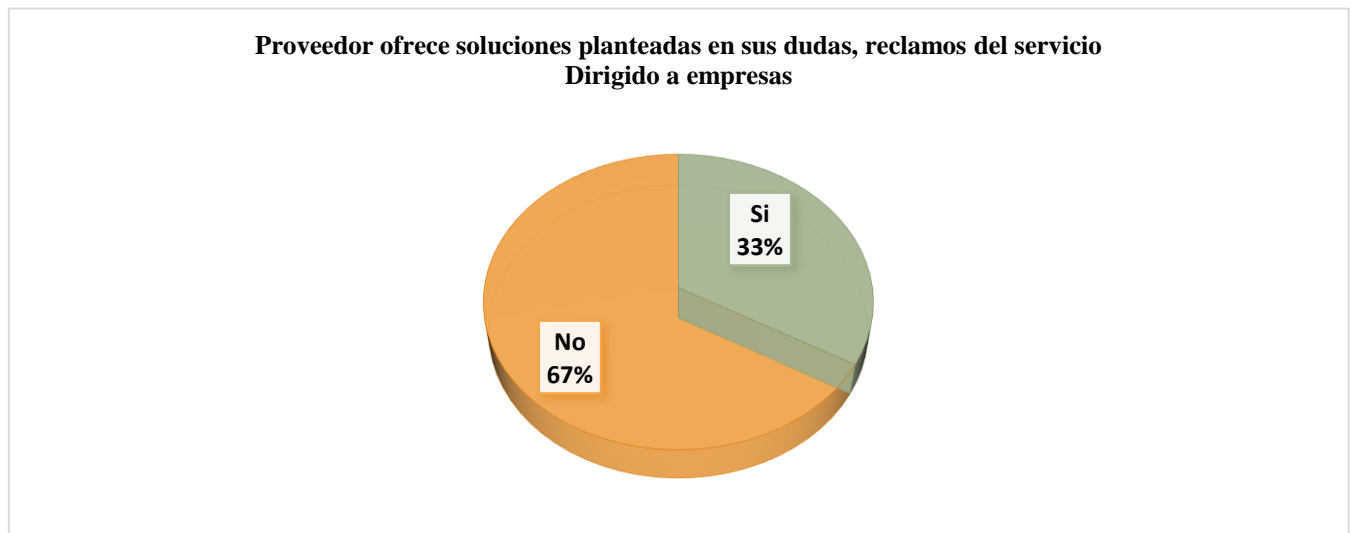
Las empresas que presentan servicios de transporte de carga y de logística no brindan retroalimentación en el servicio debido muchas veces a falta de interés de mejorar el servicio, por otra parte, muchas veces el empleado no cuenta con la capacitación suficiente para poder solventar las dudas necesarias para el mercado al cual se le brinda el servicio. La capacitación constante para el empleado es determinante en el servicio, conocer las bondades del servicio y los alcances de la

empresa hasta donde esta está facultada para hacer o la responsabilidad que ella asume a la hora de la prestación del servicio y que le transfiere ese conocimiento a los empleados para que ellos den un mejor servicio.

El cliente es el activo más valioso de la empresa, pero dentro de las estrategias de abordar el mercado muchas veces las empresas vierten esfuerzos en superar la competencia más que en retener y generar satisfacción de sus consumidores, razón para la cual se debe las operaciones de la empresa.

4.1.12 Está conforme con las soluciones planteadas por el proveedor

Los canales de comunicación potencian las buenas relaciones entre empresa, proveedores y clientes es por esa razón que determinante para el éxito de las operaciones de la empresa mantener activos tantos canales de comunicación sean posibles para poder analizar cuál es el impacto que estamos teniendo en el mercado como empresa.

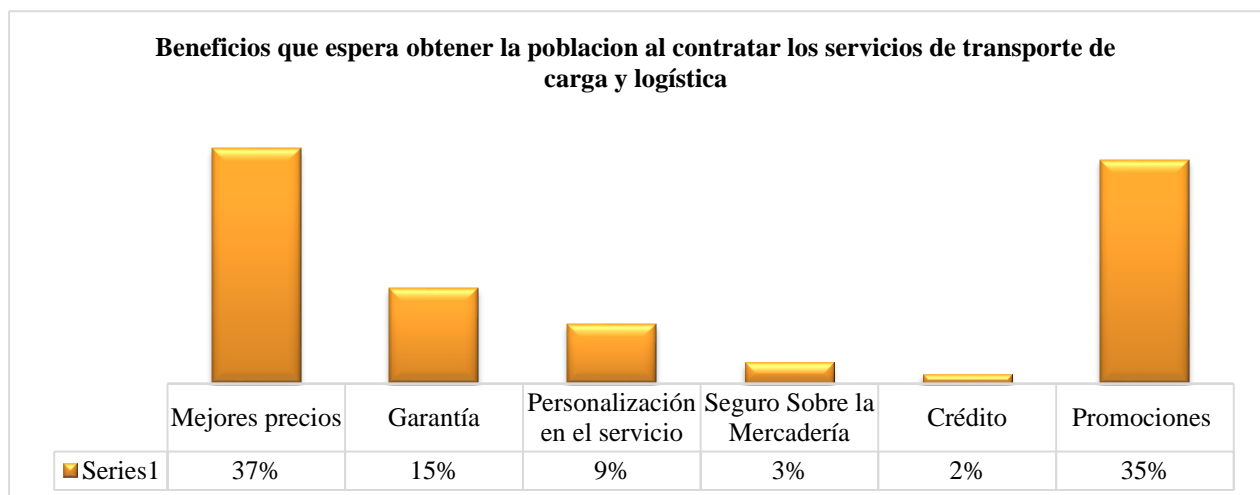


Según el cruce de variables en nuestro instrumento de investigación las empresas manifiestan que no hay en muchos caso retroalimentación del servicio como tiempos de entrega, estado en el flujo

del proceso y otras características, esto obedece a casos fortuitos en la convulsión del paro del transporte que se dio en el año el curso muchas de las empresas, enfrentaron retrasos en sus envíos y recepción de carga por tal razón se vio una pérdida sustancial en la economía nacional, y las empresas que brindan servicios de transporte de carga de logística no tienen un protocolo ante amenazas de ese tipo generando incertidumbre en sus clientes sin poder brindar respuestas a sus dudas. Generando un malestar en los clientes y agravando el operar de otras empresas que dependen de la tercerización de los servicios de transporte y de logística para brindar sus servicios al consumidor final. Se pudo constatar que los clientes buscan la eficiencia en el tiempo de entrega de sus mercaderías como un valor entregado más que el costo de los que se pagara por el servicio ya que de eso depende la satisfacción del consumidor final.

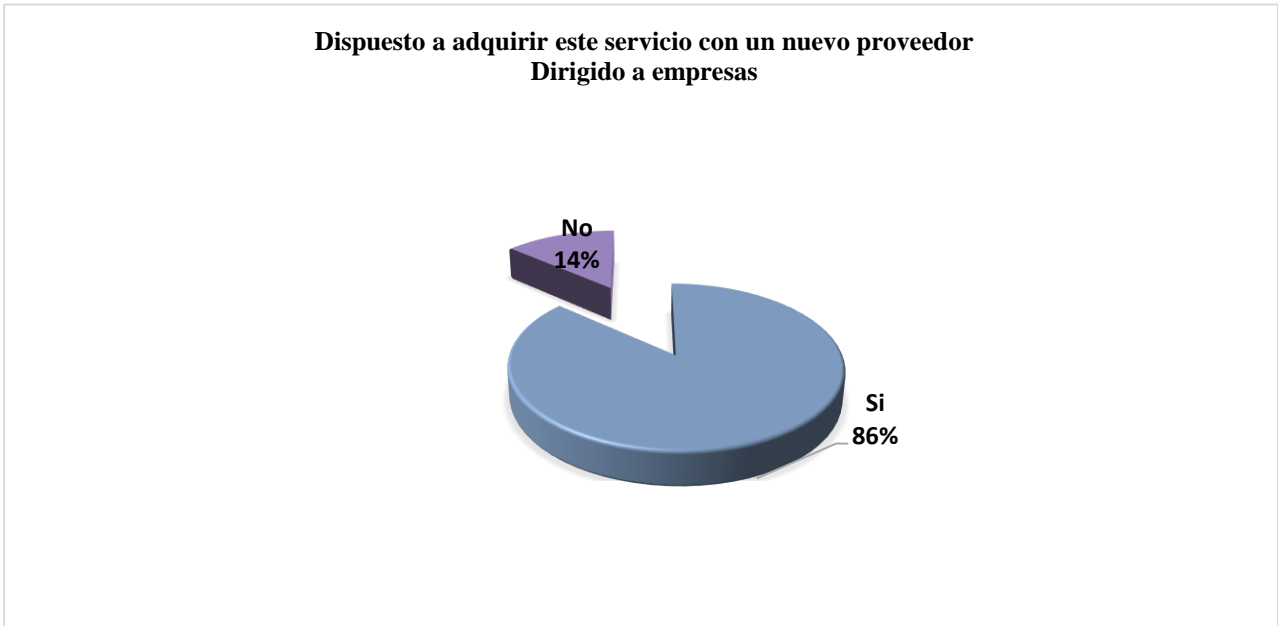
4.1.13 Beneficios que la población espera al contratar los servicios de transporte de carga y de logística.

Cuando hablamos de beneficio nos enfocamos en algo que genera valor para quien lo recibe este puede ser percibido por la bondades y características del producto o servicio o simplemente como un agregado o extensión del servicio que estamos recibiendo.



Los mejores precios y promociones son lo que representa un beneficio para las empresas y público en general debido que esos criterios proporcionan ahorro, en la economía de la empresa o del bolsillo del público en general, debido a la fragilidad de la economía y el poder adquisitivo de las familias y empresas las cuales se representan en diferentes magnitudes, pero a la larga todo repercute en la expansión o contracción de los mercados y de la economía. Cuando se habla de promociones el público en general lo relaciona en ofertas de dos por uno, caso contrario las empresas esperan un servicio distinguido por la calificación de un cliente estrella o recurrente.

4.1.14 Disponibilidad de adquirir los servicios de transporte de carga y de logística con nuevos competidores.



Las empresas y el público en general están dispuestos al cambio en relación al cruce de variables las empresas y el público en general están dispuestos adquirir un servicio con nuevos competidores cuando estos muestren criterios de ellos ponderan como determinantes para usar el servicio de las empresas, esos criterios por orden de relevancia precio, entrega puntual y promociones en la

medida que las empresa cumplan con estas características si tienen a bien probar los servicios de nuevas empresas, que estas se adapten a sus necesidades y cubrir su demanda. Esta apreciación de los consumidores sirve de soporte para la puesta en marcha de un proyecto para ingresar en el mercado ya que las personas y las empresas están a la disposición de utilizar algo nuevo novedoso y esperan recibir mejoras en el servicio ya que lo que está en el mercado es muy estandarizado y no llena sus expectativas.

4.2 Entrevista

Conocer la técnica de la entrevista en un estudio de investigación nos brinda un panorama más amplio del campo de investigación ya que esta técnica no provee información relevante desde la perspectiva o percepción del encuestado ya que este está involucrado en campo de estudio o por ser conocedor de la materia.

En opinión de Rodríguez Peñuelas, (2008:10) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas.

Entrevista No. 1

Licenciado Oscar Medrano gerente de operaciones de la empresa IBC con más de 13 años de experiencia en el ramo nos manifestaba el Lic. Oscar que la empresa brinda servicios de logística y Courier que el servicio más buscado es el Courier expés ya que una de las demandas que ellos cubren en el mercado es el envío de paquetería hacia el extranjero y viceversa, en su experiencia profesional los envíos a los países más utilizados son a España en segundo lugar a Estados Unidos y tercer lugar resto del mundo, por otra parte el considera que unas de las partes positivas del rubro es el prestigio de marca y fidelidad de los clientes, nos comentaba que la empresa no realiza promoción abierta o publicidad de sus servicios que ellos elaboran publicidad a partir de torneos de base Ball, fuerza de ventas que mapean la zona y pagina web ya que ellos consideran ofensivo

la publicidad en otro tipo de medio, menciono que en este servicio courier la mayoría de empresas utilizan software, un dato importante mencionaba la empresa maneja como política un porcentaje de garantía sobre el valor pagado y declarado del producto en caso de pérdida, deterioro o extravió en caso que el cliente quiera solicitar garantía del 100% se extiende una por un valor sobre el envío y avalúo del mismo.

Entrevista No. 2

Empresa 24/7 Licenciada Pamela López Administradora

Según entrevista realizada en 24/7 nos manifestaba la licenciada Pamela que para ellos un cliente frecuente hace uso de sus servicios diario según su base de datos, que con la efervescencia de las compras en línea ellos se ha visto favorecidos ya que el público en general personas naturales y las empresas buscan la importación de productos en el mercado exterior ya que es más barato y en algunos casos en el mercado nacional no existe oferta de los mismos, teniendo que hacer uso de las compras en línea, nos mencionó también que ellos y la competencia ofrecen casilleros gratis en Estados Unidos como estrategia de compra.

También menciono que la variación en el servicio obedece a los incrementos de los impuestos y variación en la moneda tasa de cambio, por otra parte, agrego que la parte negativa de este rubro y muchos más es la seguridad la extorsión esta ocasiona en algunos casos publicitar de boca a boca de los clientes, uso redes sociales y no realizar publicidad abierta. Por otra parte, el alza a los combustibles genera incertidumbre y que de repente eso permite hacer modificaciones en el precio de los servicios, otra variable negativa afirmaba es la reciente convulsión del paro de transporte y política, lo que ocasiono demoras en las entregas y que muchas veces el cliente está al tanto pero no comprende.

Entrevista No. 3

Se entrevistó al Ingeniero Díaz, gerente de operaciones logísticas Tegucigalpa de la empresa Rápido Cargo, con más de 5 años de experiencia, nos manifestó que el cliente lo que busca es prontitud en las entregas que el costo del servicio es lo de menos, en su experiencia nos compartía que su empresa y la competencia en algún momento se apoyan de otras empresas dedicadas al mismo rubro para poder hacer efectivas las entregas eso obedece a que en algunos casos la carga no puede ser puesta a disposición por ellos debido que no llegan a esa zona para lo que se apoyan con la competencia y terminar de brindar el servicio. El señor Díaz comentó que la empresa no utiliza un software especializado que puede auxiliarse de correo electrónico y llamadas telefónicas y redes sociales, por otra parte comentó que para iniciar en este rubro la empresa puede realizar operaciones con un mínimo de tres camiones de capacidad media con furgón como inicio y posteriormente empezar a equiparse, también comentó que transportan ellos desde un sobre hasta un vehículo, y que en su experiencia en el rubro las cargas de mayor riesgo son los alimentos y los medicamentos por el tema de temperatura y embalajes.

Entrevista No. 4

Se realizó una entrevista al señor David Mejía, empleado del área de despacho envíos y encomiendas de la empresa Ultra entregas con una experiencia de 6 años en el mercado decía el señor David que ellos realizan envíos a nivel nacional las rutas más atendidas son Tegucigalpa, San Pedro Sula, Copán, Danlí y Choluteca que la ruta más larga y costosa es Islas de la Bahía y Roatán por que la entrega se hace con ferri o aérea, nos exponía que el servicio de envío a través de ellos y de la competencia es más barato en algunas rutas y casos pero que las personas por no conocer de los servicios se abocan a las empresas de transporte de pasajeros pagando aun más de por el envío ya que estas cobran como el pasaje de una persona, además de que el interesado tiene

que desplazarse hasta la empresa a retirar su paquete o carga mientras que con ellos es de puerta a puerta.

