



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

TESIS

**“DIAGNÓSTICO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE
COPAN CARGO & LOGISTIC Y SU PROPUESTA DE
MEJORA”**

SUSTENTADO POR:

JOSE LUIS CASASOLA ELVIR

OSCAR EDUARDO BARAHONA ABREGO

PREVIO OPCIÓN AL TÍTULO DE:

MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A

DICIEMBRE, 2018

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR:

MARLON ANTONIO BREVE REYES

SECRETARIO GENERAL:

ROGER MARTINEZ MIRALDA

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA MARIA CASTRO VALLE

**“DIAGNÓSTICO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE
COPAN CARGO & LOGISTIC Y SU PROPUESTA DE
MEJORA”**

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

**MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**ASESOR METODOLÓGICO
ELOÍSA RODRÍGUEZ**

**ASESOR TEMATICO
DIANA MARÍA CASASOLA ELVIR**

MIEMBROS DE LA TERNA:

Carla Cardona

Jorge Centeno

Jose T Mejía

DERECHOS DE AUTOR



FACULTAD DE POSTGRADO

**“DIAGNÓSTICO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE
COPAN CARGO & LOGISTIC Y SU PROPUESTA DE
MEJORA”**

JOSE LUIS CASASOLA ELVIR

OSCAR EDUARDO BARAHONA ABREGO

Resumen

El propósito de la presente investigación, es realizar un estudio que permita llevar la dirección administrativa de la empresa Copan Cargo & Logistic, expandiendo sus operaciones en la ciudad de Tegucigalpa, esto con la finalidad de contribuir al crecimiento de la empresa y lograr satisfacer la demanda de los clientes que importan bienes del extranjero, dicha investigación pretende a través de la dirección administrativa de Copan Cargo & Logistic, facilitar a los clientes el acceso a vías alternativas de entrega de sus artículos en el menor tiempo posible y atención al cliente, creando nuevas oportunidades que contribuyen a la administración de la empresa. El estudio procura analizar la percepción, aceptación y viabilidad en la administración de la empresa Copan Cargo & Logistic, develando así aspectos que influyen en la administración de la empresa y mejora en los servicios que se ofrece, del mismo modo permitir con la expansión de la empresa en los servicios de importación.

Palabras claves: impacto en importación, demanda de clientes, Administración de empresa.



GRADUATE SCHOOL

**“DIAGNÓSTICO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE
COPAN CARGO & LOGISTIC Y SU PROPUESTA DE
MEJORA”**

JOSE LUIS CASASOLA ELVIR

OSCAR EDUARDO BARAHONA ABREGO

Abstract

The purpose of the present investigation is to realize a study that allows to take direction of the company, expanding its operations in Tegucigalpa city, this with the finality of contributing to the growth of the Company and to satisfy the demand of customer who import goods, this investigation pretends through the administrative direction of Copan Cargo & Logistic, to easy provide customers with access to alternative ways to deliver their items in the shortest possible time and customer service, creating new opportunities that contribute to the management of the Company. This study seeks to analyze the perception, acceptance and visibility of the Company Copan Cargo & Logistic, thus revealing aspects that influence the management of the company and improvement in the services offered, in the same way allowing with the expansion of the company in import services

Keywords: impact on import, customer demand, business administration.

DEDICATORIA

Esta tesis quiero dedicarla a la honra de Dios, quien fue mi guía y centro vital de mi motivación; a mi familia quienes siempre me han apoyado de manera incondicional en este largo camino profesional, impulsándonos a ser personas de éxito pese a las dificultades, perseverando en esta meta. Agradeciendo también a cada uno de los colegas que han compartido sus experiencias y sueños junto a nosotros.

Jose Luis Casasola Elvir

Esta tesis quiero dedicarla a mi Dios, quien siempre estuvo a mi lado guiándome, dándome sabiduría y entendimiento durante este largo camino, a mis amigos, maestros por ser acompañantes en este largo camino en el logro de mi objetivo.

A mis padres que siempre están pendientes de mí, apoyándome y quienes se han esforzado en mi educación y por hacer de mi un hombre de éxito, a mi hermana por brindarme su apoyo, su comprensión y sus consejos a no desmayar a pesar de las circunstancias.

Oscar Eduardo Barahona Abrego

AGRADECIMIENTO

Agradecer primeramente a Dios, que ha sido el centro de mi vida y también el motivo por el cual mi fe nunca se desvaneció con el fin de seguir luchando por esta meta que hoy estoy culminando, a mi madre que siempre me inculcó la paciencia y la confianza en mí; a mis hermanos que me apoyaron y guiaron para poder desempeñarme como un profesional de éxito, a mi padre por su apoyo incondicional que nunca faltó y a cada uno de los catedráticos quienes me impartieron el pan de saber.

Jose Luis Casasola Elvir

Agradezco a nuestro Dios por darnos vida, salud y trabajo para poder terminar con éxito una meta de nuestra vida y permitir alcanzar este sueño, a mi familia por su apoyo incondicional y ser el soporte ante las adversidades para poder lograr este objetivo.

A la Universidad Tecnológica Centro Americana, catedráticos y colegas que fueron parte vital de este proyecto, contribuyendo a mi formación para ser de mí un profesional de éxito.

Oscar Eduardo Barahona Abrego

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	10
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.1. INTRODUCCIÓN	15
1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	16
1.2.1. Empresa presa de servicios y transporte de courier en honduras y el mundo	16
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	18
1.3.1 Enunciado del problema	18
1.3.2. Preguntas de investigación	19
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO	19
1.4.1 Objetivo General	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	20
CAPITULO II	22
MARCO TEÓRICO	22
2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	22
2.1.1 Economía en Honduras	22
2.1.2 Importación en Honduras	23
2.1.3 Situación actual de las pequeñas empresas	24
2.1.4 Compras por internet	25
2.1.5 El comercio electrónico en Honduras y en el mundo	26
2.1.6 Comercio electrónico regulado en Honduras	29
2.2. TEORÍAS DE SUSTENTO	30
2.2.1 Propósito de una cadena de importación de productos	33
2.2.2 Identificación de los miembros de la empresa de importación	33
2.2.3 Etapas de la cadena de importación	34
2.2.4 Gestión de la cadena de importación	34
2.2.5 Análisis interno	35
2.3. MARCO LEGAL	36
2.4. MARCO CONCEPTUAL	38
2.5. METODOLOGÍAS APLICADAS	42

2.5.1 Metodología de la estrategia de crecimiento:	42
2.6. RECOLECCIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS	43
CAPÍTULO III. 43	
METODOLOGÍA	43
3.1. Congruencia Metodológica.....	43
3.1.1. Variables de estudio	46
3.2. Operacionalización de variables	47
3.2.1. Hipótesis.....	48
3.3. Diseño de la investigación.....	51
3.4. Población.....	52
3.5. Muestra	52
3.6. Instrumentos, técnicas y procedimientos aplicados	53
3.6.1. Instrumentos.....	53
3.6.2. Técnicas.....	53
3.6.3. Procedimiento.....	54
3.7. Fuentes de información	54
3.7.1. Fuentes primarias	54
3.7.2. Fuentes secundarias	54
CAPÍTULO IV. 55	
RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	55
4.1 Resultados de la encuesta	55
Frecuencia de compras por clientes en línea.	55
Criterio de disposición para las compras en línea.....	56
Preferencia en el tipo de compra en línea.	57
Preferencia de precios por recibir sus artículos.....	60
Preferencia en relación al servicio de importación.	61
Criterio de disposición para las compras en línea.....	62
4.2 Diagrama de Ishikawa	63
4.2.1 Explicación e interpretación del diagrama de Ishikawa.....	63
CAPÍTULO V.....	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Conclusiones	67
5.2 Recomendaciones	68

CAPÍTULO VI. 70

APLICABILIDAD	70
6.1. Perfiles de puesto	70
6.2. Manual de Procesos	84
6.3. Plan de Marketing	94
6.4. Formatos propuestos	96
6.5. Plan Estratégico	100
BIBLIOGRAFIA	102
ANEXOS	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Fuente: González-Anleu, 1997	31
Tabla 2 Metodología	43
Tabla 3 Variables	47
Tabla 4 Frecuencia de compras por clientes en línea	55
Tabla 5 Preferencia en el tipo de compra en línea	57
Tabla 6 Elección de factores de compra para los clientes	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Requisitos para constituir y operar una empresa en Honduras	38
Figura 2 Diagrama de variables	46
Figura 3 Proceso de recolección de información	52
Figura 4 Distribución de compras en línea	56
Figura 5 Distribución de compras en línea	57
Figura 6 Distribución de plataformas	58
Figura 7 Distribución factores de compra	59
Figura 8 Distribución factor precio	60
Figura 9 Variables de importación	61
Figura 10 Variables de vías de importación	62
Figura 11 Diagrama de Ishikawa	63
Figura 12 Formato de perfil de puesto	74
Figura 13 Perfil de Gerente de operaciones	77
Figura 14 Perfil de Gerente Administrativo	80
Figura 15 Perfil de Gerente de Logística	83
Figura 16 Manual de procesos	85
Figura 17 Formatos propuestos	98

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio se realizó como una propuesta administrativa de empresa importadora de bienes, el cual consiste en poder realizar el crecimiento de la empresa en la ciudad de Tegucigalpa.