Encuesta No 5

Cargo Expreso se procedió a entrevistar a la Gerenta Lourdes Roque, con tres años de experiencia en el rubro nos manifestaba ella que su empresa es de las más posicionadas en el mercado ya que cuentan con el respaldo de sus clientes unos de los contratos más influyentes es que ellos realizan las entregas de los pasaportes visados por la embajada Americana, no comentaba que ellos realizan transportación embalajes, envíos y servicios de tramitaciones de documentos al extranjero, pero que en el envío del extranjero le hacen saber al cliente que si el estatus del que recibe en el país de destino no es el legal la entrega es a cuenta y riesgo de él, nos mencionó también que la publicidad la realizan sus camiones debidamente identificados con los números de call center los cuales circulan por toda la ciudad, que sus caminos de carga cuenta con capacidad de 5, 10 15 y 30 toneladas y que hay clientes que lo llenan todo pagando un aproximado de L 15,000 por flete, también nos expresó que la distribución se programa en el momento de recibo y que se programa en 24 horas la entrega para la carga de nivel nacional, una vez recibido empieza la coordinación de entrega que si un camión está en Tegucigalpa o cualquier otra ciudad esté lleno o no realiza su salida porque la meta es cumplir con el tiempo de entrega.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Introducción

En este capítulo se plantearán las conclusiones y recomendaciones del presente estudio, las conclusiones tienen como propósito responder a los objetivos específicos para posteriormente responder al objetivo general. Este capítulo ofrece también las recomendaciones para la constitución de una empresa de transporte de carga y servicios logísticos.

5.1 Conclusiones

A través del estudio de mercado y encuestas de la población de estudio se identificó un mercado potencial segmentado por su capacidad de operación y producción como son las PYMES, identificando que se puede desarrollar una propuesta de negocio que permita fortalecer la marca de esas pequeñas empresas, el reto es potenciar la economía fortaleciendo sus negocios.

Al analizar los posibles clientes que realizan actividades y que tienen necesidad de utilizar los servicios de carga y de logística se encontró que hay gran demanda de estos servicios que ocupan de un transporte eficiente, las empresas dedicadas a la comercialización de partes de vehículo, supermercados, ferreterías y casas de repuestos son una porción de este mercado que están dispuestas a contratar los servicios.

De acuerdo con el análisis del mercado la oferta de servicios es muy homogénea para un mercado con características heterogéneas, debido a que las empresas no cuentan con un departamento o estrategia que haga investigación y desarrollo, para poder estimar demanda, así

como los requisitos de ese mercado desatendido, las características que los clientes esperan son velocidad en el servicio, precios bajos, promociones de acuerdo al nivel de frecuencia del servicio, beneficio de compra a través de puntos con tarjeta de crédito.

Según el estudio financiero se concluye la TIR es de 53% del proyecto es mayor a la tasa de descuento lo cual es aceptable, por otro lado, el VAN trayendo los flujos de efectivo al valor presente y redescontando la tasa de descuento de 19.94% demuestra un VAN 2,742,071 valor positivo representa que es mayor a la inversión por lo queda demostrado que el proyecto es factible.

5.2 Recomendaciones

Con el fin de crear una empresa de servicios de transporte de carga y de logística que permita obtener una ventaja competitiva y mejorar el proceso de logística se propone aplicar las siguientes opciones:

- Tener un acercamiento con PYMES que no tienen una estrategia de mercadeo bien definida, organizarlos y proponer una propuesta de negocios que sirva como alianza estratégica con la Empresas Soluciones Logísticas S.A
- Elaboración de la propuesta contemplaría crear una plataforma virtual que permita publicitar los productos por proveedor a través de un catálogo que muestre las descripciones de lo que se oferta, disponibilidad y forma de pago de manera segura, permitiendo levantar la marca de la empresa y establecer un contrato para que Soluciones Logísticas S.A pueda llevar sus productos a sus clientes.

- Desarrollar una APP móvil que permita a las personas que la descarguen en sus celulares tener a disposición los servicios de consulta como cotización, precio del servicio. Programación de pedido para recepción en su empresa o residencia evitando retrasos y a la vez el monitoreo de sus envíos.
- Ofrecer un servicio conexo que permita tramitar documentos oficiales en instituciones de gobierno, dirigido a personas, oficinas, bufetes que están en el interior del país y se les complica la movilización a Tegucigalpa y las personas que están fuera del país y requieran de este tipo de servicio para un trámite legal en ese país, permitiendo en nombre y representación de ellos se elabore dicha gestión y servicio para posteriormente enviarlos.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

6.1 Estudio de Mercado

6.1.1 Objetivos Generales

Identificar cuáles son los gustos y preferencias del mercado meta, para proponer las estrategias de negocio que constituirán la empresa de transporte de carga y servicios logísticos en Tegucigalpa, procurando satisfacer las necesidades del segmento de mercado al cual nos dirigimos.

6.1.2 Objetivos Específicos

Definir las competencias a las que se enfrenta la empresa en base a las necesidades del mercado objetivo.

Conocer opiniones que sirvan de referencia de los encuestados que es lo que actualmente reciben como servicio de transporte y logística para determinar las posibilidades de mejora o innovación.

Diseñar la estrategia de competencia de venta del servicio que permita lograr un posicionamiento de la empresa en el mercado.

Mercado

Philip Kotler, autor del libro "Dirección de Mercadotecnia" "un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo". En ese sentido se pretende realizar una estrategia de dicho lugar donde coinciden compradores y vendedores de productos y servicios con el fin de satisfacer una necesidad.

Servicio

Kotler, Bloom y Hayes, definen servicio como: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico".

En esa medida los servicios se pueden caracterizar por su susceptibilidad de uso en espacio y tiempo que es requerido y en las condiciones pactadas.

Características de los servicios

Intangibilidad: Por su naturaleza el servicio es de cierta manera incomprensible, ya que no se puede percibir a través del tacto, olfato, u otro sentido. Y la única dependencia que tiene es de la experiencia personal de los clientes, que es donde la compañía tiene la oportunidad de brindar valor agregado.	Inseparabilidad: El servicio siempre está presente en la relación cliente organización, y a través del trato personal o factor humano como medio idóneo se logra brindar un servicio.
Heterogeneidad: Ya que el factor humano es el medio idóneo, la variabilidad que hay en el trato personal que reciben los clientes, de empleado a empleado debe ser controlada y estandarizada continuamente por la organización.	Perecedero: No hay producción masiva de servicio, no existe una producción en serie, el servicio depende de ese contacto personal organización-cliente, en donde el resultado es el valor agregado y nunca va a ser igual.

Tabla 4. características de los servicios

6.2 Propuesta de Negocio

6.2.1 Diagrama de Causa y Efecto Ishikawa.

Para poder realizar la propuesta general se hizo un diagrama de causa efecto, considerando los resultados de las entrevistas y encuestas aplicadas, y considerando la amplia competencia en el mercado y la oportunidad de poder establecernos como una institución legal, comenzando a brindar servicios y con el objetivo entre otros, de poder expandirse a nivel nacional, surge mostrar un estudio de factibilidad para la empresa Soluciones Logísticas S.A.

En la Fig. 3 se muestra el diagrama de causa y efecto en donde se identificaron 6 categorías de problemas que pueden conllevar a no alcanzar el crecimiento deseado en el mercado para la empresa “Soluciones Logísticas”, y a cada uno se le definieron algunas causas.

La primera categoría, falta de innovación en el servicio, debido que las empresas que operan en el mercado ofrecen servicios de los cuales no hay variación de una empresa a otra, se enfocan sus esfuerzos solo por coberturas, no hay un departamento de investigación y desarrollo que permita analizar los gustos y preferencias de los consumidores

La segunda categoría identificada fue ausencia de una cultura empresarial una parte de empresas que operan en el mercado nacional son emprendidas por personas que no tienen el más mínimo conocimiento del rubro ni del mercado, la oportunidad llegó con un capital muchas veces provisto por prestaciones laborales después de una larga relación laboral ofreciendo la facilidad de invertir pero sin la noción de que, entorpeciendo las operaciones de la empresa y sin crecimiento por no tener gerencia y una cultura empresarial con objetivos y estrategia definida.

La tercera característica identificada es la inseguridad social, debido a los cambios en la población generado por la sobrepoblación, desempleo, hogares desintegrados permitiendo que la inseguridad afecte a los negocios y el entorno en que se desenvuelven provocando pérdida en la economía y alejando la inversión extranjera.

La cuarta característica identificada es rivalidad entre competidores actuales, para la empresa será más fácil competir en el mercado donde los competidores están bien posesionados bajo una estrategia genérica donde resultan interesantes ya que las capacidades, así como en la estructura

organizativa son necesarios para establecer una estrategia de bajos costos, así como una estrategia de diferenciación para llevar a la empresa a otra ventaja competitiva.

La quinta categoría es el ambiente, debido a la constante cambios sociales debido a malestar de la población por la desigualdad en la distribución de la riqueza, falta de cobertura de servicios básicos y otros elementos de importancia, las empresas lidian con un ambiente de incertidumbre permitiendo que el mercado se estanque y no avance provocando pérdidas diarias para el sector privado y la industria.

La sexta categoría identificada es el servicio está de gran importancia porque es la que determina si la empresa tiene competencia o no, como es de conocimiento común las empresas operan en un mercado con una economía endeble estimulada por el precio es una de los factores determinantes del factor de compra, pero que al incursionar una empresa en el mercado con una propuestas de valor que supere sus expectativas brindando precios competentes y una oferta de servicio diferenciado esta puede llegar alcanzar una importante cuota de participación en el mercado.

Donde una ventaja competitiva es la que tendrá la empresa con respecto a otras del mismo sector.

Esta, debe ser difícil de imitar, posible de mantener, superior a la competencia y ser aplicable a varias situaciones, (Porter, 1987).

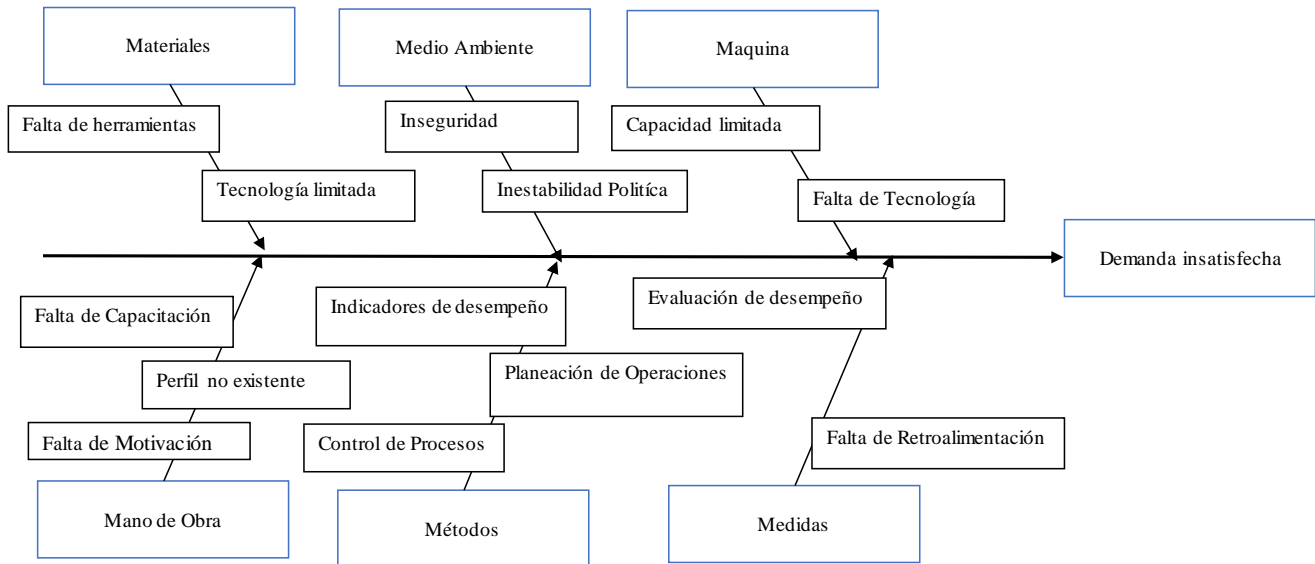


Figura 3. Diagrama de Ishikawa Fallas del Servicio

6.3.1 Nombre del Negocio

Soluciones Logísticas S.A

6.3.2 Diseño e identificación de la empresa

Logo de la empresa

Según (Hair) , el logo es el elemento visual que identifica y comunica un mensaje simbolizando tu marca. Puede estar representado por un texto y una imagen, sólo un texto o sólo una imagen. La presencia del logo es capaz de transformar el entendimiento que una persona tiene sobre una empresa y agregar valor al producto o servicio ofrecido.

Logo y Marca

Objetivo:

Crear un logo y una marca que permita posicionarse en la mente del mercado meta, diferenciándose de la competencia.

Uno de los factores más importantes para lograr que un producto sea reconocido y que tenga mayores posibilidades de introducirse en el mercado es por medio del desarrollo de una marca, entendiendo por esto la combinación del nombre, diseño, logotipo, símbolo o cada uno de forma de individual, que permita que el cliente identifique a Soluciones Logísticas S.A del resto de las empresas.



Figura 4. Elaboración propia Logo de la empresa

Análisis FODA

Análisis FODA. Proviene del acrónimo en inglés SWOT, en español las siglas son FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas. (Porter M. , 1980, págs. 71,84,85).

Matriz FODA

Fortaleza	<p>Son todas aquellas fuerzas positivas que permiten a la empresa sobresalir de la competencia, también Son todos aquellos elementos internos que encierra la empresa y que están puestos a disposición para generar una competencia.</p> <p>Como conocimiento de tecnología, innovación, gestión estratégica, planeación de la demanda, estructura organizacional</p>
Oportunidades	<p>Son los supuestos del factor externo que pueden permitir emprender en un mercado y son todos los elementos que permiten a la empresa sacar ventaja de la competencia y que son puestos a disposición del mercado para desarrollar un plan estratégico como abordar el segmento de mercado.</p> <p>Dentro de las oportunidades se podrían categorizar por expansión de mercados, la red vial en Tegucigalpa esta reforzada gracias pasos a desnivel y en carreteras está en mantenimiento lo que puede fortalecer los tiempos de distribución, accesos a rutas no atendidas, cambios tecnológicos, gustos y preferencias de los consumidores, necesidades del mercado, cambios en los hábitos de compra, impulso de compra.</p>
Debilidades	<p>Son fuerzas intrínsecas de la empresa que la rodea que pueden limitar el operar de manera efectiva, entorpeciendo el desarrollo de negocio, y que ocupamos reforzar para poder ser efectivo, dentro de las mismas podría citar, recurso humano, experiencia, infraestructura de la empresa comparada con la competencia, capacidad instalada, capacidad financiera.</p>
	<p>Son fuerzas del entorno que frenan a la empresa y de las cuales no hay control, como las variables independientes que rodean la empresa y su gestión</p>

Amenazas	de mercado, podríamos mencionar, posicionamiento de la competencia, nuevos competidores, políticas macroeconómicas, deslizamiento de la moneda, tecnología, y gustos y preferencias del mercado objetivo.
----------	---

Tabla 5. Matriz Foda

<http://www.visionindustrial.com.mx/industria/desarrollo-organizacional-3027/como-realizar-un-analisis-foda-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>

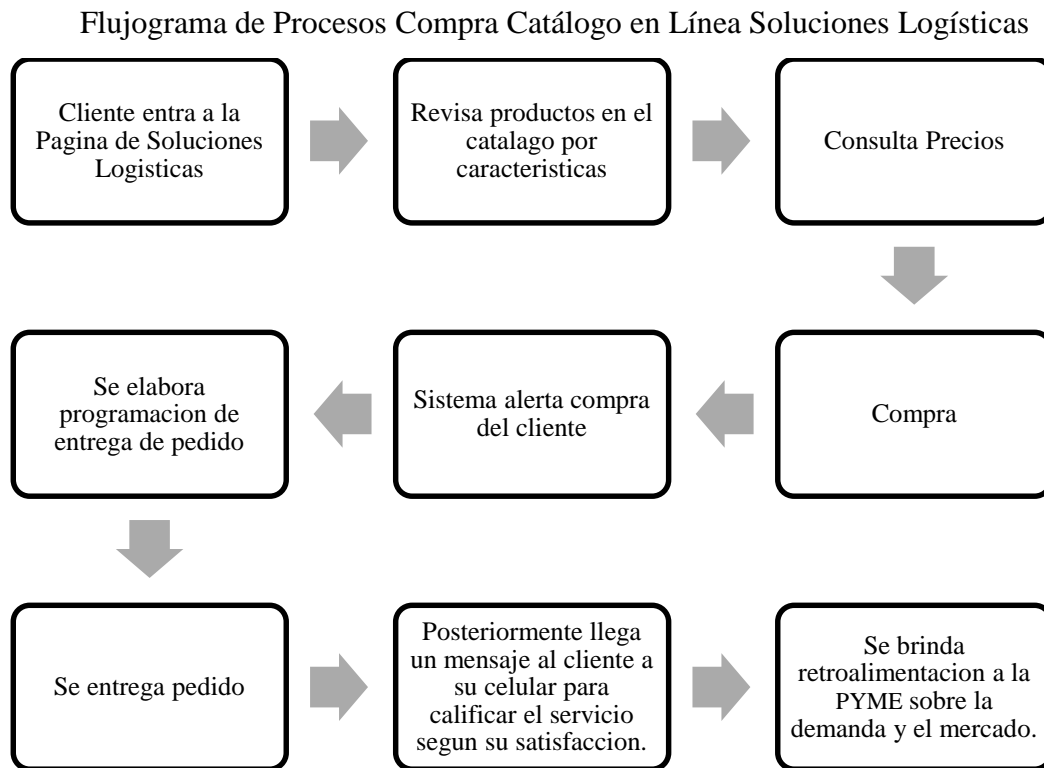


Figura 5. Flujograma de Proceso

Flujograma de servicio APP Móvil

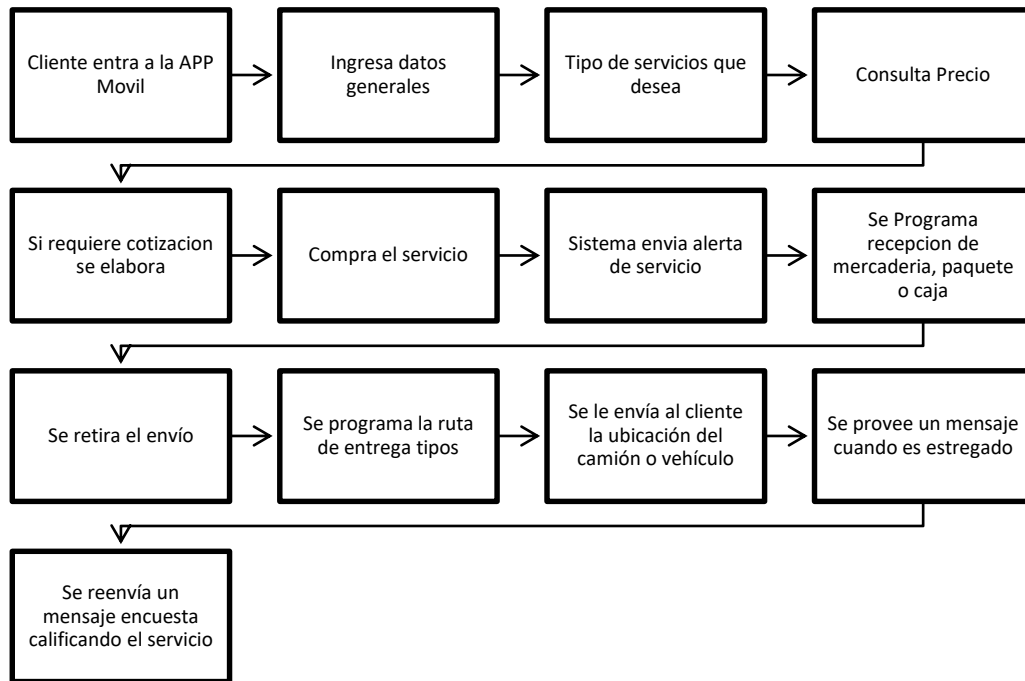


Figura 6. Flujograma Servicio APP Móvil

Análisis de la situación actual

Al finalizar el primer semestre de 2018, la balanza comercial de bienes para transformación (Maquila) alcanzó un superávit de US\$627.9 millones, inferior en US\$81.2 millones al observado en igual período del año anterior. Este resultado se explica por un valor exportado de US\$2,073.7 millones (alza de 4.1% comparado con el mismo lapso de 2017), frente a importaciones de materias primas por US\$1,445.7 millones (12.7% más en términos interanuales). El mayor dinamismo de la industria de transformación se dio en actividades de productos textiles y de partes eléctricas y equipo de transporte. Dentro de los envíos de productos de partes eléctricas y equipo de transporte destacan los arneses de uso automotriz, lo que permitió que Honduras se posicionara como el

segundo mayor exportador al mercado de los Estados Unidos de América (EUA) en el semestre analizado, superado solamente por México. Los principales socios comerciales por región geográfica fueron Norteamérica -principalmente los EUA- y Centroamérica (básicamente El Salvador y Nicaragua).

Exportaciones Las exportaciones de bienes para transformación mostraron un crecimiento interanual de 4.1% a junio de 2018, comportamiento que fue impulsado por el aumento de 2.9% en los envíos de productos textiles, los cuales totalizaron US\$1,672.2 millones. Este desempeño favorable se basó en la demanda externa de estos bienes, básicamente desde los EUA, hacia donde se enviaron prendas de vestir; seguido por Centroamérica, cuyas compras se concentraron en piezas cortadas y tela teñida. (fuente: informe de comercio exterior de bienes de transformación http://www.bch.hn/bienes_transformacion.php)

Actualmente en Tegucigalpa se observa un despegue en el servicio de transporte de carga, de courier y otros por lo que consideramos oportuno emprender en la empresa de transporte de carga y logística debido a la ventana de oportunidad para poder competir ya que la demanda es grande y la oferta de servicio insuficiente, consideramos que Soluciones Logísticas S.A podría brindar un servicio a la altura de la competencia como alternativa al segmento de mercado no atendido.

6.4 Análisis de la oferta

La oferta está compuesta actualmente de esta manera:

- Empresas de transporte de carga y logística
- Empresas de transporte de personas
- Empresas de courier
- Empresas de fletes y transporte
- Empresas de mudanzas

Todas estas empresas prestan de alguna manera servicios de logística y transporte según identificamos en las entrevistas a profundidad elaboradas a expertos.

Las empresas que ofrecen servicios de logística y carga se ven afectadas por una serie de variables exógenas como la inestabilidad política, economía endeble, extorsión y mala gestión empresarial.

El espíritu de emprender empresas en el mercado nacional a veces es determinado porque las personas cuentan con capital para poder invertir en una empresa, pero no se toman la molestia de indagar en el mercado cuales son los requerimientos del mercado, tamaño y estructura. Lo que genera muchas veces un umbral de desorden mala gerencia, en un entorno competitivo donde se desenvuelven empresas de corte trasnacional estas con capacidad instalada recursos frescos y personal capacitado desplazan a la competencia orillándola muchas veces a cerrar o disminuir su participación en el mercado. El sistema de transporte de carga y servicios se caracteriza por una gestión artesanal, carente de innovaciones en el servicio, sin distintivos y mucho menos valor agregado, este servicio está compuesto por empresas familiares y otras transporte interurbano de pasajeros que brindan atención en servicios de encomiendas y transporte, los cuales no cuentan con una estructura distintiva que brinde el servicio con calidad, sumando a esto las empresas no relacionan los servicios de logística más lo reconocen como envíos y encomiendas.

La percepción de los usuarios es que es factible por precio, pero en la realidad a comprar los servicios es más costoso, y carente de ninguna garantía más que reconocer el costo de pago por envió que el valor real de la carga, paquete o mercadería.

Factores que afectan la oferta

Los factores que afectan la oferta de servicios son más por supuestos como el deslizamiento de la economía, combustible, peajes, subsidios, matriculas de seguros, impuestos lo que debilita el mercado a la hora de incursionar, provocando estancamiento e incertidumbre de las empresas que

desean invertir. Aunado a eso la falta de capacidad financiera y el costo de los servicios operativos, prestando un servicio débil ineficiente que más que se ajuste a las necesidades del mercado este se mantiene estático decreciente en relación con la competencia.

Análisis de la demanda

Factores que afectan la demanda por una parte se debe que las empresas más grandes acaparan el mercado ya que estas están posicionadas en el mercado desde hace varios años, no necesariamente prestan el mejor servicio sino que puede deberse a que es lo que está disponible en el mercado, por otra parte podría reprimir el mercado la falta de circulante la economía nacional se ha visto afectada por el alto costo de combustible, alzas en la recaudación tributaria, lo que permite generar desempleo y por ende reduce el rango de negociación comercial en el mercado, los clientes se reducen y las empresas muchas veces se mantiene en un punto de equilibrio donde la empresa solo se mantiene.

6.5 Identificación del Producto

Nuestro servicio está dirigido a las empresas comerciales, personas naturales que requieran de nuestros servicios de transporte terrestre a nivel nacional o como enlace para envíos internacionales.

Se observado un repunte en las empresas comerciales y personas naturales que están importando productos desde Estados Unidos, China, España y demás como son repuestos de vehículos para ser más precisos partes de carrocería debido al ingreso de vehículos importados y chocados que ingresan al territorio nacional, las personas naturales se enfocan en la importación de mercaderías para poner a disposición del público, muchas de estas personas operan de manera informal y utilizan como puente las redes sociales más específicamente Facebook, observamos paginas como

de todo un poco, fijo lo vende por citar algunas lo que ha potenciado el rubro de transporte al hacer uso del mismo para efectos comerciales, la última tendencia es que algunas empresas como Ahorro y Kielsa están ofreciendo envío de medicamentos con destino a Estados Unidos y Resto del mundo, por lo que hacen uso de los servicios de mensajería Courier como DHL, Fedex, Ups Travell.

Qué es lo que se pretende ofrecer como servicio: Soluciones Logísticas S.A

No.	Producto	Resultado/ Servicio
1	Creación de una plataforma	Dirigido PYMES donde las empresas puedan ofrecer sus productos a través de un catálogo por empresa que permita a las PYMES potenciar el negocio y establecer alianza estratégica con Soluciones Logísticas S.A Ver anexos en los anexos
2	Tramitación de documentos oficiales	Para todos los usuarios que requieren de documentos que vienen o van para el extranjero y que requieren ser autenticados para que surtan efecto en el país de origen o de destino Corte Suprema de Justicia, Cancillería, Educación, Gobernación y Justicia y Registro Nacional
3	Creación y desarrollo APP móvil	A través del celular la APP permitirá cotizar y programar pedido, generar factura y monitoreo de envío
4	Envío de Documentos al Extranjero	Una vez que el cliente solicite autenticación de documentos oficiales, podrá enviarlos a través de Soluciones Logísticas S.A evitando contratiempos y todo por una sola factura

Tabla 6. Propuesta de Servicios de la empresa Inversiones Logísticas S.A

Segmentación de mercado

Geográficamente

Ciudad Tegucigalpa Distrito Central

Empresas de rubros que requieren los servicios

Demografía

Hombre y Mujeres

Edad Productiva

Producto

Se refiere a las características implícitas de los que se va a ofrecer y que el público en general espera recibir, se estima que el servicio prestado pueda resolver las necesidades de quien lo solicite a su vez pueda generar un impacto positivo que permita crear una experiencia de bienestar en el consumidor y que genere posicionamiento en la mente de nuestros consumidores.

Producto diferenciado

Objetivo:

Analizar la competencia y los resultados obtenidos de la encuesta realizada al mercado meta definiendo las herramientas a utilizar para servicio diferenciado que genere un impacto en el mercado que se desea atender.

Luego de haber realizado el análisis de la competencia en base a servicios actuales que ofrecen a los clientes e interpretar el análisis que dio como resultado la encuesta realizada al mercado meta, se ha determinado que para poder penetrar en este tipo de mercado se necesita una estrategia de diferenciación de producto, ya que los encuestados por medio de las preguntas No 1 que se realizó en la encuesta, afirman que los productos son muy genéricos u homogéneos para un mercado heterogéneo.

Tácticas para realizar:

Realizar estudios de factibilidad según costo, demanda y competencia, para tener los mejores precios del mercado.

Implementar la herramienta de cliente oculto, agendando visitas de forma periódica a la competencia para estar actualizado en cuanto al servicio y precios que manejan.

Estrategias de Promoción

Ventas Personales

Objetivo:

Desarrollar una estrategia que genere una venta personalizada y dinámica con el mercado meta que permita implementar un instrumento de medición para analizar el comportamiento del cliente.

Esta estrategia consiste en visitar a un número estipulado de oficinas, empresas comerciales negocios PYMES y micronegocios, con el objetivo de dar a conocer los productos que ofrece “Soluciones Logísticas” a los clientes por medio de la gestión de un ejecutivo de ventas profesional, que, mediante la personalización de esta estrategia, logre alcanzar un alto grado de confianza que conozcan a profundidad el producto y tengan ventas más exitosas. Esta estrategia está basada por las respuestas vertidas en las preguntas 1, 6, 8 y 12 del instrumento de investigación.

Tácticas para realizar:

A través del desarrollo de APP los clientes podrán desde su teléfono cotizar el servicio, generar factura y programar su envío para que no tenga que movilizarse a hasta la empresa lo que facilitaría el cierre de las ventas.

Crear una plataforma electrónica que brinde los servicios de catálogo de productos por medio de cada proveedor que cubramos como alianza estratégica y que permita a través de la página elaborar la compra para programar pedidos de distribución, con esos datos podremos generar una base de datos a través del tráfico de cibernautas y poder asesorar.

Alianzas Estratégicas	
Estrategia	Objetivos
Alianza con Bancos	Extra-financiamiento para compras
	Compras con puntos
Con PYMES	Ofrecer productos por sectores oferta amplia de productos
	Socios PYME mayor cobertura de mercado

Tabla 7. Alianzas Estratégicas

Publicidad

Esta estrategia se realiza con el fin de mantener a los clientes informados sobre las promociones y actividades que se realizan Soluciones Logísticas S.A, y de igual forma, sirve para atraer nuevos clientes y así aumentar las ventas.

Tácticas para realizar:

Crear diversas cuentas en las redes sociales más utilizadas como Facebook, Instagram y Twitter donde los usuarios de dichas plataformas podrán tener acceso a la información de la empresa, así como la actualización de las promociones de los servicios de transporte y logística

Se enviarán mensajes de difusión a través del WhatsApp, en donde se informe sobre las promociones a los clientes que se encuentren registrados en la base de datos de la empresa, para mantenerlos informados.

Estrategias de Plaza

Merchandising

Objetivo:

Definir las actividades que se realizarán para incrementar la afluencia de posibles clientes en el punto de venta de Soluciones Logísticas.

Esta estrategia consiste en realizar activaciones, con el fin de llamar la atención de posibles clientes para que conozcan la empresa y sepan qué tipo de producto y promociones ofrece, de igual forma con esto se darán a conocer las diversas plataformas por las cuales se pueden contactar con la empresa.

Tácticas para realizar:

Decorar la tienda con colores que llamen la atención y banners publicitarios que contengan el logo de la empresa y las promociones, para captar la atención de los clientes y que entren a la tienda a ver el producto que se ofrece.

Realizar activaciones los sábados, en donde habrá música y se realizará perifoneo y volanteo en la calle principal frente a la empresa, para atraer a los clientes potenciales a la tienda.

Análisis de Precios

El precio se fijará de acuerdo con el servicio prestado la variación que se pondera en el mercado es peso, distancia, volumen, realizando la investigación se indago con algunas de las empresas que operan en el mercado lo que nos sirvió para hacer una muestra representativa: en el siguiente cuadro se detalla una muestra de la competencia en la ciudad de Tegucigalpa de servicios de transporte de carga y de logística.