Se desarrolló un estudio comprendido por el estudio de mercado necesario para evaluar y conocer la aceptación de la empresa; seguido de un estudio técnico que permitió conocer cada uno de los requerimientos operativos y tecnológicos para complementar y dar valor a la propuesta administrativa y así determinar cuan viable es el principio de una empresa importadora de bienes en la ciudad de Tegucigalpa que pueda generar sustentabilidad y rentabilidad en su evolución.

En Honduras, la importación y exportación juegan un papel muy importante en la economía del país, siendo un vehículo que genera ingresos sustanciales y fomenta el crecimiento de los diversos productos que genera el sector comercial.

Copan Cargo and Logistic es una empresa dedicada a la importación y exportación de productos hondureños e internacionales, la empresa fue constituida en junio 2018 y comienza operaciones en septiembre de 2018 siendo sus fundadores: Cecilia Perdomo, Annette Mayte Montoya Perdomo, Jose Luis Casasola Elvir y Oscar Eduardo Barahona Abrego. La empresa surge a partir de la necesidad de comercializar productos hondureños

al mercado internacional y dar a conocer lo que producen las pequeñas y medianas empresas, potenciar el comercio del país generando nuevos empleos e ingresos.

El propósito es promover el desarrollo de actividades económicas, estas enmarcadas en la necesidad de exportar producto hondureño que es de fácil acceso en países extranjeros e importar diversos productos a raíz de compras en internet de acuerdo a valor económico, calidad y diversidad.

Como sociedad, la empresa Copan Cargo and Logistic realiza sus actividades económicas en el mismo entorno que las demás empresas del sector compartiendo oportunidades y amenazas; razón por la que la frecuente actualización en los temas empresariales es de suma importancia, para garantizar la sobrevivencia de la empresa.

1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.2.1. Empresa presa de servicios y transporte de courier en honduras y el mundo

Durante los siglos XVII y XVIII, el intercambio de correspondencia entre los diferentes países era regularizado por acuerdos entre naciones, pero en el siglo XIX esta red de acuerdos se hizo tan compleja que impedía que los envíos se entreguen con rapidez.

Las empresas de servicio para transportar correspondencia y paquetería desde Estados Unidos, explorando un mercado atendido por muy pocas empresas, habiendo poca información de la forma de operar y legislaciones claras en los Estados Unidos como en Honduras. Aun así, con la iniciativa de sus propietarios, iniciaron operaciones realizando ellos mismos todas las operaciones de recolección, cobro de servicios y entrega de correspondencia y paquetes, no

teniendo oficinas físicas, la cantidad de mercado atendido fue creciendo, lo que demanda contratación de personal y la instalación de oficinas físicas.

Tipo de servicio prestado

El servicio que presta la empresa es el transporte de envíos desde Estados Unidos, el cual consiste en el transporte de mercancías de forma urgente y expedita, desde un remitente hasta un consignatario. El costo del transporte puede ser asumido por el remitente, o en su defecto por el consignatario. La legislación aduanera nacional cataloga a una empresa como "Courier" si se registra plenamente como tal ante la Administración aduanera, para prestar este servicio. En Honduras, para efectos de clasificación, se pueden distinguir dentro de las empresas Courier que se encuentran operando, tres tipos:

- a) **De encomiendas:** Se caracterizan por el transporte de envíos personales desde Estados Unidos principalmente para migrantes hondureños.
- b) **Expresos:** Transportan envíos en el tiempo menor posible, aunque sus tarifas de cobro son altas. Cuentan con sus propios vehículos de transporte, tanto terrestre como aeronaves. Usualmente son empresas transnacionales. El mercado atendido consiste principalmente de empresas comerciales.
- c) **Para compras por catálogo o internet:** Permite hacer compras por catálogo o internet, en tiendas de Estados Unidos que normalmente venden solo a residentes de ese país. Las empresas de este tipo se encargan de transportar los envíos al territorio nacional. El mercado atendido consiste tanto de empresas particulares como de empresas comerciales.

1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 Enunciado del problema

La demanda de los clientes de correspondencia ha aumentado por la falta de actualización de tecnología, moda, libros los cuales al ser importados por las empresas destinadas a su distribución realizan su reventa con altos precios, por ese motivo el uso de empresas intermediarias para su importación ha crecido aceleradamente, llevando a cabo traslados en diferentes partes del país con el fin de facilitar el intercambio de importación y proceso de entrega al tiempo prudencial.

La importación se ha visto limitado debido a la poca accesibilidad al internet y el conocimiento de plataformas para compras en línea hoy en día, esto se debe a diversos factores que permiten el crecimiento de la empresa ofreciendo facilidades para los clientes en el servicio de importación.

Los clientes actualmente pertenecen a la zona centro del país, sin embargo, existe una gran cantidad de clientes potenciales que residen en la zona norte.

La empresa Copan Cargo and Logistic inicia con una serie de problemas, una de ellas la falta de definición y organización de las funciones de cada socio y poca planificación para contratación de personal provocando disconformidad con decisiones y acciones tomadas y falta de capacidad para atender llamadas y consultas por parte de los Clientes; desde junio 2018 la empresa inicia con cuatro socios, donde la jerarquía se divide en: Gerente General, Gerente de Administración, Gerente de Operaciones y Gerente de Logística, en el que se obtuvo financiamiento de una cooperativa para cubrir gastos de constitución, publicidad y gastos.

Otro problema que ha surgido en la empresa es la falta de un sistema administrativo sin que se lleve una debida planeación, no existe un sistema de control de pedidos de los Clientes ocasionando incertidumbre en el seguimiento de los paquetes, creando una mala comunicación entre Copan Cargo y la empresa proveedora del servicio tercerizado, no existe reglamento interno ni manual de funciones que indique el trabajo que debe realizar cada socio o Colaborador, por lo que muchas decisiones que se toman no se plasman ni se ejecutan correctamente.

1.3.2. Preguntas de investigación

- a. ¿Cuáles son los factores que influyen a los usuarios a realizar compras por internet?
- b. ¿Cómo es la gestión del proceso en la administración de la empresa?
- c. ¿Qué procesos de calidad serán desarrollados en Copan Cargo and Logistic para mejorar la administración de la empresa

1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 Objetivo General

Analizar la problemática en cuanto al sistema administrativo en la empresa Copan Cargo and Logistic en el municipio del Distrito Central departamento de Francisco Morazán, desde su fundación hasta la actualidad, para desarrollar una correcta planeación que ayude a definir responsabilidades para los socios y tener una mejor toma de decisiones.

1.4.2. Objetivos Específicos

- a. Identificar los factores que influyen en la decisión de compra de artículos por internet, a través de preguntas que permitan conocer las razones por las que se importan productos.

- b. Analizar la gestión del proceso en la administración de la empresa Copan Cargo and Logistic.
- c. Desarrollar perfiles de puestos y manuales de procesos que ayuden a delimitar responsabilidades entre los socios, de forma que permitan establecer funciones y mejorar el flujo de trabajo dentro de Copan Cargo and Logistic.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La dirección empresarial es un tema importante para la administración de la empresa, el objetivo es buscar el aprovechamiento de los recursos económicos de cada usuario; teniendo en cuenta que por medio de éstas se integran, se formulan y se aprovechan los medios; que generan cambios adecuados. También de esta manera se logra optimizar el recurso humano de forma eficaz y eficiente, para el seguro desarrollo de los procesos productivos y también administrativos de Copan Cargo and Logistic.

Es importante conocer las razones de establecer una empresa dedicada a la importación y exportación tanto de productos nacionales como productos internacionales, Copan Cargo and Logistic fue creada en junio del 2018 iniciando operaciones lentamente definiendo procesos a medida que surgen nuevas situaciones.

Las determinaciones del diseño de nuevas alternativas de negocios deberán ir acorde con las tendencias y demandas de productos en el mercado que es altamente competitivo, ayudando a la mejora de la empresa y el posicionamiento en el servicio de transporte.

Copan Cargo and Logistic cuenta con competidores directos, dentro de ellos están DHL, Rápido Cargo, Cargo Express, Velo, entre otros.

Esta investigación permitirá conocer con más detalle la empresa y poder brindar un aporte que ayude a optimizar su desempeño. La finalidad de esta investigación será de mucha importancia para tener una visión actual de su desempeño administrativo, lo cual brindará una mejor ejecución de las funciones administrativas logrando de esta forma proponer metas bien definidas y alcanzarlas a mediano y largo plazo, simultáneamente se realizarán todos los procesos para su mejora continua y que el proceso sea eficiente.

Los resultados de este trabajo permitirán un mejor desarrollo de Copan Cargo and Logistic, y a la planificación y ejecución del trabajo para los socios y futuros empleados.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Es el pilar fundamental de esta investigación y sitúan al capítulo anterior dentro del análisis macro y micro entorno, así como el análisis interno del problema de investigación.

2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1.1 Economía en Honduras

Honduras, tiene como límites geográficos al norte el mar Caribe o de las Antillas; al sur con la República de El Salvador y el Golfo de Fonseca, que comparte con Nicaragua y El Salvador; al Este con Nicaragua, al sur oeste con El Salvador y al Oeste con Guatemala.

En cuanto a la economía del país, el Producto Interno Bruto genera US \$ 8 billones, de esa cantidad, US \$ 4 billones representan importaciones con un crecimiento en la economía hondureña incrementando anualmente un 5%. Honduras firmo un tratado de libre comercio entre Estados Unidos de América, Centro América y Republica Dominicana, con lo que se espera inversiones extranjeras y fuentes de empleo.

Se entiende por Tratado de Libre Comercio al “acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios” (Exterior, 2011).

2.1.2 Importación en Honduras

Honduras importa productos de tres países, estos son Estados Unidos, China y Guatemala, datos proporcionados según (Sieca), los porcentajes son los siguientes:

En 2016, desde Estados Unidos se importaron 3 mil 119.5 millones de dólares, en China se compraron 1.85 millones de dólares y en Guatemala se adquirieron productos y mercancías por un monto de 845 millones de dólares.

La tecnología también ocupa un lugar importante en las importaciones del país, la cifra es de 192.9 millones de dólares en teléfonos, incluidos los celulares y los de otras redes inalámbricas; incluyendo aparatos de red con cable o sin este, tales como redes locales. El país importa vehículos para mercancías, el registro de estos es de 188.3 millones dólares, a la vez hay un ingreso de vehículos familiares y turismos, cuyo ingreso oscila entre 182.1 millones de dólares aproximadamente.

Asimismo, Honduras importó 124.8 millones de dólares en maíz, principalmente amarillo, para elaborar concentrados.

En cuarto lugar, según la procedencia de las importaciones hondureñas, aparece México con 644.2 millones de dólares, seguido de El Salvador con 471.5 millones de dólares.

Posteriormente está Costa Rica, con 330.6 millones de dólares; y Alemania con 170.5 millones de dólares. En octavo lugar está Panamá, con compras hondureñas de 163.4 millones de dólares; y en noveno le sigue Brasil de donde se importaron 144 millones de dólares, siempre en el 2016. (Centroamericana, 2012)

2.1.3 Situación actual de las pequeñas empresas

Debido a la masiva importación de productos como ser la ropa y el calzado usado, ha aumentado la desesperación de los propietarios de las pequeñas empresas, lo que ha ocasionado que sus ventas disminuyan considerablemente.

La importación de ropa y zapatos usados ha crecido significativamente en los últimos años lo que ha afectado a las micro y pequeñas empresas en donde a partir de 2015 se entró en una parálisis que ha impedido que se genere nuevos empleos.

Además, cabe señalar que las micro y pequeñas empresas tienen la desventaja de obtener un financiamiento competitivo, en el rubro de las zapaterías, la Secretaría de Desarrollo Económico informo que desde el 2017 se ha estado impulsando a los distritos de calzados para de esta manera formalizar a los microempresarios y mejorar sus ganancias debido a los altos precios en las materias primas y sustituir las importaciones (Tribuna, 2018)

Las decisiones gubernamentales han afectado en cierta parte a las micro y pequeñas empresas como la devaluación y los tratados de libre comercio, cuando se establecen estos tratados de libre comercio los gobiernos no toman en cuenta la importancia que implican para un país que se encuentra en vías de desarrollo y cuyas empresas que recién acaban de nacer no cuentan con una capacidad adecuada para poder producir en grandes escalas y producir a bajos costos, debido a esto las empresas grandes orientan su producción masiva al mercado mundial y sus precios, y sus costos son más bajos lo que ocasiona que las MiPymes se enfrenten a competidores fuertes, nuestras empresas son en gran mayoría de tecnificación limitada y artesanal.

Los gobiernos deberían de proteger a las micro y pequeñas empresas porque estas contribuyen a generar mano de obra y a utilizar materiales que pueden ser producidos en el país, Honduras necesita generar empleos por lo que las micro y pequeñas empresas son las más

indicadas para realizar esta función, pero al abrir las fronteras libremente se les somete a una difícil competencia de la cual difícilmente pueden sobrevivir, por lo que es necesario establecer protección gubernamental para estas empresas estableciendo controles a la libre importación en las prendas de vestir y calzado.

Por otro lado, la devaluación de la moneda juega un papel muy importante debido a que hecho posible que se importen masivamente artículos de vestir, calzado, entre otros; así se ofrecen al mercado lo que genera que los importadores compitan ventajosamente con los productos nacionales, los cuales tienden a desaparecer.

La devaluación monetaria ha traído consecuencias negativas a los países en vías de desarrollo como Honduras los cuales tienen una incipiente industria y necesitan generar más mano de obra. Por lo que la competencia que realizan debido a las importaciones de ropa y zapatos usados es perjudicial para las empresas debido a que la ciudadanía tiende a comprar estos productos debido a su bajo costo afectando demasiado a las micro y pequeñas empresas que se dedican a producir este tipo de artículos.

2.1.4 Compras por internet

Internet es una herramienta poderosa en la actualidad debido a que se tiene acceso a un sin fin de información, los navegadores cada vez son más veloces y poderosos permitiéndonos obtener la información deseada en cuestión de segundos. Internet engloba un universo de páginas para poder realizar compras de diferentes sectores como ser cultural, tecnológico o productos relacionados con alimentación.

Años tras año las páginas para comprar artículos por internet se multiplican, lo que hace más difícil a los usuarios realizar sus búsquedas, cada vez los usuarios de internet exigen claridad, transparencia y seguridad al momento de realizar sus pagos. Según sean las necesidades de los

usuarios, estos podrán encontrar páginas especializadas o muy generalistas. Uno de los inconvenientes de las páginas de compras por internet es el tiempo de espera desde el momento en que el cliente realiza la compra del producto hasta que lo recibe.

Las importaciones juegan un papel muy importante ya que esto representa la oportunidad de comprar artículos en el extranjero a precios más accesibles, en este caso podemos mencionar las personas que compran artículos por internet para su importación, las compras por internet en los últimos años han sido un auge porque ha permitido a los usuarios el poder comprar artículos de diferentes marcas y variedades a precios cómodos los cuales pueda que no existan en el mercado nacional y en caso de que hubiesen se encuentran a precios elevados.

2.1.5 El comercio electrónico en Honduras y en el mundo

El uso del eCommerce en 2017 alcanzó al 22% de la población mundial y la mitad de los usuarios de internet lo hacen a través de sus dispositivos móviles.

El comercio electrónico en el mundo se ha vuelto de forma desigual, como ser en el mercado europeo, este se encuentra en una etapa de madurez debido a que su crecimiento ha sido pausado paulatinamente comparándolo con otros países como ser India, Tailandia o Indonesia. En España, el número de usuarios de comercio electrónico alcanza al 58% de la población, solo aumento un 1% en comparación con el 2016, en donde el 57% de los usuarios de internet manifestaron que habían realizado compras online (Villanueva, 2017).

En Honduras el comercio electrónico se ha convertido en un indicador el cual refleja que la cultura online ha estado teniendo un crecimiento importante. Para mediados del 2015, Honduras ya supera los 2 millones de usuarios en redes sociales según el más reciente estudio de redes sociales de iLifibelt (Melgar, 2016).

Existen pocas empresas en Honduras que se dedican a ser puente entre las tiendas en Estados Unidos o Europa y los consumidores del país entre ellas se puede mencionar a G-Box Mall, Transexpress y Aerocasillas en las cuales tienen el modelo de negocio de recepción de la mercadería, transporte, entrega de los bienes comprados en tiendas como Ebay, Amazon y Aliexpress, cabe mencionar que Copan Cargo and Logistic está adoptando el mismo modelo de negocio antes mencionado en el cual los clientes podrán realizar sus compras en las páginas en línea donde posteriormente la empresa se hará cargo del transporte y entrega de los mismos en las manos de los clientes.

Hoy en día en Honduras el comercio electrónico no solo ocurre en tiendas norteamericanas o europeas, sin embargo, hay muchas tiendas y comercios hondureños que están adoptando este sistema de compras de pago en línea, de los cuales podemos mencionar: Ofertel, Diunsa, Unitec, Comercial Larach, Cinemark, Cinépolis, La Curacao y Pizza Hut. En donde esta última ha implementado un sistema de e-commerce en su página web como en su app para teléfonos móviles.

Se espera que para dentro de 10 años el 85% en Latinoamérica tenga acceso a internet (Cabrera, 2018), hoy en día el incremento en los teléfonos celulares ha hecho que miles de personas prefieran realizar sus compras en línea y poder disfrutar de beneficios que esto brinda como la adquisición de productos y/o servicios, así como los envíos gratuitos a otros países, evitarse la molestia de ir a la tienda entre otros.