Empresas que prestan servicios de transporte y de logística en Honduras

Empresa identificada como competencia directa	Servicios ofrecidos por la empresa
DHL	Transporte, distribución, almacenaje y trámites aduaneros.
UPS Travel	Transporte, distribución, almacenaje y trámites aduaneros.
Fedex	Transporte, distribución, almacenaje y trámites aduaneros.
24/7	Transporte, distribución, almacenaje y trámites aduaneros.
Cropa Panalpina	Transporte, importación, exportación, distribución y almacenaje de mercadería.
Ransa	Transporte, distribución y almacenaje de carga.
Transportes Galindo	Mudanza y transporte de mercadería
Gutiérrez Cargo	Transporte, distribución y almacenaje de carga.
Ultra entregas	Transporte, distribución y almacenaje de carga.
Cargo Expreso	Transporte, distribución y almacenaje de carga
Express Cargo	Transporte, distribución y almacenaje de carga
Rápido Cargo	Transporte, distribución y almacenaje de carga

Tabla 8. Empresas por servicios competencia directa.

Origen	Destino	“Ultra Entregas” Tarifa ofertada. Camión	Transportes Galindo Tarifa ofertada Camión	“Ultra Entregas” Tarifa ofertada Furgón	Transportes Galindo Tarifa. Furgón	“Ultra Entregas” Tarifa ofertada NPR	Transportes Galindo Tarifa ofertada NPR
Tegucigalpa	Tegucigalpa	L3,183.40	L 3,915.09	L3,880.90	L. 4,773.51	2680.60	L 3,297.14
Tegucigalpa	Comayagua	5,742.00	7,349.76	8,600.00	10,578.00	4,920.00	6,051.60
Tegucigalpa	Danlí	5,742.00	7,349.76	8,600.00	10,578.00	4,920.00	6,051.60
Tegucigalpa	Siguatepeque	6,470.00	8,281.60	9,425.00	11,592.75	5,628.90	6,922.86
Tegucigalpa	Choluteca	6,588.75	8,433.60	8,980.00	11,045.40	5,534.10	6,806.94
Tegucigalpa	Juticalpa	7,395.08	9,465.70	10,075.00	12,392.25	6,433.72	7,913.48
Tegucigalpa	Catacamas	8,547.40	10,940.67	13,587.50	16,712.63	7,349.24	9,039.57
Tegucigalpa	La Esperanza	8,480.90	10,855.42	13,487.50	16589.63	7,117.38	8,754.37
Tegucigalpa	Monjarás, Choluteca	8,471.25	10,843.20	11,545.50	14,200.97	7,169.98	8,818.85
Tegucigalpa	Nacaome	6,588.75	8,433.60	8,980.00	11,045.97	5,534.10	6,806.94
Tegucigalpa	El paraíso	6,987.50	8,944.00	9,180.00	11,291.40	5,979.13	7,354.33
Tegucigalpa	Trojes	9,580.00	12,262.40	13,480.00	16,580.40	8,380.15	10,307.59
Tegucigalpa	Campamento	6,380.00	8166.40	9,080.00	11,168.40	5,576.00	6,858.48

Tabla 9. Cuadro de costos de servicios logísticos camión lleno por empresa que Prestan los Servicios de Carga y de Logística en Tegucigalpa

Empresas que brindan servicio de carga en Tegucigalpa, camiones y capacidad de carga por Pies (FT) origen de la carga y destino de la carga

		Ultra Entregas	Galindo	Ultra Entregas	Galindo	Ultra Entregas	Galindo	Ultra Entregas	Galindo	
			CAMIONES 12,14/16 FT	CAMIONES 12,14/16 FT	CAMIONES 20,24,26 FT	CAMIONES 20,24,26 FT	CAMIONES 12,14/16 FT	CAMIONES 12,14/16	CAMIONES 20,24,26 FT	CAMIONES 20,24,26 FT
Origen	Destino	Km	tarifa por km	tarifa por km2	tarifa por km3	tarifa por km.	tarifa fija	tarifa fija	tarifa fija	tarifa fija.
TGU	Tegucigalpa						l. 2.279,72	l. 2.280,00	l. 2.923,72	l. 2.924,00
TGU	Comayagua	185	l. 28,21	l. 28,49	l. 34,66	l. 34,94	l. 4.883,72	l. 4.884,00	l. 5.991,02	l. 5.991,30
TGU	Siguetepeque	233	l. 24,47	l. 24,75	l. 30,09	l. 30,37	l. 5.375,02	l. 5.375,30	l. 6.597,92	l. 6.598,20
TGU	La Esperanza	393	l. 21,34	l. 21,62	l. 31,01	l. 31,29	l. 7.988,72	l. 7.989,00	l. 8.573,47	l. 8.573,75
TGU	Jesús de Otoro	307	l. 23,43	l. 23,71	l. 28,44	l. 28,72	l. 6.819,72	l. 6.820,00	l. 8.263,22	l. 8.263,50
TGU	La Libertad	267	l. 23,69	l. 23,97	l. 28,12	l. 28,40	l. 5.979,72	l. 5.980,00	l. 7.087,22	l. 7.087,50
TGU	La Paz	161	l. 33,17	l. 33,45	l. 37,11	l. 37,39	l. 4.969,72	l. 4.970,00	l. 6.052,97	l. 6.053,25
TGU	Marcala	605	l. 24,19	l. 24,47	l. 31,57	l. 31,85	l. 6.989,72	l. 6.990,00	l. 8.528,87	l. 8.529,15
TGU	Juticalpa	645	l. 19,31	l. 19,59	l. 23,00	l. 23,28	l. 6.344,72	l. 6.345,00	l. 7.328,72	l. 7.329,00
TGU	Catacamas	425	l. 17,59	l. 17,87	l. 23,44	l. 23,72	l. 7.147,72	l. 7.148,00	l. 9.228,87	l. 9.229,15
TGU	Campamento	235	l. 22,55	l. 22,83	l. 27,06	l. 27,34	l. 4.999,72	l. 5.000,00	l. 6.079,72	l. 6.080,00
TGU	Guaimaca	203,8	l. 24,44	l. 24,72	l. 29,80	l. 30,08	l. 4.679,72	l. 4.680,00	l. 5.443,72	l. 5.444,00
TGU	Tegucigalpa						l. 2.279,72	l. 2.280,00	l. 2.923,72	l. 2.924,00
TGU	Comayagua	185	l. 28,21	l. 28,49	l. 34,66	l. 34,94	l. 4.883,72	l. 4.884,00	l. 5.991,02	l. 5.991,30
TGU	Siguetepeque	233	l. 24,47	l. 24,75	l. 30,09	l. 30,37	l. 5.375,02	l. 5.375,30	l. 6.597,92	l. 6.598,20
TGU	La Esperanza	393	l. 21,34	l. 21,62	l. 31,01	l. 31,29	l. 7.988,72	l. 7.989,00	l. 8.573,47	l. 8.573,75

Tabla 10. Cuadro comparativo de precios por kilometraje capacidad de carga servicios logística

Precios por envío de encomiendas por empresas de transporte de pasajero y de carga

Empresa	Servicio	Origen	Destino	Valor
Cargo expreso	Encomienda	Tegucigalpa	San Pedro Sula	91.00
Transporte Hedman Alas	Encomiendo	Tegucigalpa	San Pedro Sula	150,00
Transporte Cristina	Encomienda	Tegucigalpa	San Pedro Sula	120,00
Rápido Express	Encomienda	Tegucigalpa	San Pedro Sula	89.00
Expreco	Encomienda	Tegucigalpa	San Pedro Sula	128.50
Cargo expreso	Encomienda	Tegucigalpa	Choluteca	128,00
Transporte Camaldi	Encomiendo	Tegucigalpa	Choluteca	162,00
Transporte Banquita	Encomienda	Tegucigalpa	Choluteca	150,00
Rápido Express	Encomienda	Tegucigalpa	Choluteca	108.50
Expreco	Encomienda	Tegucigalpa	Choluteca	132.00

Tabla 11. Cuadro Comparativo de Precios por envío de encomienda sobre nivel nacional

Precio por servicio de Courier (sobres, documentos) por empresas y destino

Empresa	Encomienda de 0 a 4 libras	Honduras	Estados Unidos	Valor Promedio En lempiras	Honduras	España	Valor Promedio En lempiras
UPS Travel	Sobre	Origen	Destino	900-1200	Origen	Destino	1200-1500
DHL	Sobre	Origen	Destino	1000-1300	Origen	Destino	1500 1900
Fedex	Sobre	Origen	Destino	1000-1500	Origen	Destino	1500 2000

Tabla 12. Cuadro comparativo de Servicio de Courier

ESTUDIO TÉCNICO

Tomando como base el estudio de mercado y la información secundaria disponible en libros, revistas especializadas y el internet, para la creación de una empresa de servicio de transporte de carga y servicios logísticos se definirán los requisitos técnicos mínimos requeridos, los cuales incluyen:

1. Ubicación accesible de la empresa
2. Infraestructura y tamaño de la empresa.
3. Distribución de la planta y equipo.
4. La maquinaria y herramientas necesarias para el óptimo funcionamiento de la fábrica de empresa.

Equipo requerido para acondicionamiento de oficina

No.	Equipo	Descripción del equipo
1	Computadora Clon	Procesadores, es una Pentium ® dual-core CPU T4500, 2.30 GHz memoria RAM 4,00 gb, tipo de sistema operativo 32 bits.
2	Teléfonos celulares	Sony XPE. Numero de modelos, F3313, nivel de parche de seguridad 05 de julio del 2017.
2	Impresoras con escáner	Epson HP, con escáner de 48 bits y 1200por2400dpi para ampliación de documentos, resolución hasta 5750 por 1440dpi para una calidad.
3	Escritorios	Escritorios de pino, de un metro de largo por 0.80 de ancho, color madera natural, con cuatro gavetas cada uno, e instalaciones previstas de computadora.
4	Sillas de oficina	Sillas ejecutivas.

Tabla 13. Material y Equipo

Características de Flota Vehicular para iniciar puesta en marcha

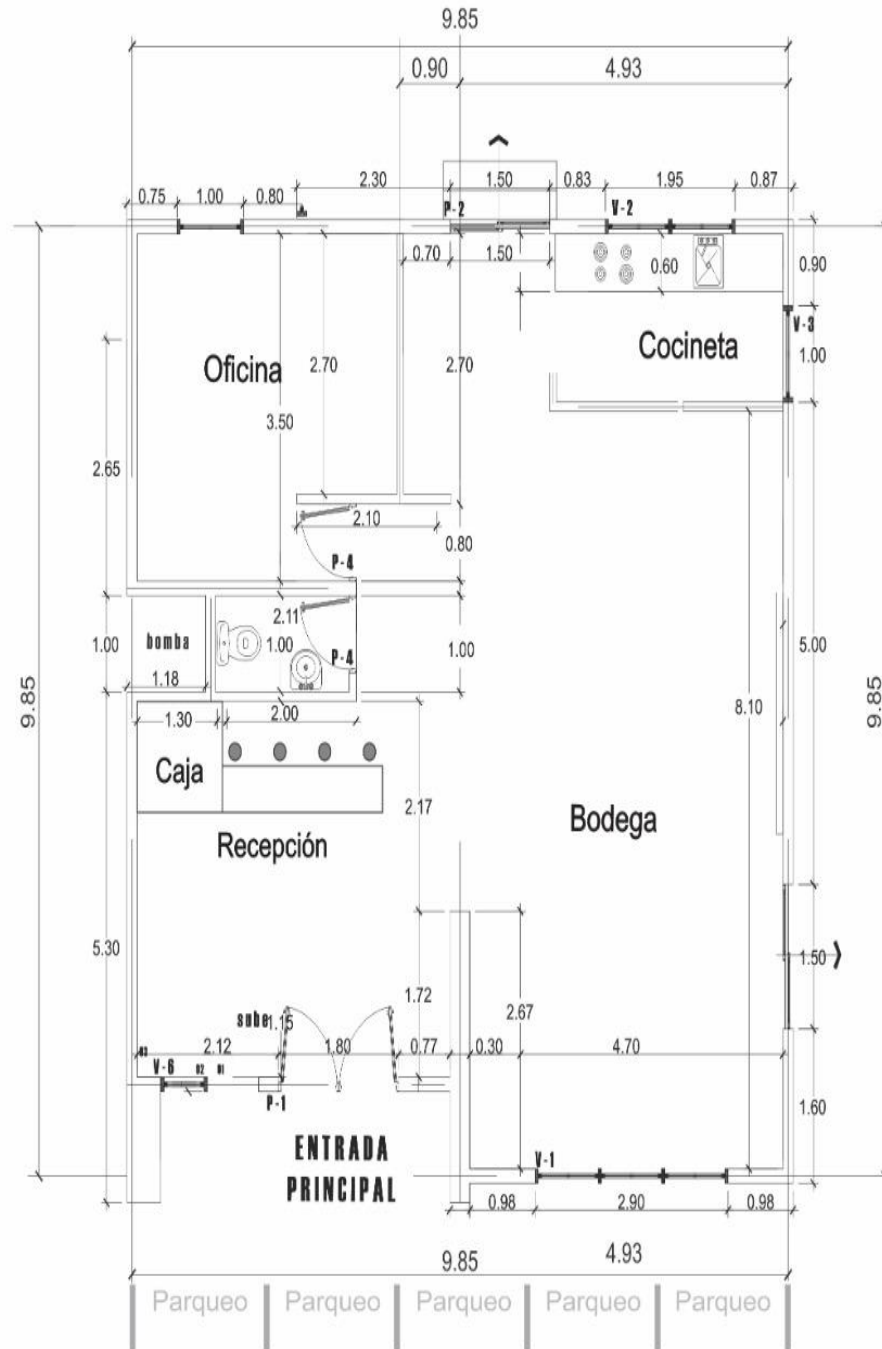
Especificaciones	Rodaje o número de llantas	Capacidad de peso
Camión de 2 Ejes, Remolque de 2 Ejes.	4 ejes	29,000 KG
Bus Panel capacidad altura de piso 195 mm, largo 5380 mm, alto 2285 mm		1,350 KG
Motocicletas cilindradas 125 c/c, potencia 11.2HP		120 KG

Tabla 14. Especificaciones Flota Vehicular

Características de las unidades de transporte

- Todas las unidades cuentan con telefonía celular
- Sistema de rastreo satelital
- Seguro vehicular con daños a terceros (Interamericana de seguros Ficohsa).
- Seguro de mercadería en tránsito.

PLANO



Área de Carga y Descarga

Proyecto: Soluciones Logísticas S.A. [UN NIVELE]	Propietario: Jesús Gerardo Lopez	Diseño en Metros Cuadrados	#hoja: 01
Ubicación: Anillo Periferico Entrada al Luarque contigo a Hondutel	Aprobó: ING. Marcelo E. Pastrana CICH 4319	Diseñó: ARQ. Lidia Alvarez	Fecha: Enero / 2019
			Escala: 1/100

Figura 7 Plano de las Soluciones Logísticas

Ubicación geográfica donde se instalarán las oficinas de Soluciones Logísticas S.A.