Indudablemente el comercio electrónico en el mundo seguirá creciendo a medida pasen los años, por lo que también se aumentarán las posibilidades que los fraudes surjan es por ello que se recomienda que los usuarios tengan ciertas precauciones al momento de realizar sus pagos en línea como ser:

- Los usuarios deben asegurarse que en el portal de pago debe aparecer un candado, ya que este icono les garantiza que su información se encuentra de manera segura.
- Los pagos deben realizarse a través de páginas reconocidas y seguras como Paypal, 2Checkout, entre otras.
- Se debe imprimir toda evidencia de haber realizado el pago, incluyendo lo que son capturas de pantalla en la cual contenga foto y detalles del artículo que se está comprando.

Existen muchas formas de realizar pagos por internet, uno de los más eficaces es el pago por medio del uso de las tarjetas de crédito, otro sistema de pago es que se realiza al momento de realizar la entrega del artículo en las manos del cliente, hay otros métodos menos populares en el cual se puede mencionar el “e-cash” que viene siendo dinero electrónico el cual es depositado en una cuenta bancaria para posteriormente hacer la transacción hacia la tienda virtual.

Con solo el hecho de realizar compras por internet y colocar la información personal del usuario como su número de tarjeta de crédito, ha hecho que las personas se preocupen debido a número creciente de fraudes que se reportan cada año como ser el robo de identidad o utilizar el número de la tarjeta de crédito mediante otra tarjeta clonada por parte de un tercero para realizar compras. Muchos de los usuarios ignoran que realizar compras por internet es realmente seguro esto es debido a que existen tecnologías de alta encriptación los cuales codifican la información de los usuarios que ellos envían hacia el vendedor, logrando de esta forma que ningún tercero pueda interceptarla. Lo cual hace que sea mucho más confiable que dar la tarjeta de crédito en un comercio como ser en un restaurante y que el mesero o encargado del área de caja tome los datos de la tarjeta para realizar la clonación de la misma y hacer compras.

Un factor muy importante para el crecimiento de este tipo negocios es que los empresarios deben de implementar mecanismos de forma de pago los cuales debe adaptarse a los cambios digitales de sus clientes.

2.1.6 Comercio electrónico regulado en Honduras

Debido a que en Honduras las compras por internet han incrementado de forma considerable y en el mundo, en el 2009 el Estado suscribió la Convención sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales, lo cual en abril de 2015 entro en vigencia la Ley de Comercio Electrónico (Decreto 149-2014).

La presente Ley en su Artículo 1, regula todo tipo de información en forma de mensaje de datos, utilizada en el contexto de actividades comerciales, con excepción de las obligaciones asumidas por el Estado en virtud de convenios o tratados internacionales y sin perjuicio de lo dispuesto en otras normas que tengan como finalidad la salvaguarda de la defensa nacional, los intereses del consumidor, el régimen tributario y complementa la normativa reguladora de defensa de la competencia (Nacional, 2015).

Esta ley aún debe de desarrollarse hay que señalar que, en Centroamérica, Honduras es el único país en donde actualmente el comercio electrónico está regulado por la ley. Con este marco legal, se está incentivando a la creación de micro y pequeñas empresas porque va permitir que los negocios tengan una reducción en sus gastos operativos. Otro beneficio que se puede mencionar es que habrá un mayor surgimiento de negocios debido a que se eliminará los gastos de alquiler en espacios físicos, gastos en almacenaje, gastos en seguridad, empleados, energía eléctrica, entre otros. Las leyes que surjan deben ayudar a impulsar este tipo de negocio en lugar de restringirlo.

2.2. TEORÍAS DE SUSTENTO

La teoría del clásico David Ricardo llamada ventaja comparativa establecía que el comercio se basaba en las diferencias en la productividad de la mano de obra entre países y dando origen al comercio y a las ganancias. El trabajo es el único factor de producción y la única diferencia entre los países es la productividad del trabajo en diferentes industrias (Krugman, 1995, pág. 36).

Los países consiguen ventaja comparativa cuando utilizan los factores que poseen en abundancia en aquellos sectores que hacen uso intensivo de estos, es decir que exportan estos bienes e importan aquellos en los que tienen una desventaja comparativa en los factores.

Es a partir de esta teoría que se utilizará el indicador de ventajas comparativas reveladas (IVCR) que corresponde a una medida indirecta de la competitividad, basada en la intensidad de los flujos del comercio internacional.

Ante el fenómeno que nos envuelve tanto a países desarrollados y subdesarrollados, genera un resultado del progreso tecnológico en las áreas de transporte, logística y comunicaciones, en el que permite que cada país, tenga las opciones de las fuentes de información, productos y servicios.

En el incremento de flujos privados de capital dan como resultado a nuevas prácticas empresariales y de la factibilidad con que hoy es posible hacerlo, hay un marcado incremento en el movimiento internacional de capital privado, fluyen hacia donde sea posible hacer uso más productivo de los recursos financieros.

La posibilidad de importar mercadería a través de una guía que le permita conocer las alternativas a cada uno de los pasos del proceso de importación, desde seleccionar posibles proveedores hasta la recepción y declaración aduanera de las mercaderías requieren de un proceso de decisión.

Por otro lado, García Ruiz (2004), señala que la logística es una función cuya finalidad es la satisfacción de las necesidades expresadas o latentes, a las mejores condiciones económicas para la empresa y para un nivel de servicio determinado. Estas pueden ser internas (abastecimiento de bienes y servicios para garantizar el funcionamiento de la empresa), o externas (la satisfacción del cliente). La logística hace uso de varias actividades y conocimientos que participa en la gestión y control de flujos físicos y de informaciones, así como, de medios, el proceso de logística se lleva a cabo de la siguiente manera:

INSUMOS Y PRODUCTOS EN UN PROCESO LOGÍSTICO		
INSUMOS		PRODUCTOS
Materiales	Recursos humanos	Disponible
Información	Recursos técnicos	A tiempo
Necesidades	Recursos económicos	Correcto
Medios		Completo
		Lugar adecuado

Tabla 1 Fuente: González-Anleu, 1997

En medio de estas evoluciones, algunas empresas empezaron a ofrecer servicio llamado “puerta a puerta” que en su inicio tenía la finalidad de prestarlo a nivel integral, gracias a esto, en el país el termino “puerta a puerta” es sinónimo de traer productos.

De este el 70% de empresas, más de la mitad se dedican exclusivamente a la carga que viene desde Miami. Para operar como empresa de logística, es necesario contar con un permiso de la Secretaria de Administración de Renta (SAR) que lo acredite como importador, en la actualidad existen varias empresas o comerciantes individuales que se dedican a esta actividad comercial, importando bienes para la venta o distribución en el país.

Al conocer el proceso de importación desde la compra del producto hasta la entrega del mismo, para que Honduras sea competitiva en los mercados mundiales se hace necesario que los involucrados permitan analizar la importación de mercadería como un coordinador de los procesos, como los siguientes:

- a) Proveedores
- b) Transporte
- c) Seguros
- d) Declaraciones aduaneras
- e) Otros gastos (descarga, comunicaciones, mensajerías)

En cuanto a los aspectos para llevar a cabo una importación y evaluar de forma integral a los proveedores, el ámbito del comercio internacional, los tipos de transporte, seguros y la legislación aduanera, esto para evaluarlas eficientemente y seleccionar las que mejor respondan a las necesidades de los clientes.

Es importante mencionar las herramientas e información de temas de interés nacional e internacional y los indicadores macroeconómicos del país. Relacionado en temas de impuestos, estrategia fiscal y referida al entorno de la entidad.

El punto de partida es elegir los proveedores de acuerdo a la oferta y calidad de los productos, precios, cercanía del lugar de origen, términos de compra; crédito y aquellos factores que ayuden a administrarlo de forma eficaz y eficiente.

La teoría de la cadena de suministros surge en la década de los setenta, con la aglomeración de múltiples actividades en la empresa que incluían gerencia de inventarios, almacenamiento, despacho de carga y servicio al cliente en lo que se constituye la empresa importadora; además de compras, inventarios de materia prima, planificación y control de la producción y recepción de carga conocida como gerencia de materiales (Coyle, Bardi, & Langley, 2003).

El cliente es parte integral en la cadena de suministros, el propósito principal de la empresa es satisfacer las necesidades del cliente, en el proceso, generar una ganancia. El termino cadena de suministros evoca la imagen de un producto o suministro que se mueve a lo largo de la misma, de proveedores a fabricantes a distribuidores a detallistas. En efecto, esto es parte de la cadena de suministros, pero también visualizar los flujos de información, fondos y productos en ambas direcciones. (Chopra & Meindl, 2008).

Una cadena de suministros consta de tres partes generales: el suministro, la fabricación y la distribución.

La parte de suministro se concentra en cómo, donde, y cuando se consiguen y suministran ya sea los productos o materia prima para su fabricación. La fabricación convierte la materia prima en productos terminados y la distribución se asegura de que dichos productos finales lleguen a consumir a través de una red de distribuidores, almacenes y comercios minoristas. Se presume que la cadena comienza con los proveedores de tus proveedores y termina con los clientes de tus clientes. (García García, 2009)

2.2.1 Propósito de una cadena de importación de productos

El propósito de una empresa importadora debe ser maximizar el valor total generado. El valor que una cadena de suministros genera es la diferencia entre lo que vale el producto final para el cliente y los costos en que la cadena incurre para cumplir la petición de este. Para la mayoría de las cadenas de suministros, el valor generado estará estrechamente correlacionado con la rentabilidad de la misma. (Chopra & Meindl, 2008)

El flujo del valor del producto-servicio a través de la cadena de suministro, representa el "movimiento" del valor agregado desde el proveedor hasta los consumidores finales. El valor del producto se incrementa a través de modificaciones físicas, envasado, proximidad física al mercado, servicio de soporte en ventas y posventa y otras actividades que incrementan la "deseabilidad" del producto desde el punto de vista de los consumidores finales. (Antún, 2007)

2.2.2 Identificación de los miembros de la empresa de importación

Todos los miembros que en una u otra forma interactúan directa o indirectamente en la elaboración de un producto, por lo que se puede formar una red bastante compleja sin embargo se puede clasificar en dos grupos:

- a) Primarios: son los que adicionan valor directamente al producto o servicio
- b) Secundarios: que proveen recursos, conocimientos o activos a los miembros primarios de la cadena; sirven de soporte a los miembros primarios.

De acuerdo a algunos casos la empresa puede ser un participante primario en un proceso y secundario o de soporte en otro. La distinción entre miembro primario o secundario no es tan obvia en todos los casos; sin embargo, debe proveer criterios importantes para definir la relación en referencia al rol que deben jugar en cada proceso. (Acero Eslava, 2006)

2.2.3 Etapas de la cadena de importación

Una cadena de importación típica puede abarcar varias etapas o niveles que incluyen:

- a) Clientes
- b) Detallistas
- c) Mayoristas/ distribuidores
- d) Fabricantes
- e) Proveedores de componentes

Cada etapa en la importación se conecta a través del flujo de productos, información y fondos. Estos flujos ocurren con frecuencia en ambas direcciones y pueden ser administrados por una de las etapas o un intermediario. No es necesario que cada etapa esté presente en la cadena de importación. El diseño apropiado de esta depende tanto de las necesidades del cliente como de las funciones que desempeñan las etapas que abarca (Chopra & Meindl, 2008)

2.2.4 Gestión de la cadena de importación

La gestión de empresa importadora está surgiendo como la combinación de la tecnología y las mejores prácticas de negocios en todo el mundo. Una exitosa entrega de los productos en el lugar correcto y en el tiempo exacto, en el menor costo posible. (García García, 2009)

Por la gestión de la empresa importadora en el proceso de planificación, organización, puesta en ejecución y control de las operaciones para satisfacer las necesidades del cliente con tanta eficiencia posible. (Chopra & Meindl, 2008)

2.2.5 Análisis interno

Conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la Empresa importadora de productos solicitados por los clientes. El fin fundamental del análisis financiero es poder tomar decisiones adecuadas en el ámbito de administración y dar buen servicio a los clientes.

La Empresa Copan cargo and Logistic, fue constituida en el año 2018 por 4 socios, para ser convertida en una empresa importadora especializada en el mecanismo fácil y rápido en la entrega de los productos que los clientes identifican como vía para su importación que fomentan la formación de los recursos humanos calificados y productivos en condiciones de eficiencia y competitividad, contribuyendo al impulso de tecnología reciente, productos de lujo a menor costo a las empresas distribuidoras en el país.

En el siguiente cuadro se muestra el organigrama actual de Copan Cargo and Logistic con cada uno de los socios junto con el puesto que tienen dentro de la empresa.

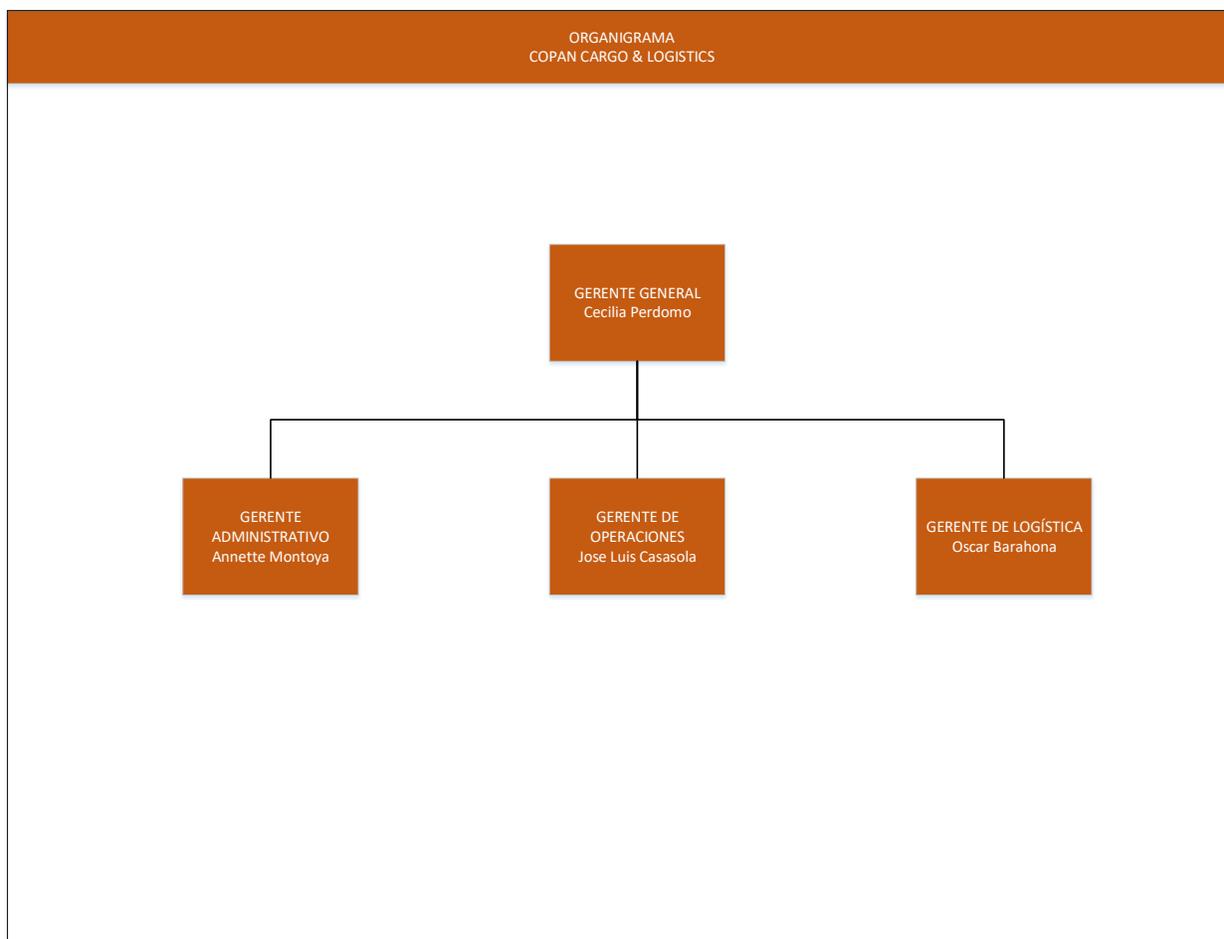


Tabla 2 Fuente: propia

La finalidad de la Empresa Copan es brindar un servicio eficiente para el impulso de la importación en la ciudad de Tegucigalpa que deseen obtener diversos productos sea para uso personal o empresas como mecanismo alternativo en la importación de productos para su uso.

Empresa Copan es una nueva unidad de en el ámbito de importación, apoyando la estrategia de importación y agilizando el acceso a nuevas fuentes para los clientes en la obtención de sus productos, orientando a los clientes que no tienen capacidad de tener un casillero propio en Estados Unidos de América.

2.3. MARCO LEGAL

Para la apertura de una empresa en la ciudad de Tegucigalpa, es necesario llevar a cabo una serie de requisitos legales como ser:

- a. Solicitud permiso de operación (brindada por la Alcaldía Municipal).
- b. Tarjeta de identidad (fotocopia)
- c. Solvencia municipal vigente (fotocopia).
- d. Registro tributario nacional (fotocopia) R.T.N.
- e. Presentar constancia de estar al día con impuestos de bienes inmuebles de la propiedad donde funcionara el negocio.
- f. Fotocopia de la escritura de la propiedad (si es propia).
- g. Contrato de arrendamiento o autorización autenticada del local si es alquilado, incluyendo fotocopia de la escritura de la propiedad y solvencia vigente del dueño.
- h. Fotocopia de la escritura de sociedad o escritura de comerciante individual.
- i. Inscripción en la cámara de comercio.
- j. Constancia de bienes inmuebles al día. (sec. 2)

Mediante el proceso legal, toda institución tiene la potestad de poder llevar a cabo cualquier procedimiento que le permita realizar su operatividad en la incorporación de nuevos productos o servicios que faculten la legalidad de ofrecer a sus clientes valores agregados sin términos a la desconfianza por ser una empresa bajo el reglamento de ley.