Figura 8. Plano satelital ubicación geográfica Soluciones Logísticas

Predio Contiguo a las canchas de Residencial Suyapita, Comayaguela

Planeación de Rutas y Distribución

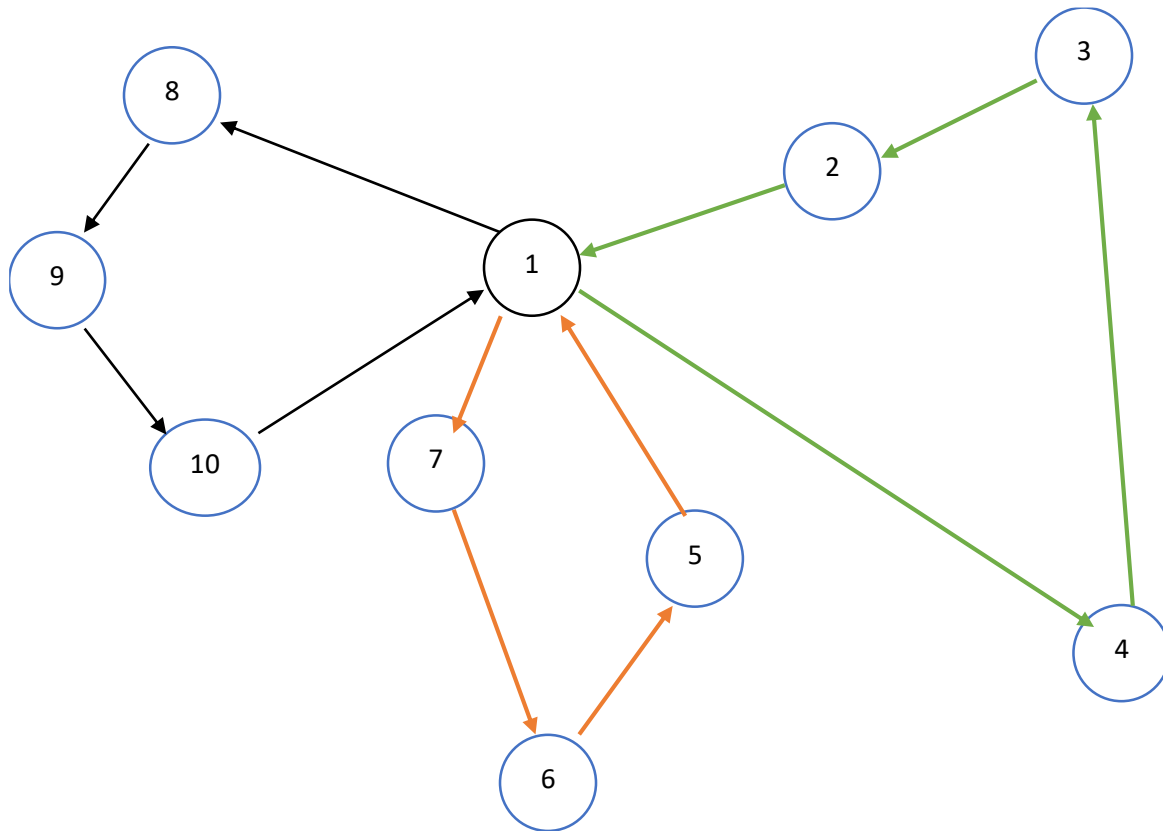


Figura 9 Nodos de plan de Rutas y Distribución Soluciones Logísticas

Distribuciones Logísticas S.A. Para elaborar las rutas de distribución, pretende utilizar el método del barrido, este método consiste en ubicar a los clientes más cercanos hasta llegar al cliente más retirado y se dirige a ellos como se muestra en los nodos en contra de las manecillas del reloj, los factores a considerar serán la distancia en kilómetros y el peso de la carga, para la primer ruta como se grafica el vehículo de reparto sale de las instalaciones de Soluciones Logísticas se desplaza para el cliente 8 después llega hasta el cliente numero 9 continua su recorrido hasta llegar al cliente 10 una vez que el vehículo está en su capacidad de carga regresa a la bodega de Soluciones Logísticas

El nodo color negro representa la empresa Soluciones Logísticas, los números en los demás nodos representan los cliente, y las flechas de color representan las rutas, en la distribución de carga una vez que se recolecta la carga se procede a pesar y según la capacidad de la unidad de transporte

se programa el recorrido para el caso el bus panel cuenta con una capacidad de carga de 2,900 libras, al estar cargado a su capacidad se procede a regresar a la bodega a descargar para luego ir a la nueva ruta al llegar a su peso máximo retornar a la bodega, para luego empezar el ciclo otra vez.

Cuadros que muestra cómo se determina la ruta de Clientes peso y rutas de distribución

CLIENTE	RUTA	PESO/LIBRAS
1	9	578
2	8	1352
3	7	1040
TOTAL		2970

CLIENTE	RUTA	PESO/LIBRAS
4	6	800
5	5	925
6	4	1245
TOTAL		2970

CLIENTE	RUTA	PESO/LIBRAS
7	3	1400
8	2	455
9	1	1115
TOTAL		2970

Tabla 15. Cuadros de rutas por clientes peso y ruta

Soluciones Logísticas para determinar la distancia de los clientes se apoyará en Google Maps

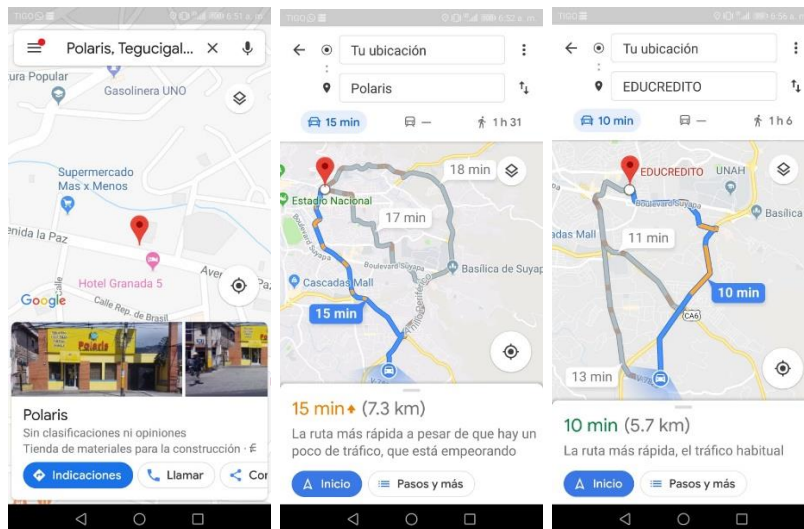


Figura 10. Referencia de ubicación de clientes por GPS

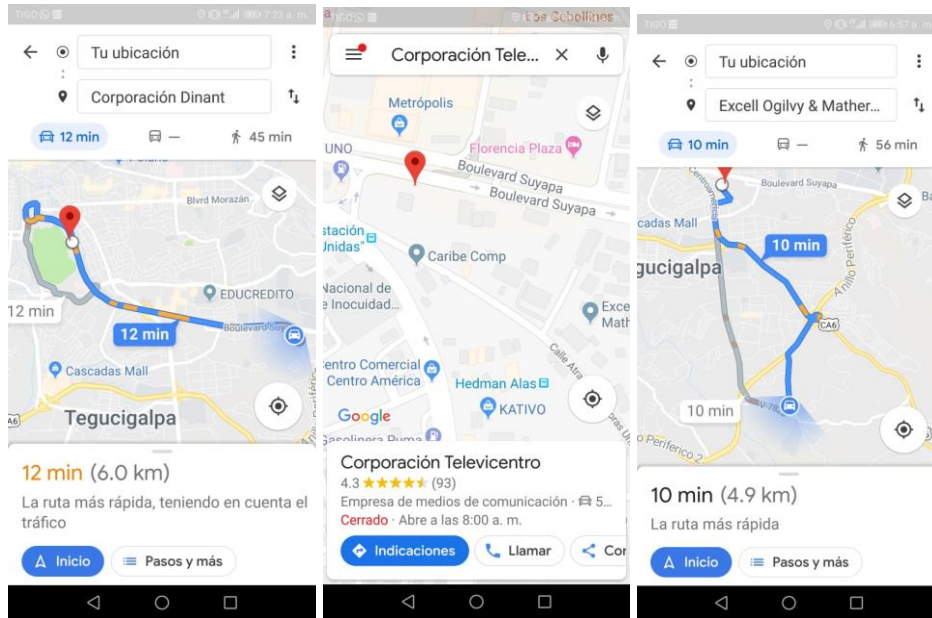


Figura 11. Referencia de ubicación de clientes por GPS

ESTUDIO LEGAL

Se determinarán los requisitos necesarios para constituir legalmente la empresa mediante revisión de información oficial, publicada en los diferentes portales de internet de las dependencias del gobierno y visitas a las oficinas responsables encargadas de regular las empresas.

Conformación jurídica de la Empresa

Documentación requerida para la constitución de la empresa

1. Escritura Pública de constitución de la empresa autorizada ante Notario
2. Registro en la cámara de Industria y Comercio
3. Solicitud de registro tributario numérico (RTN) ante la SAR
4. Solicitud de Permiso de Operación Alcaldía Municipal
5. Permiso de Operación para camiones de carga en la Secretaria de Transporte

Escritura de Constitución como Sociedad Anónima

1. Presentar RTN de los socios y de la persona que fungirá como representante legal de la empresa
2. Presentar Identidad
3. Nombre o Razón Social
4. Rubro o giro comercial al que se dedicara la empresa
5. Domicilio de la empresa
6. Participación social de los socios dentro de la empresa
7. Declaración de gerente general de la sociedad
8. Capital de Constitución en base a ley puede operar con un mínimo de L 5,000.00

Solicitud de RTN para Sociedad Anónima

1. Llenar formulario 410 Declaración Jurada de Inscripciones e Inicio de Actividades".
2. Copia de la Escritura de Constitución de Comerciante Individual, o Nota de parte del Notario autorizante con indicación del número del instrumento, el nombre comercial, domicilio y giro de la actividad económica.
3. Copia de la Tarjeta de Identidad.

Solicitud de Permiso de Operación para camiones de carga Secretaria de Transporte

1. Escrito de Solicitud o Escrito de Petición.
2. Poder otorgado a un profesional del derecho.
3. Documentos personales (copia de identidad y RTN numérico del representante legal o titular de la empresa).
4. Boleta de revisión vigente.
5. Estado físico de la unidad o del vehículo.
6. Contrato de arrendamiento con promesa de venta (cuando el valor de la compra de la unidad propuesta no ha sido cancelado en su totalidad).
7. Fotocopia legible del certificado de operación (En el caso de cargas no especializadas presentar original del certificado si se presenta en ventanilla de renovaciones automáticas).
8. Fotocopia legible del Permiso de explotación solo para transporte público de carga (En el caso de cargas no especializadas presentar original del permiso si se presenta en ventanilla de renovaciones automáticas).
9. Cuatro (4) fotografías a color del vehículo (Una frontal, una trasera, una lateral derecha, una lateral izquierda).
10. Certificado de autenticidad de fotocopia de documentos y firmas.

Requisitos para la solicitud de permiso de operación Alcaldía Municipal de Distrito Central

Requisitos para abrir un negocio:

1. Compatibilidad aprobada por la Gerencia de Control de la Construcción o Gerencia del Centro Histórico.
2. Fotocopia de escritura pública si es una sociedad debidamente inscrita en la cámara de comercio e industria de Tegucigalpa
3. Llenar formulario de declaración jurada de ICS sin manchones
4. Fotocopia de RTN numérico si es una sociedad.
5. Fotocopia de tarjeta de identidad del propietario o representante legal
6. Fotocopia de Solvencia Municipal propietario o representante legal.
7. Carta poder autenticada de la persona que realiza el trámite, en caso de no ser el representante legal o propietario, fotocopia de identidad.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Considerando los resultados de los estudios previos, (Estudio de Mercado y Técnico), se establecerá el recurso humano requerido en cada uno de los puestos de trabajo necesarios, también se definirá, el perfil de cada puesto, la estructura organizativa idónea, la misión, la visión, y todos los demás elementos que definirá la política filosófica organizacional, así como el funcionamiento administrativo de una empresa de transporte de carga y servicios logísticos, basándose en las teorías de administración actual.

Misión

Ofrecer a nuestros clientes un servicio de transporte y logística diferenciado, a través del mejor recurso humano generando satisfacción y convirtiéndonos en una solución a sus necesidades.

Visión

Llegar a ser una empresa líder en el servicio que genere rentabilidad para nuestros inversionistas, y seguridad y fidelidad de nuestros clientes.

Estructura Orgánica de la Empresa

En la estructura de la empresa se espera que esta pueda cumplir con los objetivos para la cual será constituida y a través del recurso humano para poder cumplir con las diferentes funciones y actividades que demanda la empresa, dentro de la figura de gerente propietario se conviene que este desarrolle la parte de gerencia y representante legal de la empresa, los demás puestos acoplado a las diferentes áreas funcionales de la empresa.

Estructura Organizacional

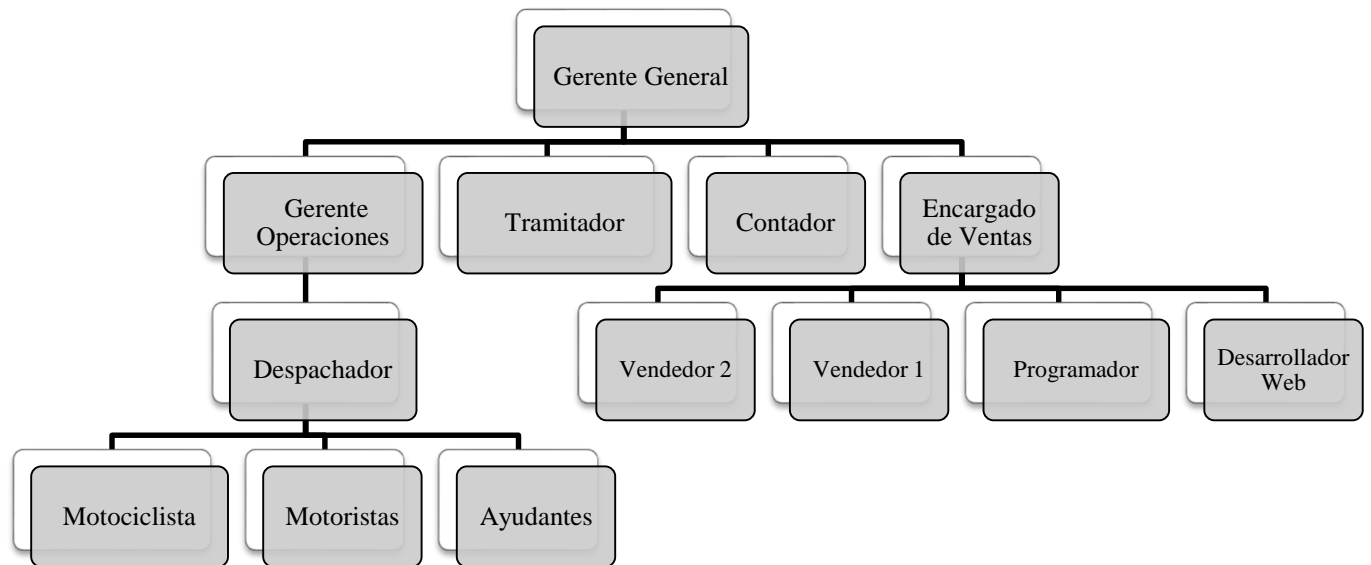


Figura 12. Estructura organizacional empresas Soluciones Logísticas S.A.

Perfil del Puesto # 1

Nombre del Puesto: Gerente General

Área: Gerencia

Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo. Brindar un servicio de la mejor manera posible utilizando los recursos disponibles para alcanzar los objetivos administrativos de la Institución.

Funciones del puesto:

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Coordinar con las diferentes áreas planes para aumentar el número y calidad de clientes
- Representar a la empresa ante las diferentes empresas e instancias nacionales que requiera la empresa.

Perfil del puesto # 2

Nombre del puesto: Tramitaciones

Área: Gerencia

Realizar tramitaciones de la empresa y clientes

Funciones del puesto:

- Realizar trámites a solicitud de los clientes en instituciones nacionales.
- Relaciones Exteriores, Cancillería, Ministerio de Educación, Secretaria de Gobernación y Justicia, Registro Nacional de las personas.

Perfil del puesto # 3

Nombre del puesto: Contador

Área: Contabilidad

Responsable de preparación de declaraciones de impuestos, volumen de ventas elaborar pagos a proveedores.

Funciones del puesto:

- Llevar contabilidad general de la empresa
- Presentar informes de gastos y egresos cuando sea requerido
- Elaboración de cheques para pagos
- Elaboración de panilla de pago empleados
- Preparar pagos de impuesto
- Preparar pago permiso de operación alcaldía

Perfil del puesto # 4

Nombre del puesto: Gerente Operaciones

Área: Operaciones

Apoyo en las actividades de operaciones permitiendo que se desarrollen en tiempo y forma. Planificar y distribuir actividades concernientes al área, aprovisionamiento de suministros y recursos para un óptimo desempeño de la empresa.