Es por eso que mediante la siguiente figura se engloba cada uno de los pasos que son necesarios para poder establecer un negocio formal y amparado bajo el reglamento perteneciente según el rubro al cual quiera dirigirse.



Figura 1 Requisitos para constituir y operar una empresa en Honduras.

Fuente: Secretaría de Industria y comercio.

2.4. MARCO CONCEPTUAL

Es importante considerar algunos conceptos básicos que intervienen en el proyecto en marcha, que ayuden a respaldar, fortalecer y crear un cambio ante la administración de una empresa importadora.

Como primera necesidad se toma en consideración la rama de la economía que relaciona el estudio de las actividades de inversión, tanto en activos reales como en activos financieros y con la administración de los mismos.

Cobertura de mercado:

La cobertura de mercado permite a la empresa o institución, poder llegar a la mente de muchos clientes actuales y potenciales con el fin de poder generar un recordatorio de marca y preferencia de compra por recordación.

Kotler & Armstrong (2011) afirman: Para dirigirse a los mejores segmentos de mercado, lo primero que hace la compañía es evaluar el segmento en términos de tamaño y características de crecimiento, atractivo, estructural y compatibilidad con los recursos y objetivos de la compañía para de tal manera elegir la mejor estrategia de mercado. (p. 236)

Segmentación de mercado:

El poder dirigirse a un nicho específico de mercado, permite a la empresa poder personalizar sus productos o servicios de manera única y de tal manera dirigir sus esfuerzos de mercadeo para agilizar el proceso de compra.

Fernández Valiñas, (2002) afirma: Es la base de la planeación mercadológica; es poder dirigirse a un grupo determinado de personas ya sea por área, lugar, ciudad o región y orientar los esfuerzos de ventas hacia estos, para así poder un adquirir resultados estratégicos planeados.

A través de la segmentación de mercado se puede lograr tres alternativas de mercado como ser:

1. La mercadotecnia diferenciada
2. La mercadotecnia indiferenciada
3. La mercadotecnia concentrada. (p. 234)

Estudio de Mercado:

Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

Fernández Nogales (2004) afirma: Es la función que pone en contacto al consumidor o cliente, publico general con el profesional de marketing, a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas comerciales que permiten adaptar y evaluar las acciones comerciales de la empresa. (p.19)

Estudio Técnico:

Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

By ILPES & Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (2001) afirma: Lo sustantivo en la formulación de proyectos es llegar a diseñar la función de producción óptima que pueda utilizar los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o servicio, la metodología correspondiente a las técnicas e instrumentos necesarios para ese fin. (p.91)

Pre factibilidad Operacional:

La utilización de un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema. Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones.

Pre factibilidad Económica:

Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto. Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos. Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa.

Dentro de esta comparación se debe tomar en cuenta lo siguiente:

Se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan los costos. La proporción costo/beneficio de cada alternativa se comparan con las que proporcionan los costos/beneficios de las otras alternativas para escoger la mejor.

Viabilidad empresarial:

Se refiere al análisis de los mecanismos de ejecución propuestos en el proyecto; la evaluación de la capacidad institucional para su ejecución, operación y seguimiento de los proyectos.

Varela (1997) afirma: Estos criterios se aplican especialmente a los proyectos que involucran obras que tienen relación con infraestructuras y que pueden generar impactos en el ambiente tanto positivos como negativos que se relaciona al análisis de impacto ambiental, como las medidas planteadas para su mitigación, prevención o compensación, según sea el caso. (p. 87)

Rentabilidad:

En Economía, la rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido.

Gerencie (2010) afirma: La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede ser representada en forma relativa en porcentaje o en valores. (S. 2)

Reposicionamiento:

Posicionamiento es la manera en que nos diferenciamos en la mente de nuestros posibles clientes, el reposicionamiento tiene que ver con ajustar estas percepciones para lograr que la estrategia funcione efectivamente, en una era de constante cambio tecnológico como la actual, el reposicionamiento constituye una estrategia fundamental.

Rivkin & Trout (2010) afirman: De hecho, debemos valernos del posicionamiento una y otra vez para poder sortear el cambio y asegurarnos de que la firma siga en pocas palabras, debemos reposicionar la compañía todo el tiempo. De lo contrario, esta se estancará y morirá en el mercado. La compañía prosperará sólo si nos volvemos adeptos al reposicionamiento. (p.78)

2.5. METODOLOGÍAS APLICADAS

2.5.1 Metodología de la estrategia de crecimiento:

Schnarch Kirberg (2005) afirma: Planeación Estratégica es una nueva situación de los negocios en épocas de incertidumbre hace necesarios que las organizaciones definan claramente sus objetivos y orientación. Por ello resulta fundamental determinar su direccionamiento estratégico, vale decir, establecer hacia donde van y cómo” (p. 7).

Identificar el mercado en términos de segmentos y que se ofrecerá a los clientes:

Productos actuales:

- Penetración de mercado
- Desarrollo de mercados

Productos nuevos:

- Desarrollo de productos
- Diversificación

En la administración de la empresa importadora se aplicó la estrategia de crecimiento para los servicios actuales, siendo esta la de penetración de mercados.

2.6. RECOLECCIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS

La encuesta es la técnica que nos permitió conocer las preferencias de los clientes, a través sus opiniones acerca de cómo acceden a las plataformas electrónicas para la adquisición de bienes de Tecnología, vehículos, libros entre otros, de esta manera describir los resultados y conocer la aceptación o no de la administración de la empresa importadora Copan & Logistic.

Se trata de pedir información a una muestra representativa de personas, denominados encuestados, utilizando preguntas escritas. Los cuestionarios recopilan datos cara a cara, por teléfono, por correo o a través de medios de comunicación. Es el mejor modo de averiguar lo que el cliente del beneficio piensa. Dada la imposibilidad de tiempo y economía de entrevistar a todos los posibles clientes, encuestamos solamente a una parte representativa. En este contexto nace el error de muestreo que disminuye a medida que aumenta la muestra. Martínez (2009), (p. 15)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Este capítulo define la matriz metodológica, relación de variables e hipótesis, así como el enfoque, diseño, instrumentos utilizados, fuentes primarias y secundarias empleadas en la presente investigación.

3.1. Congruencia Metodológica

Tabla 2 Metodología

Tema	Problema	Preguntas de investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específico	Independiente	Dependiente
LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y SU IMPACTO EN LA MEJORA CONTINUA DE LA IMPORTACIÓN EN LA EMPRESA COPAN CARGO AND LOGISTIC.	La falta de procesos estandarizados que permita administrar e implementar nuevas estrategias de negocios.	¿Cuáles son los factores oportunos para posicionar la empresa como una de las mejores empresas de importación, exportación?	Describir la situación en la importación de productos en el municipio de Tegucigalpa departamento de Francisco Morazán	Identificar los factores que influyen en la decisión de compra de artículos por internet, a través de preguntas que permitan conocer las razones por las que se importan productos.	Estudio de mercado.	Análisis de la oferta, demanda, mercado meta, productos requeridos.
LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y SU IMPACTO EN LA MEJORA CONTINUA DE LA IMPORTACIÓN EN LA EMPRESA COPAN CARGO AND LOGISTIC.	La falta de procesos estandarizados que permita administrar e implementar nuevas estrategias de negocios.	¿Qué ventajas tendrían los procesos de calidad desarrollados en la empresa Copan Cargo and Logistic?	Describir la situación los factores que influyen en la decisión de compra de artículos por internet.	Identificar el desarrollo y eficiencia en la administración de la empresa Copan Cargo and Logistic.	Estudio Técnico.	Identificar si la metodología de entregas es apta, sistemas de control, mobiliario y equipo.
LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y SU	La falta de procesos estandarizados que	¿Cómo ha sido el comportamiento	Describir la situación financier	Proponer un proceso estandarizado en el	Estructura Organizacional.	Identificar los Procesos adecuados

<p>IMPACTO EN LA MEJORA CONTINUA DE LA IMPORTACIÓN EN LA EMPRESA COPAN CARGO AND LOGISTIC.</p>	<p>permita administrar e implementar nuevas estrategias de negocios.</p>	<p>administrativo y operativo de Copan Cargo and Logistic?</p>	<p>a, de Copan Cargo and Logistic en los próximos cinco años.</p>	<p>manejo de los recursos de Copan Cargo and Logistic en los próximos cinco años.</p>	<p>para la administración de la empresa Copan Cargo and Logistic.</p>
--	--	--	---	---	---

3.1.1. Variables de estudio

Con el fin de determinar los aspectos relevantes para el análisis de dirección administrativa de la empresa Copan Cargo and Logistic, se establecieron las diferentes variables necesarias para la comprensión del estudio de investigación el cuál determina el análisis de dirección administrativa y el impacto de la importación de la empresa Copan Cargo and Logistic, como variable central que depende de: análisis de dirección administrativa, evaluación del uso de los recursos económicos, localización, planeación estratégica y recurso operativo para su total ejecución.

Cada una de las variables contiene diferentes dimensiones de ejecución lo cual constituye elementos claves que se deben tomar en cuenta en la propuesta del estudio.



Figura 2 Diagrama de variables

Se establecieron las diferentes variables necesarias para la comprensión del estudio de investigación el cual se determina la Dirección Administrativa y Su Impacto En La Importación de Copan Cargo & Logistic como variable central que depende de; Recurso económico, Planeación estratégica y Recurso operativo para su total ejecución. Cada una de las variables contiene diferentes dimensiones de ejecución el cual son elementos claves que se deben tomar en la propuesta del estudio.

3.2.Operacionalización de variables

Tabla 3 Variables

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Ítem	Unidades (Categorías)
	Conceptual	Operacional				
Estudio de Mercado	Es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso Sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades	Recolección de la información mediante la aplicación de una encuesta	Oferta, Demanda, Precios, Mercado meta	Alternativas de financiamiento capacidad de compra de productos importados.	¿Gestión de administración la empresa Copan Cargo and Logistic?	Compradores potenciales.
Estudio Técnico	Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para entrega de los productos importados, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.	Recolección de la información mediante encuestas.	Localización Mobiliario y equipo Sistemas de Control	Acondicionamiento del área para la atención los futuros compradores.	¿De qué zona proviene la mayor parte de compradores?	Ciudad de Tegucigalpa y lugares aledaños.
Estructura Organizacional	Distribución formal de los administradores de la empresa Copan Cargo and Logistic	Evaluación del desempeño en las tareas asignadas acorde a su cargo	Estructura Procesos Entorno Remuneración Salarial	Funciones y Ambiente de trabajo	¿Cuál es el grado de motivación que poseen los administradores la empresa Copan Cargo and Logistic?	Cumplimiento de metas

3.2.1. Hipótesis

3.2.1.1. Se plantean las siguientes hipótesis

H: 1 A mayor cobertura en los procesos de calidad de entrega, el mayor impacto en la cantidad de clientes atendidos por la empresa.

H: 0 A menor cobertura en los procesos de calidad de entrega, menor impacto en la cantidad de clientes atendidos por la empresa.

3.2.1.2. Tipo de Hipótesis

El tipo de hipótesis implementada en el proyecto denominado Dirección Administrativa y su Impacto en la Importación de la Empresa Copan Cargo and Logistic, fue descriptiva ya que permitió señalar cuáles fueron las supuestas mayorías o minorías que definieron que disposición existe de forma comparativa.

Entonces podemos decir que una hipótesis es un enunciado de tipo general, una conjetura que anticipa la solución de un problema, pero requiere ser confrontada con la realidad y como es una respuesta provisoria no será considerada como verdadera hasta tanto y solo después de dicha confrontación, Colegio 24 horas (2004), p. 5.

3.2.1.3. Enfoque y métodos de la investigación.

La investigación fue realizada mediante un enfoque mixto, pero con una tendencia predominante del enfoque cuantitativo ya que se analiza la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto particular o para aportar evidencia respecto de los lineamientos de la investigación.

“Un enfoque cuantitativo usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”, Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2006), p. 5.

Los métodos utilizados

a) Método Deductivo: Dirección Administrativa y su impacto en la importación de la Empresa Copan Cargo and Logistic

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método inicia con el análisis de los postulados teoremas y leyes, principios, de aplicación universal y comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares, Navarro Chávez (2014), p.194.

Método Inductivo: A través de este método se conocieron los factores de administración y su impacto en la importación de la Empresa Copan Cargo and Logistic.

La inducción es, de manera general, el método empleado por las ciencias naturales. Consiste en un razonamiento que pasa de la observación de los fenómenos a una ley general para todos los fenómenos de un mismo género... La inducción es, así, una generalización que conduce de los casos particulares a la ley general. Está basada en la experiencia, Baena Paz (2014), p. 45.

Método Histórico: La presente investigación utilizó este método para conocer y analizar los métodos de administración y su impacto de la empresa Copan Cargo and Logistic.

“Nos permite estudiar hechos del pasado con el fin de encontrar explicaciones casuales a las manifestaciones propias de las sociedades actuales”, Escamilla (2013), p. 2.

Método Explicativo

Este método nos permitió determinar las causas y los efectos de cada una de las variables independientes sobre la dependiente.

“Este método procura encontrar la relación causa-efecto entre dos o más fenómenos”, Cegarra Sánchez (2012), p.92.

Método Descriptivo

Este método de investigación esta principalmente soportado en las técnicas como la encuesta, y la revisión de cada una de las fuentes de investigación.

“Como su nombre lo indica, su fin más frecuente es el de describir, identificar rasgos característicos, de una determinada situación, eventos o hechos”, Ferreira & Ana (2014), p.94.

Método Analítico

Este método de investigación nos permitió separar las partes de la estrategia de la ampliación de la cobertura de financiamiento al desarrollo rural para analizar cada una de sus partes por separado.

“Se pretende establecer o evaluar la presencia de asociaciones o diferencia entre factores o situaciones en estudio”, Santos Heredero, Rodríguez Arias, & Rodríguez Ballesteros (2014), p. 50.

Método Sintético

El método de investigación sintético nos permite reconstruir el proceso con una mayor comprensión de cada uno de los elementos.

La síntesis une lo general lo singular, la unidad y la multiplicidad en un todo concreto vivo. La síntesis completa al análisis y forma con él indisoluble, son dos fases complementarias de un mismo proceso, que expresan la unidad del método”, Lopera Echavarría, Ramírez Gómez, & Zuluaga Aristizábal (2004), p. 4.

3.3. Diseño de la investigación

La investigación se realizó con la información resultante de las respuestas captadas en el instrumento de medición a través del cuestionario.

Las etapas previstas del proceso de investigación son las siguientes:

1. Identificación del problema
2. Formulación de los objetivos
3. Marco Teórico
4. Metodología
5. Resultados y análisis de la información
6. Conclusiones y recomendaciones
7. Informe Final.

El diseño de la investigación es no experimental – transaccional descriptivo, ya que se analizaron las variables en su estado natural, estudiando los factores que inciden en la administración y el impacto de importación de la empresa Copan Cargo and Logistic.

Etapas del diseño no experimental-transaccional descriptivo a llevar a cabo para la recolección de información en el estudio Dirección Administrativa y Su Impacto En La Importación De Copan Cargo & Logistic

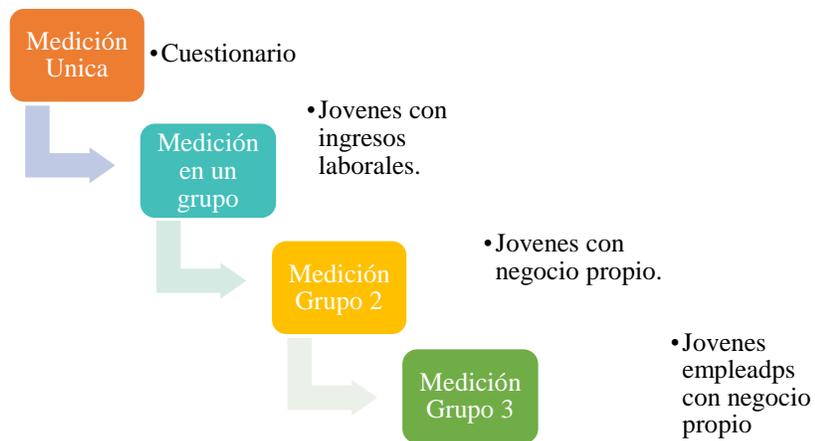


Figura 3 Proceso de recolección de información.

Fuente: Procedimiento para recolección de información por secuencia.

3.4. Población

La población meta de Copan Cargo & Logistic, los clientes que están dispuestos a utilizar el servicio, quienes iniciaran sus compras en línea en las diferentes plataformas a nivel mundial.

Se estima que en la ciudad de Tegucigalpa hay un total de 13,406 posibles clientes en la ciudad y un estimado de 6,703 posibles clientes estudian.

3.5. Muestra

Se desconoce actualmente la cantidad exacta de clientes de la ciudad de Tegucigalpa, por lo que con el fin de levantar una muestra representativa que nos arroje datos los más apegados a la realidad se ha decidido estimar el universo en base a los datos de importaciones:

La muestra es un sub grupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos y que tienen que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población (Sampieri, 2006, pág. 67).

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Ecuación 1. Fórmula para Calcular la muestra requerida, de población finita conocida:

Dónde:

N: Total de la población 13,406 posibles clientes

Z_α: 1.96 (nivel de confianza de 95%)

P: Proporción esperada (5% = 0.05)

q: (1-p)

d: Precisión (utilizamos un 5% de precisión)

$$n = (13,406) (1.96)^2 (0.05) (0.95) \text{ _____} = 73$$

$$(0.05)^2 (13,406 - 1) + (1.96)^2 (0.05) (0.95) \text{ Mendenhall, Lyman (2006)}$$

Nota: el resultado obtenido para la muestra a considerar es de 73 pero para que la muestra fuese más representativa y obtener resultados más acertados se utilizó una muestra de 79 posibles clientes.