Funciones del puesto:

- Llevar control de las cantidades de despacho por día, hora, ruta y demás especificaciones.
- Verificar el embarque y desembarque de materiales, equipos, productos, herramientas, mercaderías, insumos y otros bienes de propiedad de la empresa o de clientes al interior y exterior de los Almacenes.
- Recepción los materiales efectuando la validación de la orden de compra y/o requerimiento con las guías de remisión y la respectiva factura para su ingreso a Almacén.
- Ingresar la factura de acuerdo con las órdenes de compra y/o requerimientos ingresados para su posterior envío a Contabilidad para la generación del pago.

Perfil del puesto # 5

Nombre del puesto: Despachador

Área: operaciones

Apoyo al gerente de operaciones, responsable de inventarios y despachos de mercaderías de clientes y de la empresa.

Funciones del puesto:

- Toma de inventarios cíclicos y extraordinarios.
- Apoyo en elaboración y mantenimiento de la exhibición en la Distribuidora.
- Cumplimiento de estándares definidos por la Coordinación de Operaciones en materia de recepción, almacenamiento y despacho de productos.

- Mantenimiento preventivo y correctivo no especializado a los equipos del almacén.
- Solicitud de mantenimiento preventivo y correctivo especializado a los equipos del almacén.

Perfil del puesto # 6

Nombre del puesto: Ayudante

Área: operaciones

Responsable por proveer apoyo a despachador y demás actividades que se determine en el área de operaciones.

Funciones del puesto:

- Cargar mercaderías
- Crear bitácoras de despacho
- Crear bitácoras de entrega de productos

Perfil del puesto # 7

Nombre del puesto: Motorista

Área: Operaciones

Es el responsable de hacer entregas y distribuciones de cargas de mercaderías.

Funciones del puesto:

- Mantenimiento preventivo del vehículo asignado
- Llevar control de combustible y kilometraje recorrido
- Mantener aseado la unidad
- Responsable de la unidad
- Otras actividades designadas.

Nombre del puesto: #8 Motociclista

Área: Operaciones

Responsable de recepción y entrega de paquetería y demás.

Funciones del Puesto:

- Mantenimiento preventivo de la motocicleta asignado
- Llevar control de combustible y kilometraje recorrido
- Mantener aseado la unidad
- Responsable de la unidad
- Otras actividades designadas.

Perfil del puesto # 9

Nombre del puesto: Encargado de ventas

Área: ventas

Coordinar el trabajo de los vendedores.

Funciones del puesto:

- Supervisión de trabajo de campo de los vendedores
- Planeación de ventas.
- Verificación de cartera de clientes
- Evaluación de cuentas por clientes
- Las demás disposiciones que se le asignen.

Perfil del puesto # 10

Nombre del puesto: Vendedor

Área: ventas

Dar un servicio personalizado a los clientes ofreciendo un producto y servicio de alta calidad, además de estar en comunicación continua para ofrecerle la entera satisfacción de sus necesidades.

Funciones del puesto:

- Buscar cartera de clientes visitando negocios posibles
- cumplir los programas de trabajo, así como las metas y objetivos para el cumplimiento de estos.
- Atender los asuntos relacionados con la promoción y ventas de mercaderías
- Promover la comercialización y venta de los productos.
- Someter a la consideración del Patronato los informes de ventas diarias
- Las demás disposiciones que se le asignen.

Perfil de Puesto # 11

Nombre del puesto: Desarrollador Web

Área: Gerencia

Responsable de diseñar y codificar sitios web y aplicaciones, ser el responsable de definir la interfaz gráfica para que resulte atractiva al usuario, generando la posibilidad de conversión o simplemente de utilización para lograr tráfico sujeto a rentabilidad.

Funciones del puesto:

- Escribir, diseñar y editar el contenido de la página web.
- Utilizar herramientas de creación de contenido, herramientas de gestión y medios digitales.
- Diseñar logotipos e iconografías.
- Crear la imagen de marca de una empresa.
- Dar soporte Técnico a las diferentes áreas de la pagina
- Verificar el tráfico de usuarios y generar reportes

Perfil del puesto # 12

Nombre del puesto: Programador

Área: Gerencia

Responsable de analizar, desarrollar y aplicar guías electrónicas mediante el uso de las nuevas tecnologías de información.

Funciones del puesto:

- Debe ser capaz de realizar mantenimiento de los sistemas ya existentes y de las actualizaciones de estos
- Diseñar cada programa ajustándolo de acuerdo con las especificaciones recomendados.
- Es el encargado de hacer las pruebas de los programas que ha desarrollado para que estas funcionen debidamente
- Además, asiste, capacita a quienes van a usar estos sistemas

ESTUDIO FINANCIERO

Inversión Fija

La inversión fija comprende a los activos con los que contara la empresa para la puesta en marcha y que se deberán adquirir una sola vez, esta está compuesta por todos los elementos materiales para el uso exclusivo de las operaciones de la empresa y prestación del servicio.

Su clasificación es la siguiente:

- Vehículos
- Equipo de oficina
- Software requerido

INVERSIÓN INICIAL

Descripción	Costo
Equipamiento de Oficina	L 188,100.00
Flota Vehicular	L. 2,070,174.00
Software requerido	L 40,000.00
Total	L 2,298,274.00

Tabla 16. Inversión inicial detalle general

SOLUCIONES LOGISTICAS, S. A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019

(Expresado en Lempiras)						
A C T I V O	AÑO CERO	2019	2020	2021	2022	2023
CIRCULANTE						
Caja y Bancos	0	613,627	1,128,225	1,822,176	3,101,704	2,952,650
Cuentas Por Cobrar		475,000	755,250	1,000,385	817,919	2,230,402
TOTAL CIRCULANTE		1,088,627	1,883,475	2,822,561	3,919,623	5,183,052
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO						
Equipo Transporte de Carga	1,536,174	1,536,174	1,536,174	1,536,174	1,536,174	1,536,174
Depreciación Acumulada Equipo Transporte de Carga		-307,235	-614,470	-921,705	-1,228,940	-1,536,175
Equipo Transporte para Reparto y Mensajería	534,000	534,000	534,000	534,000	534,000	534,000
Depreciación Ac. Equipo Transp. Reparto y Mensajería		-106,800	-213,600	-320,400	-427,200	-534,000
Mobiliario y Equipo de Oficina	188,100	188,100	188,100	188,100	188,100	188,100
Depreciación Acumulada Mobiliario y Equipo de Oficina		-18,100	-36,200	-54,300	-72,400	-90,500
Equipo de Cómputo	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
Depreciación Acumulada de Equipo de Cómputo		-7,920	-15,840	-23,760	-31,680	-39,600
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		1,858,219	1,418,164	978,109	538,054	97,999
OTROS ACTIVOS						
Software Auxiliar		0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO		2,298,274	2,946,846	3,301,639	4,457,677	5,281,051
P A S I V O						
A C O R T O P L A Z O						
Préstamos por Pagar	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Documentos por Pagar	0	0	0	0	0	0
Cuentas Por PAGAR	0	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
Impuesto sobre la Renta por Pagar		99,643	151,108	200,034	251,760	306,283
Impuesto sobre Ventas por Pagar		0	0	0	0	0
Intereses por Pagar		0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO	100,000	699,643	751,108	800,034	851,760	906,283
A L A R G O P L A Z O						
Préstamos por Pagar	400,000	350,000	300,000	250,000	200,000	150,000
Documentos por Pagar	798,274	598,274	498,274	398,274	297,274	197,274
TOTAL LARGO PLAZO	1,198,274	948,274	798,274	648,274	497,274	347,274
CAPITAL CONTABLE						
Capital Social	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Utilidad del acumulada		298,929	298,929	752,257	1,353,361	2,108,643
Utilidad del Período		298,929	453,328	600,105	755,281	918,850
Reserva Legal		0	0	0	0	0
Total ca'pital	1,000,000	1,298,929	1,752,257	2,352,362	3,108,642	4,027,493
TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL CONTABLE	2,298,274	2,946,846	3,301,639	3,800,670	4,457,677	5,281,051

Tabla 17 Estado de Situación Financiera Proyectado Soluciones Logísticas

INVERSIÓN INICIAL (A)

Descripción y costo Flota Vehicular para la puesta en marcha del Proyecto

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Camión Marca Isuzu Diesel de 14 tonelada 28,000 25 pies de largo	1	1,536,173.89	1,536,173.89
Bus tipo panel marca Mazda Diesel cilindraje 2800 cc	1	480,800.00	480,800.00
Motocicleta marca Genesis cilindraje 125cc gasolina	2	26,600.00	53,200.00
Total			2,070,174.00

Tabla 18. Flota Vehicular Requerida Cotizada

INVERSIÓN INICIAL (B)

Costo de Compra para equipamiento de oficina

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Equipo de Computo	2	6.000,00	L12.000,00
Aire Acondicionado	1	8.000,00	8.000,00
Impresora Multifuncional	2	2.500,00	5.000,00
Escritorios	3	1.500,00	4.500,00
Juego de Muebles	1	5.000,00	5.000,00
Sillas ejecutivas	2	1.200,00	2.400,00
Sillas normales	4	300,00	1.200,00
Servidores	1	150.000,00	150.000,00
Total			L188.100,00

Tabla 19. Equipo para oficina Costo de Compra

INVERSIÓN INICIAL (C)

Software y requerido para la puesta en marcha del Proyecto

Detalle Características	Cantidad	
Desarrollo y Diseño de la Pagina Web	1	25,000.00
Desarrollo y diseño APP móvil	1	8,000.00
Alojamiento de Pagina Web Web Servidor y Cloud Services, App Engine, Virtual Machine, Cloud	1	7, 000.00
Total		40,000.00

Tabla 20. Software requerido para Soluciones Logísticas

ESTADO DE RESULTADOS
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019
(Expresado en Lempiras)

INGRESOS	2,019	2020	2,021	2,022	2,023
Servicios de Carga Nacional	1,760,000	1,848,000	1,940,400	2,037,420	2,139,291
Servicios Logísticos y Envíos	2,050,000	2,152,500	2,260,125	2,373,131	2,491,788
Servicios de Tramitaciones	940,000	987,000	1,036,350	1,088,168	1,142,576
	4,750,000	4,987,500	5,236,875	5,498,719	5,773,655
EGRESOS					
Gastos de Venta	3,273,418	3,338,887	3,405,664	3,473,778	3,543,253
Gastos de Administración	818,355	834,722	851,416	868,444	885,813
Gastos Financieros	259,655	209,455	179,655	149,455	119,455
Total Gastos	4,351,428	4,383,063	4,436,735	4,491,677	4,548,521
Utilidad de Operación	398,572	604,437	800,140	1,007,042	1,225,133
Impuesto S/ Renta a Pagar según Tarifa	99,643	151,109	200,035	251,760	306,283
Utilidad Neta del Período	298,929	453,328	600,105	755,281	918,850

Tabla 21. Estado de Resultados proyectado Soluciones Logísticas

Planilla de Empleados Proyectad a un año

No.	Nombre	Cargo	Salario Mensual	Salario Año
Departamento Gerencia				
1	Gerente	Administrador General	25,000.00	350,000.00
2	Contador	Contador	12,000.00	168,000.00
3	Tramitador	Tramitaciones	6,000.00	84,000.00
		Total	43,000.00	602,000.00
Departamento Operaciones				
	Gerente	Operaciones	15,000.00	210,000.00
	Despachador	Operaciones	9,000.00	126,000.00
	Ayudante	Operaciones	9,000.00	126,000.00
	Motorista	Operaciones	9,000.00	126,000.00
	Motorista	Operaciones	9,000.00	126,000.00
	Motociclista	Operaciones	9,000.00	126,000.00
	Motociclista	Operaciones	9,000.00	126,000.00
		Total	69,000.00	966,000.00
Departamento Ventas				
	Encargado de Ventas	Ventas	9,000.00	126,000.00
	Vendedor		1,500.00	21,000.00
	Vendedor	Ventas	1,500.00	21,000.00
Marketing				
	Desarrollador Web	Diseñador	20,000.00	280,000.00
	Programador	Programador	12,000.00	168,000.00
		Total		616,000.00
		Total Planilla		2,184,000.00

Tabla 22. Planilla de Empleados Soluciones Logísticas

INGRESOS

SERVICIO DE CARGA NACIONAL CAMIÓN CUADRO (A)

ORIGEN	DESTINO	PRECIO	CANTIDAD DE ENVIOS	INGRESO
Tegucigalpa	Tegucigalpa	3,500.00	60	210,000.00
Tegucigalpa	Comayagua	7,200.00	18	129,600.00
Tegucigalpa	Danlí	7,500.00	18	135,000.00
Tegucigalpa	Siguatepeque	8,200.00	18	147,600.00
Tegucigalpa	Choluteca	8,500.00	18	153,000.00
Tegucigalpa	Juticalpa	8,000.00	18	144,000.00
Tegucigalpa	Catacamas	9,500.00	18	171,000.00
Tegucigalpa	La Esperanza	9,000.00	18	162,000.00
Tegucigalpa	San Pedro Sula	11,000.00	24	264,000.00
				1,516,200.00

CUADRO (A 1)

PESO	PRECIO	CANTIDAD DE ENVIOS	INGRESO
1-4 LIBRAS	30	285	8,550.00
5-10 LIBRAS	65	290	18,850.00
11-15 LIBRAS	100	240	24,000.00
16-20 LIBRAS	130	250	32,500.00
21-50 LIBRAS	185	180	33,300.00
51-100 LIBRAS	210	180	37,800.00
101-150 LIBRAS	230	120	27,600.00
151-200 LIBRAS	260	120	31,200.00
201-250 LIBRAS	300	100	30,000.00
			243,800.00

TOTAL, INGRESO POR SERVICIOS DE CARGA NACIONAL

1,760,000.00

Tabla 23. Servicio de Ingresos Carga Nacional Soluciones por un año Logísticas

CUADRO SERVICIOS LOGISTICOS				
NO.	CLIENTES	CANTIDAD DE ENVIOS	PRECIO	INGRESO
1	QUIMICAS DINAN	155	1500	232,500.00
2	FERRETERIA GRUFER	170	600	102,000.00
3	PLASTICOS ESTRELLA	190	1200	228,000.00
4	PRODALI	280	600	168,000.00
5	REPUESTOS DEL ATLANTICO	140	500	70,000.00
6	META REPUESTOS	165	1500	247,500.00
7	DURACAR	121	1200	145,200.00
8	TALLER INDUSTRIAL MOLINA	119	600	71,400.00
9	PARRILLAS ONE	81	1200	97,200.00
10	COMERCIAL SAN JUAN	120	750	90,000.00
11	INVERSIONES TAURUS	200	900	180,000.00
12	COMERCIAL JIRE	150	700	105,000.00
13	COMERCIAL RODRIGUEZ	130	700	91,000.00
14	CURTIDORA DE CUEROS LAINEZ	119	750	89,250.00
15	OTRO	121	1099	132,950.00
	TOTAL DE SERVICIOS	2261		2,050,000.00

Tabla 24. Ingresos por servicios Logísticos proyectado por un año Soluciones Logísticas

INGRESOS (C)

Cuadro Servicios de Tramitaciones proyectado a un año

Servicio envíos tramite de documentos oficiales Tegucigalpa/ USA servicio Aéreo	Precio	Cantidad Envíos	Ingreso
Partidas de Nacimiento Autenticadas y Apostilladas	6,000.00	25	150,000.00
Poderes Enviados para que surtan efecto territorio nacional apostillado vía consulados	4,000.00	12	48,000.00
Antecedentes Penales o Policiales	4,000.00	15	60,000.00
Inscripción de menores nacidos en el extranjero	6,500.00	20	130,000.00
Autentica de Títulos de Educación para que surtan efecto en el extranjero	6,500.00	15	97,500.00
Total ingresos por trámites realizados para USA			485,500.00
Servicio envíos tramite de documentos oficiales Tegucigalpa/ Europa servicio Aéreo	Precio	Cantidad Envíos	Ingreso
Partidas de Nacimiento Autenticadas y Apostilladas	7,500.00	30	225,000.00
Poderes Enviados para que surtan efecto territorio nacional apostillado vía consulados	4,500.00	15	67,500.00
Antecedentes Penales o Policiales	4,500.00	16	72,000.00
Inscripción de menores nacidos en el extranjero	6,000.00	15	90,000.00
Total, ingresos por trámites realizados para Europa			454,500.00
Total Ingresos por servicios de tramitaciones			940,000.00

Tabla 25. Ingreso por Servicio de Tramitaciones Soluciones Logísticas

Mantenimiento de Flota Vehicular Proyectado a un año

Unidad	Llantas Anual	Combustible Anual	Aceites y Lubricantes Anual	Matricula Anual	Permiso de Explotación
Camión 14 Toneladas	L 24,000.00	L 144,000.00	L 48,000.00	L 20,000.00	L 1,000.00
Bus Panel	L 8,000.00	L 38,400.00	L 6,400.00	L 17,000.00	No aplica
Motocicletas	L 240.00	L 6,000.00	L 4,560.00	L 1,000.00	No aplica
Motocicletas	L 240.00	L 6,000.00	L 4,560.00	L 1,000.00	No aplica
Sub Total	L 32,480.00	L 194,000.00	L 63,520.00	L 39,000.00	L 1,000.00
Total, Anual de Gastos					L. 330,000.00

Tabla 26. Egresos Mantenimiento de flota vehicular Soluciones Logísticas proyectado a un año

EGRESOS (D)

Gastos de Ventas Soluciones Logísticas S.A.

Servicio	Mensual	Anual
Alquiler Oficina y Bodega	L 20,000.00	L 240,000.00
Agua	L 600.00	L 7, 200.00
Luz	L 2,500.00	L, 30,000.00
Internet Dedicado	L 7,500.00	L. 90,000.00
Teléfono Fijo	L 1,200.00	L 14,400.00
Vigilancia	L 7,000.00	L 84,000.00
Sueldos y Salarios Operaciones 14 MESES	L69,00.00	L 966,000..00
Sueldos y Salarios ventas 14 MESES	L 44,000.00	L 616,000
Comisiones 5% S/4,750,000.00	19,792.00	L.237,500.00
DEPRECIACIONES DE ACTIVOS		L. 440,055.00
IMPREVISTOS		L.218,263.00
Mantenimiento Flota	L 27,500.00	L 330,000.00
Total		L 3.263,218

Tabla 27. Egresos Gastos de Ventas Soluciones Logísticas

Gastos de Administración	
Sueldo y Salarios Administrativos	L. 602,000.00
Imprevistos	L. 216,355.00
Total	L. 818,355.00

Tabla 28. Gastos de Administración

Gastos Financieros	Capital	Interés	Porcentaje
Préstamos	L 500,000.00	L 100,000.00	20 %
Créditos Casas Comerciales	L 798,274.00	L 159,000.00	19.91 %
Costo de Capital	L 1,298,274.00	L 259,000.00	19.94 %

Tabla 29. Gastos Financieros y Costo de Capital

CALCULO DE LA TIR		
DATOS	DESCRIPCION	
-2,298,274	INVERSION INICIAL	
Flujos	613,627	1 AÑO
	1,128,225	2 AÑO
	1,822,176	3 AÑO
	3,101,704	4 AÑO
	2,952,650	5 AÑO
TIR	53%	ARROJA UN RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION

VAN		
DATOS	DESCRIPCION	
0.1994	TASA ANUAL DESCUENTO ESTIMA	
-2,298,274		
613,627	1 AÑO	613627
1,128,225	2 AÑO	1741852
1,822,176	3 AÑO	3564028
3,101,704	4 AÑO	6665732
2,952,650	5 AÑO	9618382
VNA	2,742,071	VAN @ 19.94%

Tabla 30. Calculo del VAN y TIR

Se observa la TIR es de 53% es mayor a la tasa de descuento lo cual es aceptable, por otro lado, el VAN trayendo los flujos de efectivo al valor presente y redescontando la tasa de descuento de 19.94% demuestra un VAN 2,742,071 valor positivo representa que es mayor a la inversión por lo queda demostrado que el proyecto es factible.

SOLUCIONES LOGÍSTICAS, S.A.						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO PARA VARIOS PERÍODOS FISCALES						
DESCRIPCIÓN	AÑO CERO	PERÍODOS				
		2019	2020	2021	2022	2023
Saldo Inicial	0.00	500,000	613,627	1,128,225	1,822,176	3,101,704
INGRESOS CORRIENTES						
Ventas al Contado		4,275,000	4,232,250	4,236,490	4,680,800	3,543,253
Cuentas por Cobrar a clientes		0	475,000	755,250	1,000,385	817,919
Préstamos Bancarios	500,000.00		0	0	0	0
Total Entradas		4,275,000	4,707,250	4,991,740	5,681,185	4,361,172
INGRESOS NO CORRIENTES						
APORTACIONES SOCIOS	1,000,000.00	0	0	0	0	0
CUENTAS POR PAGAR		0	0	0	0	0
Disponibilidad de Fondos	1,500,000.00	4,775,000	5,320,877	6,119,965	7,503,361	7,462,876
EGRESOS POR GASTOS						
Gastos de venta		3,273,418	3,338,887	3,405,664	3,473,778	3,543,253
Gastos de administracion		818,355	834,722	851,416	868,444	885,813
Impuesto S/ Renta por pagar		0	99,643	151,109	200,035	251,760
Compra de vehiculos de carga y Reparto	1,000,000.00	0	0	0	0	0
Compra mobiliario y equipo, computo	0.00	0	0	0	0	0
Total Salidas	1,000,000.00	4,091,773	4,273,252	4,408,189	4,542,257	4,680,826
EGRESOS FINANCIEROS						
PAGO PRESTAMOS		250,000	150,000	150,000	150,000	150,000
PAGO DE INTRESEES		259,655	209,455	179,655	149,455	119,455
TOTAL EGRESOS FINANCIEROS		509,655	359,455	329,655	299,455	269,455
Saldo Final	500,000.00	173,572	688,170	1,382,121	2,661,649	2,512,595
Mas Depreciacion		440,055	440,055	440,055	440,055	440,055
flujo de efectivo		613,627	1,128,225	1,822,176	3,101,704	2,952,650

Tabla 31. Flujo de Caja Soluciones Logísticas

VII. BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). Obtenido de <http://historia-biografia.com/historia-de-la-logistica/>

Abad, J. (s.f.). *Infraestructura inteligente*. Obtenido de <https://www.citylab.com/life/2014/09/los-angeles-is-building-an-e-highway/380914/>:

<http://www19.iadb.org/intal/icom/data/Infraestructura%20inteligente.pdf>

Anton, F. R. (2005). *Logística del Transporte*. Barcelona España: Ediciones UPC.

ARROYAVE, M. R. (2014). DESARROLLO DE UN MODELO DE DISTRIBUCIÓN URBANA DE LA CIUDAD. *Revistas.usb.edu.com*, 2.

Ballou, R. H. (2004). En R. H. Ballou, *Logística Administración de la Cadena de Suministros*. Mexico: Pearson Educacion.

Ballou, R. H. (2004). *Logística Administración de la cadena de suministros*. Mexico: Pearson education.

Candia, A. E. (2017). *Logística conocimiento y habilidades*. N/A: El Cid.

Carmines y Zeller. (1979).

Centroamérica, G. G. (2018). <http://www.logisticamx.enfasis.com/articulos/77766-honduras-centro-logistico-centroamerica->. *Enfasis Logística*. Obtenido de <http://www.logisticamx.enfasis.com/articulos/77766-honduras-centro-logistico-centroamerica->.

Cortés, J. M. (2017). Sistemas de gestión de calidad . En J. M. Cortés, *Sistemas de gestión de calidad* . Malaga España: Editorial ICB.

Díaz, A. J., & Fernández., M. B. (2015). Modelo para el cálculo de áreas y de personal requerido en los procesos de centro de distribución de un operador logístico. *Revista Inventum*.

Enrique, F. B. (2004). *Operacion de Empresas*. Mexico: Mc Graw Hill.

fernandez. (2010). Baptista. En F. y. Hernandez.

Garcia Pelayo, R. L. (2000). Diccionario Basico de la Real Lengua Española., (págs. 588, 589).

Hair. (s.f.). Lamb McDaniel.

Hernández, F. y. (2010). Fernandez, y Baptista. pag. 174.

Hirt Gofrey, R. L. (2004). *Introduccion A los Negocios en un mundo Cambiante*. Mexico: Mc Graw Hill.

INE. (15 de 01 de 2015).

Jack, F. (2000). *Negocios Exitosos*. Colombia: Mc Graw Hill.

Kotler, P. (2006). Direccion de Marketing. En P. Kotler, *Direccion de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.

La Tribuna 2014. (s.f.).

Lamb Charles, H. J. (2002). *Marketing*. España: Internacional Thomson Editores S.A.

Matthew Zito, D. S. (27 de agosto de 2014). *China Briefing*. Obtenido de <http://www.china-briefing.com/news/infraestructuras-logisticas-de-china/>

Michael A. Hitt, R. D. (2008). *Administración estratégica, competitividad y Globalización*. En R. D. Michael A. Hitt, *Administración estratégica, competitividad y Globalización*. Mexico: Cengage Learning Editores, S.A.

MOLINER, N. S. (s.f.). *Impactos territoriales y socio-ambientales de la ampliación del Puerto de Barcelona y de*. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/6280/05.pdf?sequence=6>.

Munguia, L. (12 de Diciembre de 2014). *logisticamx*. Obtenido de <http://www.logisticamx.enfasis.com/notas/71248-evolucion-y-crecimiento-la-logistica-mexico>

Murguia, L. (12 de diciembre de 2014). *Logisticamx*. Obtenido de <http://www.logisticamx.enfasis.com/notas/71248-evolucion-y-crecimiento-la-logistica-mexico>

Murphy, J. R. (2015). *Logística Contemporánea*. En J. R. Murphy, *Logística Contemporánea*. Mexico: Pearson Educación .

Netquest. (2018). <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra>.

- Philip, K. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Person.
- Porter. (1987).
- Porter, M. (1980). *Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, capítulo 3, Marco de referencia para el análisis de la competencia*,. Mexico: Editorial CECSA.
- Richard B. Chase, F. R. (2009). *Administracion de Operaciones Produccion y Cadena de Suministros*. Mexico: MC Gran Hil.
- Rios, J. F. (2014). *Optimizacion de la cadena de Logistica*. Madrid: Editorial Cep.
- Roberto Carro Paz, D. G. (2004). *Administracion de la Calidad Total*. Marr de Plata: Facultad de Ciencias Economicas Y Sociales Universidad Mar de Plata.
- Romeu, M. À. (2007). *ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS EFICIENTES EN LA LOGISTICA DE DISTRIBUCION DE PAQUETERIA*. BARCELONA: UNIVERSIDAD POLITECNICA DE CATALUNYA.
- Schewe Charles D, R. M. (2004). *Mercadotecnia Conceptos y Aplicaciones*.
- Simon, A. (2005). *Diccionario de Economia*. mexico: Andrade.
- Taylor, D. (2005). *Logistica en la Cadena de Suministro una Perspectiva Gerencial*. En D. Taylor, *Logistica en la Cadena de Suministro una Perspectiva Gerencial*. Mexico: Pearson Educacion.

Tejero, J. J. (2011). *Logística Integral la gestión operativa de la empresa*. Madrid : ESIC
Editorial.

Terms, D. o. (2007). *American Marketing Association*. Obtenido de
<http://www.marketingpower.com/mg-dictionary-view1111php>

ANEXOS

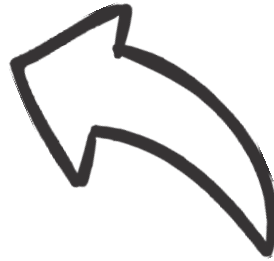
APP de la Empresa

El término app es una abreviatura de la palabra en inglés aplicación. Es decir, una app es un programa. Pero con unas características especiales. Se refieren sobre todo a aplicaciones destinadas a tables, o a teléfonos del tipo smartphone.

Si tú tienes un teléfono celular como este.



Te invitamos a que instales nuestra APP desde la plataforma de Play Store y disfrutes de muchos beneficios que solo Soluciones Logísticas te ofrece.



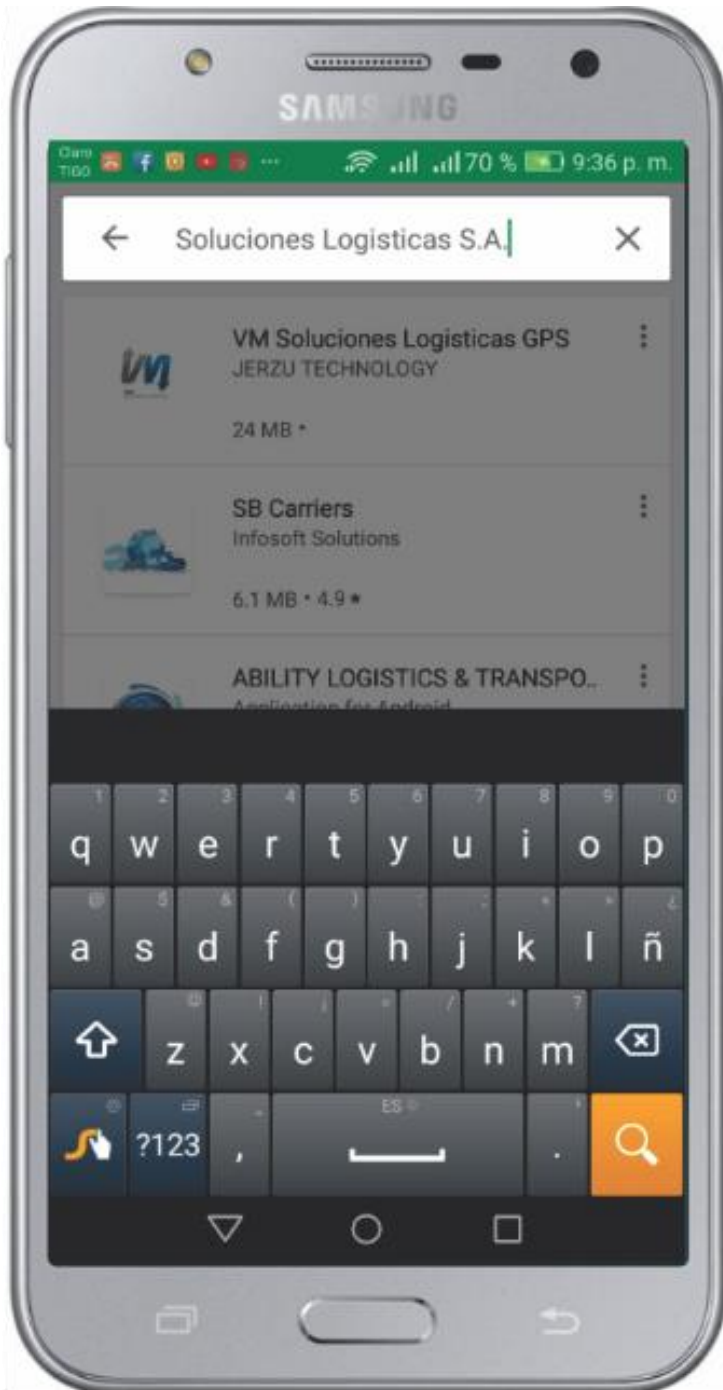
Lo único que tienes que hacer es pinchar el icono de Play Store

Y se te desplegará esta ventana.

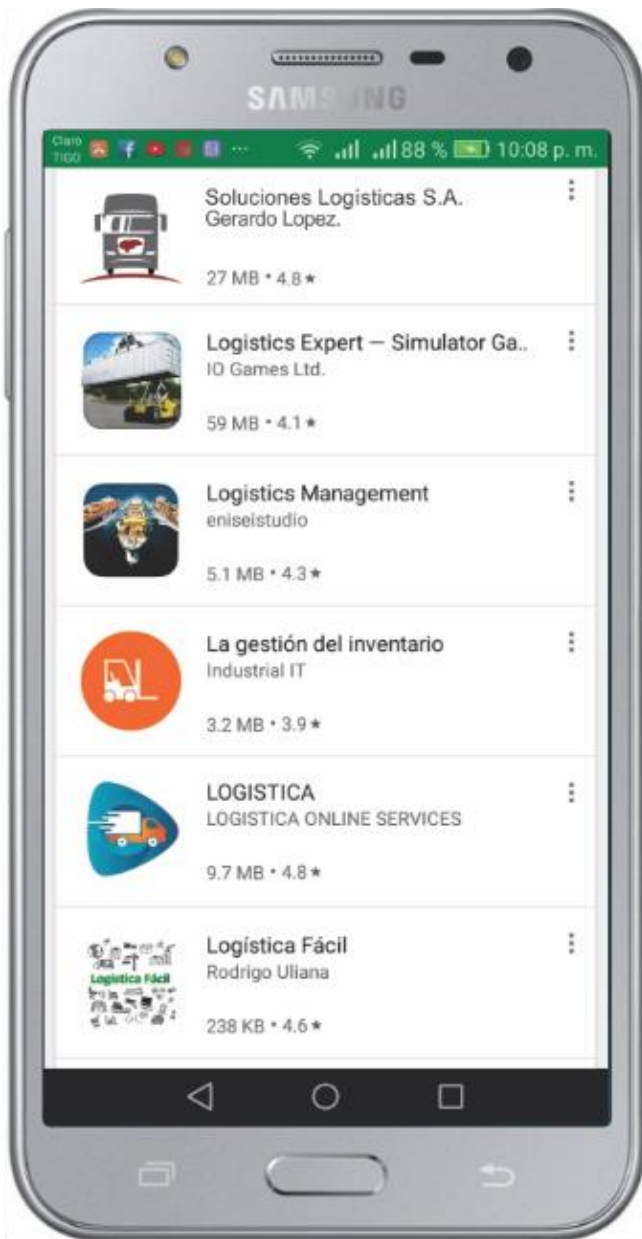


En la barra de escritura ingresa la frase Soluciones logísticas de esta manera.

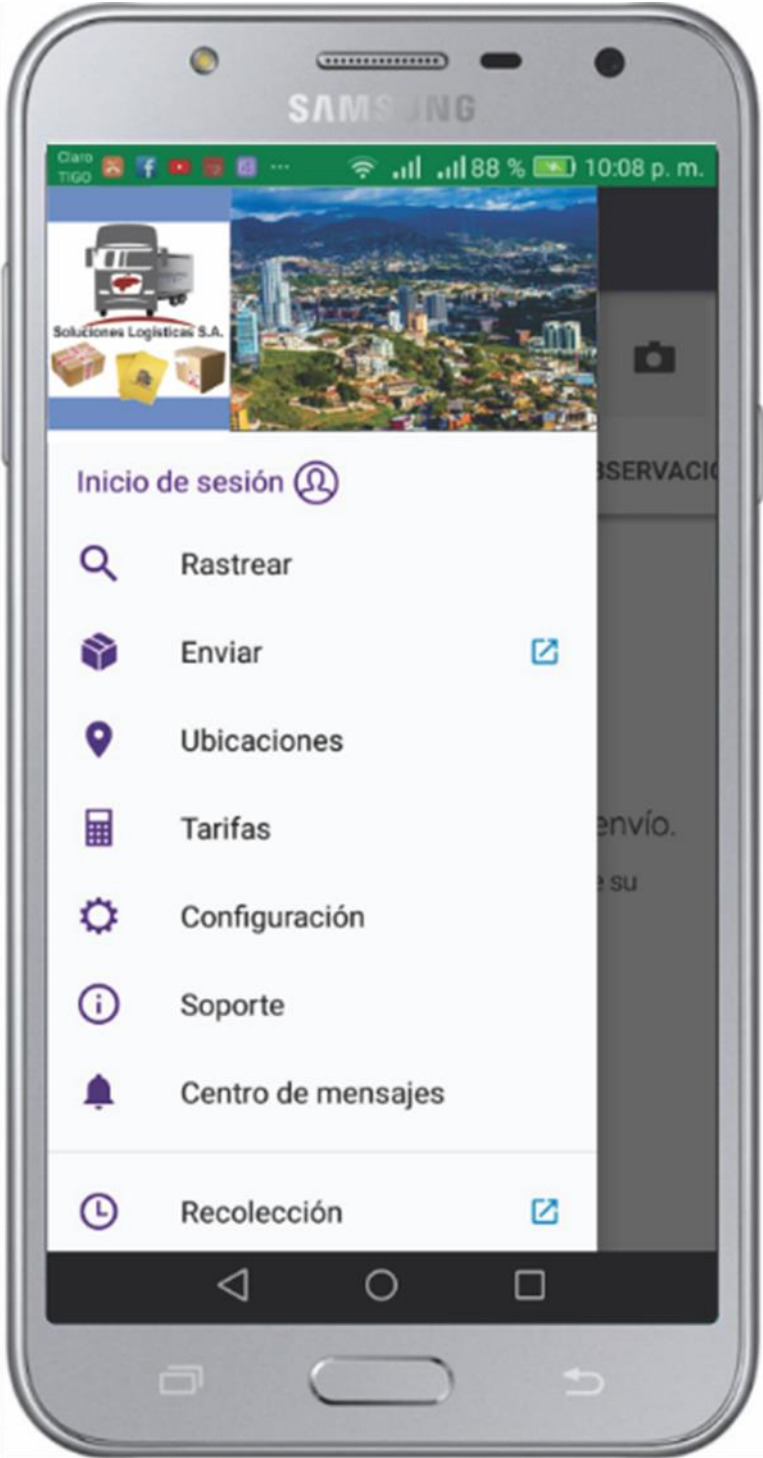




Selecciona La APP con nuestro logo que dice Soluciones logísticas S.A.



Y descárgala en tu teléfono celular y listo empieza a disfrutar de todos nuestros servicios a través de una plataforma agradable y interactiva.



Soluciones Logísticas S.A. Honduras Tegucigalpa

Regístrate ▾ Ayuda ▾ Mi Cuenta ▾ es ▾

Programa Amigos Referidos opten un **¡10% de descuento!** en tu primera compra al Referimos con tus Amigos Refiere amigos aquí >> x

Comprar en Soluciones Logísticas S.A.
es sencillo.

Regístrate y disfruta de la mejor experiencia de comprar en Honduras

REGISTRATE YA !

● ● ● ● ● ● ● ●



Compra lo que se te ocurra.

Busca tu producto en la barra de búsqueda o pega el enlace (URL) del producto en la tienda online donde quieres comprar.

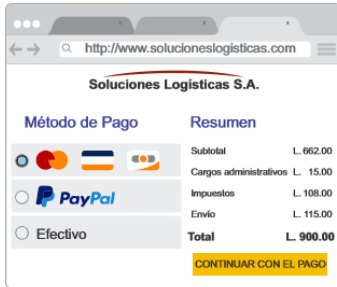
Si es necesario, completa la información del peso y categoría del producto para obtener el precio final.



¿Precio Final?

Precio todo incluido: Todos los precios que ves en **Soluciones Logísticas S.A.** incluyen envío, impuestos y entrega en tus manos.

Precio del producto
Envío dentro del territorio nacional
Impuestos
Opciones de pago
Entrega a domicilio
Garantía de devolución



Paga como quieras.

Paga en tu moneda Local

Con **Soluciones Logísticas S.A.** tienes múltiples opciones de pago, puedes hacerlo con tarjeta de crédito o débito, PayPal o hasta en efectivo y en moneda local al pagar en nuestras sucursales.



Envíos a la puerta de tu casa.

Soluciones Logísticas S.A. no solo te ofrece el acceso a un mundo de productos locales, nacionales y internacionales a través de la interacción de nuestro extenso catálogo en nuestro sitio web, si no que también nuestra potente plataforma te brinda nuestro novedoso servicio de envíos de paquetería a nivel Nacional y a la puerta de tu casa.



Pregunta por nuestros planes corporativos dedicado a las Empresas, Banca y Instituciones Gubernamentales.

Trasladamos tus paquetes, mensajería, mobiliario, mercadería y a través de nuestra plataforma te ofrecemos una amplia gama de suministros de las mejores marcas y calidad, todo esto y mas esta a tu alcance a través de nuestra pagina web.

REGISTRATE YA !

Socios Pymes Tiendas



Suscribete AQUÍ...!

Se parte de la Plataforma mas potente y de mas rápido crecimiento a nivel nacional gracias a nuestros valores humanos equipo técnico y nuestro mas amplio y modernos sistema de operaciones.

modernos sistema de operaciones.



Vende **AQUÍ..!** tus productos y nosotros se los llevaremos a la puerta de su casa a tus clientes...



Catalogo **PYME** Manufactura



Ropa, muebles, calzados y mucho mas [Entra AQUÍ...!](#)

Si quieres ser de nuestros socios PYME

afiliate **AQUÍ!**

Soluciones Logísticas S.A.

Introduce tu email

[Suscribirse](#)

Suscríbete para recibir información sobre promociones y cupones

Conectate



Como Comprar

[Crea una cuenta](#)

[Pagos](#)

[Método de envío](#)

[Protección del comprador](#)

[Guía para nuevos usuarios](#)

Atención al cliente

[Atención al cliente](#)

[Pagos](#)

[Acuerdos de servicios de transacción](#)

[Acuerdos de servicios de transporte](#)

[Rellena nuestra encuesta](#)

Empresa

[Grupo PYME Tiendas](#)

[Grupo PYME Manufactura](#)

[Programa de Afiliación](#)

Chat



GENERAL

[Tarifas](#)
[Productos Restringidos](#)
[Calculadora](#)
[Plugin](#)

AYUDA

[Compra con Aeropost](#)
[Compra con Casillero](#)
[Preguntas Frecuentes](#)
[Descargas](#)
[Contáctanos](#)

PROMOCIONES

[Alianza BAC Credomatic](#)
[Refiere a tus Amigos](#)



Derechos Reservados
 Términos y condiciones | V.4.5.2018-11-11 | B

Soluciones Logísticas S.A.



Entrevista a profundidad dirigida a expertos

Buenos días/Tardes, Soy alumno de la Universidad Tecnológica Centroamérica (UNITEC), me encuentro finalizando la maestría en Dirección empresarial. Y con fines académicos estoy realizando una investigación sobre el servicio de logística y distribución a nivel nacional, dónde es fundamental realizar la presente encuesta ya que los datos recolectados serán importantes para conocer la factibilidad de emprender en una empresa de transporte de carga y servicio logístico.

Datos generales:

Nombre: _____

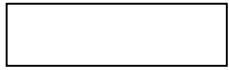
Cargo: _____

Tiempo de laborar en la empresa _____

1. En su experiencia de trabajar en este rubro cuales son los servicios más buscados por los clientes
2. Desde su punto de vista en base al servicio que aprecian más los clientes
Costo, personalización, velocidad otros
3. Cuáles son los aspectos positivos del rubro
4. Cuáles son los aspectos negativos
5. Que considera que se puede mejorar en el servicio
6. Cuáles son las rutas más solicitadas
7. Cuanto es el rango de costo por llenar un camión de mercadería
8. Cuanto es el rango de precios por una caja de 10 x 10
9. Cuanto es el rango de precio por un paquete
10. Como publicitan sus servicios a las empresas

11. Como valora la comunicación con sus clientes
12. Qué tipo de clientes buscan este servicio
13. Utilizan algún tipo de software para este servicio
14. Cuales las características de la flota requerida por el servicio
15. En caso de no llenar el camión para trasladar mercadería mantienen alianza estratégica con otra empresa del mismo rubro que les permita llevar la mercadería
- 16.Cuál es la mercadería más difícil o de riesgo de transportar
- 17.Cuál es la política de fijación de precio en base a volumen, distancia o tipo de mercadería
18. Como funciona el control de distribución
19. Tienen algún tipo de seguro contra siniestros
20. Desde la perspectiva de un cliente frecuente cuantas veces utiliza el servicio a diario por semana o mes

Agradecimiento y despedida



Buenos días/Tardes, Soy alumno de la Universidad Tecnológica Centroamérica (UNITEC), me encuentro finalizando la maestría en Dirección empresarial. Y con fines académicos estoy realizando una investigación sobre el servicio de logística y distribución a nivel nacional, dónde es fundamental realizar la presente encuesta ya que los datos recolectados serán importantes para conocer la factibilidad de emprender en una empresa de transporte de carga y servicio logístico.

Instrucciones:

Instrucciones: Marque con una X en la casilla donde considere la respuesta correcta, hay preguntas que tienen respuestas múltiples. (Puede marcar varias opciones).

F(1) ¿Utiliza los servicios de carga y logística en su empresa? Respuesta única

- 1) Si
- 2) No **Termine**

Si su respuesta es “No”, Indicar la razón por la que no utiliza los servicios.

P(1) ¿cuál es el rubro de su empresa ? Respuesta única

- 1) Venta de Alimentos
- 2) Venta de Repuestos
- 3) Venta de Medicamento
- 4) Material de Oficina
- 5) Ferretero
- 6) Otros: _____

P(2) ¿Qué empresa utiliza usted, para sus envíos de carga ? Respuesta única

- 1) Rápido Cargo
- 2) Cargo Expres
- 3) Caex Logistic
- 4) Ultra entregas
- 5) Otros: _____

P(3) ¿Cuánto hace que usted utiliza el servicio de esta compañía? Respuesta única

- 1) Menos de un año
- 2) 1 año
- 3) 2 años
- 4) Más de 3 años

P(4) ¿Contrataría usted una empresa de envíos que le cobrara más barato, aunque se tarde más en el tiempo de entrega? Respuesta única

- 1) Si
- 2) No

P(5) Cuando realiza sus envíos ¿Son entregado en la fecha acordada? **Respuesta única**

- 3) Si
- 4) No

P(6) ¿Cuál es el medio que utiliza para solicitar el servicio de envíos ? **Respuesta única**

- 1) Acude al lugar
- 2) Teléfono
- 3) Vendedores que lo visitan
- 4) Correo Electrónico
- 5) Otros: _____

P(7) ¿Cómo es su forma de Pago? **Respuesta única**

- 1) Crédito
- 2) Contado
- 3) Pago con Tarjeta

P(8) De los siguientes criterios indique ¿cuáles son los más importantes al momento de obtener su servicio?

Respuesta mixta marcar 2

- 1) Embalajes
- 2) Precio
- 3) Entrega puntual

P(9) ¿ con que frecuencia utiliza este servicio? **Respuesta única**

- 1) Semana
- 2) Quincenal
- 3) Mensual
- 4) Bimestral
- 5) Trimestral

P(10) ¿El proveedor se interesa en saber sus reclamos o dudas, después de entregar su carga? **Respuesta única**

- 1) Si
- 2) No

Si su respuesta es “Si”, contestar la pregunta 11, Si su respuesta es “No” saltar a la pregunta 12

P(11) ¿Está conforme con las soluciones planteadas por el proveedor? **Respuesta única**

- 1) Si
- 2) No

P(12) ¿Podría indicar que beneficios espera obtener de una empresa de servicios de carga y logística? **Respuesta mixta marcar 2**

- 1) Mejores precios
- 2) Garantía
- 3) Personalización en el servicio
- 4) Seguro sobre la mercadería
- 5) Crédito

P(13) ¿Estaría dispuesto a adquirir este servicio con un nuevo proveedor? **Respuesta única**

- 1) Si
- 2) No

DATOS DEMOGRÁFICOS.

1) Sexo:

Femenino Masculino

2) Nombre

¡GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!