3.6. Instrumentos, técnicas y procedimientos aplicados

3.6.1. Instrumentos

Con el propósito de recopilar toda la información que se requiere se utilizó el cuestionario como principal instrumento de recolección, el cual fue aplicado en la encuesta a los posibles clientes de Tegucigalpa, el cual nos ayudará a obtener información y datos estadísticos confiables y fáciles de analizar.

3.6.2. Técnicas

Debido a que el enfoque es cuantitativo se diseñó una encuesta aplicable a los posibles clientes, siendo estas elaboradas a base de preguntas enfocadas a las variables de investigación.

3.6.3. Procedimiento

El objetivo de aplicar la encuesta de manera personalizada vía internet (plataforma google) a los posibles clientes de Copan Cargo & Logistic.

3.7. Fuentes de información

3.7.1. Fuentes primarias

La información primaria se obtuvo por medio de encuestas a los posibles clientes de la ciudad de Tegucigalpa.

3.7.2. Fuentes secundarias

Para la presente investigación y como fuentes secundarias se utilizaron: Libros, revistas, periódicos, páginas web y tesis, en relación a las variables de estudio.

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se analizan los resultados de los instrumentos de recopilación de información, aplicando estadística descriptiva para el análisis de cada instrumento.

4.1 Resultados de la encuesta

Con el objetivo de conocer los factores relacionados a la administración se procedió a realizar un estudio de mercado, con el fin de poder proceder a la aplicación de la encuesta a los clientes de empresas importadora de bienes. A continuación, se presenta el resumen de la información analizada.

a. Resultados de encuesta aplicada a los clientes de empresas importadoras:

1. ¿Realiza usted compras en línea?

Frecuencia de compras por clientes en línea.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
SI	49	62%
NO	30	38%
Total	79	100%

Tabla 4 Frecuencia de compras por clientes en línea



Figura 4 Distribución de compras en línea

Criterio de disposición para las compras en línea.

Mediante el proceso de recolección de datos a través de la herramienta denominada encuesta, se evaluó las compras realizadas en línea en la población de posibles compradores en Tegucigalpa, Francisco Morazán; por lo que el 62% (49 de las personas encuestadas) indicaron tener la disposición de realizar compras en línea.

- **Hallazgo:** Clientes potenciales para la importación de bienes de Estados Unidos a Honduras.
- **Tendencia:** Planificación de servicios y actividades promocionales para incentivar el uso de nuestro sistema.
- **Conclusión:** Se considera factible la estimación de clientes potenciales para el estudio de investigación el cual conlleva a la toma de decisiones.

2. ¿Qué tipo de productos compra o compraría en línea?

Preferencia en el tipo de compra en línea.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Tecnología	45	57 %
Moda	46	58%
Libros/documentos	15	19%
Otros	12	16%
Total	79	100%

Tabla 5 Preferencia en el tipo de compra en línea

2. ¿Qué tipo de productos compra o compraría en línea?

79 respuestas

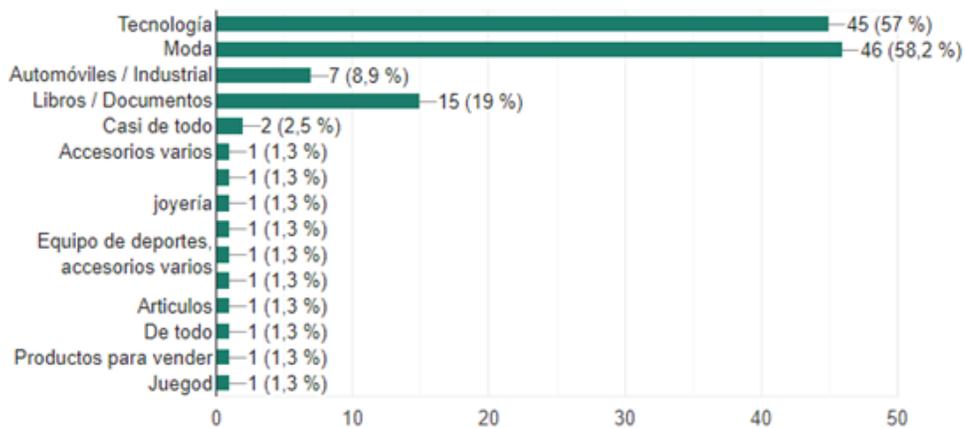


Figura 5 Distribución de compras en línea

3. Plataformas que se utilizan para realizar las compras en línea



Figura 6 Distribución de plataformas

Preferencia de plataforma.

Los clientes consideran que el tipo de plataforma que más se utiliza es Amazon, siendo el 75.9% (54 clientes) con tendencias a comprar artículos de tecnología, moda, libros entre otros, un 14.8% (14 clientes) con perspectivas en Ebay y tan solo el 9.3% (11 clientes) prefieren utilizar paginas oficiales de la empresa que desean adquirir el artículo.

El poder conocer las preferencias de los clientes, permite establecer indicadores de medición en cada uno de las plataformas que pueden adquirir sus compras en línea, siendo la más utilizada Amazon con mayor aceptación, por lo que el proyecto de investigación en cuanto a mercado meta es totalmente factible.

- **Hallazgo:** Potencial de compradores para los compradores en línea.
- **Tendencia:** Administración de servicios para la entrega de productos de importación.
- **Conclusión:** La plataforma de Amazon es una de las herramientas de mayor preferencia para la compra en línea, a través del servicio de entrega es el mercado meta a atender.

4. ¿Cuáles son los elementos que considera más importante al hacer compras en línea?

Tabla 5. Elección de factores de compra para los clientes.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Precio	63	80%
Calidad	56	71%
Variedad	21	27%
Existencia	8	10%
Innovación	19	24%
Total	79	100%

Tabla 6 Elección de factores de compra para los clientes

5. Factores importantes para la compra en línea

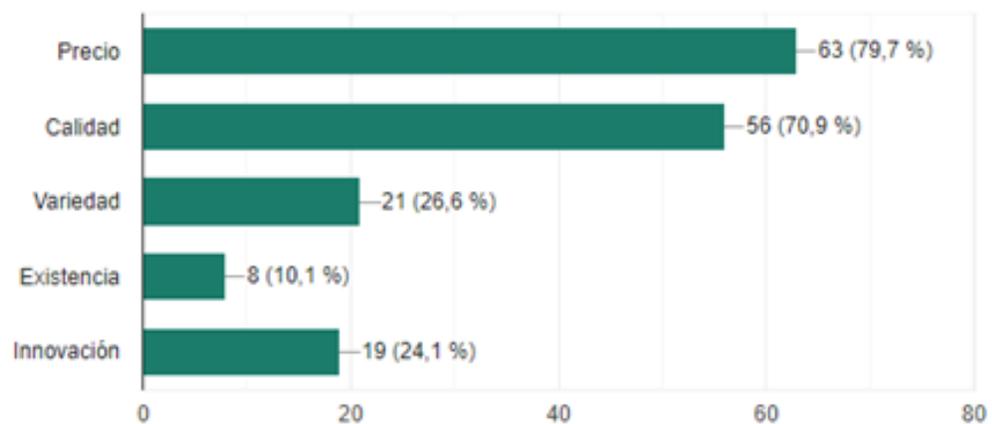


Figura 7 Distribución factores de compra

6. Cuanto está dispuesto o consideraría pagar por cada libra de su paquete.

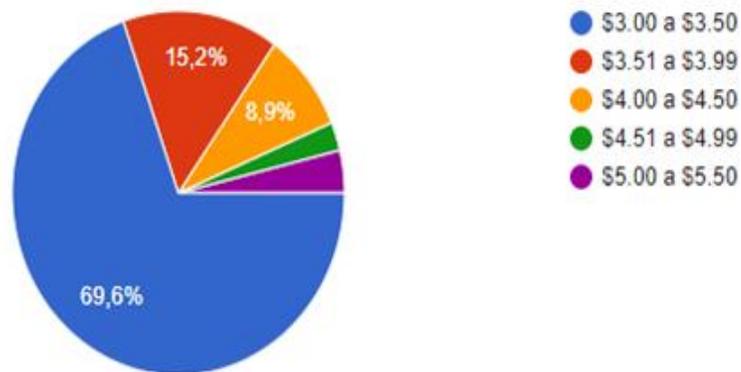


Figura 8 Distribución factor precio

Preferencia de precios por recibir sus artículos.

Los clientes que el precio que pagarían o estarían dispuestos a dar para el servicio de recepción es de \$ 3.00 a \$ 3.50 consideran que es el precio adecuado, de los encuestados el 69.9% (55 clientes) desean para la entrega de sus artículos.

- **Hallazgo:** Aceptación de diversos precios por servicio de mensajería.
- **Tendencia:** Estratégias que faciliten la difusión e incentivo a un servicio de calidad.
- **Conclusión:** La ciudad de Tegucigalpa, cuenta con un mercado amplio y atractivo para los clientes que realizan sus compras en línea, se considera factible para la toma de decisiones estratégicas.

7. Variables influyentes en la importación de artículos.

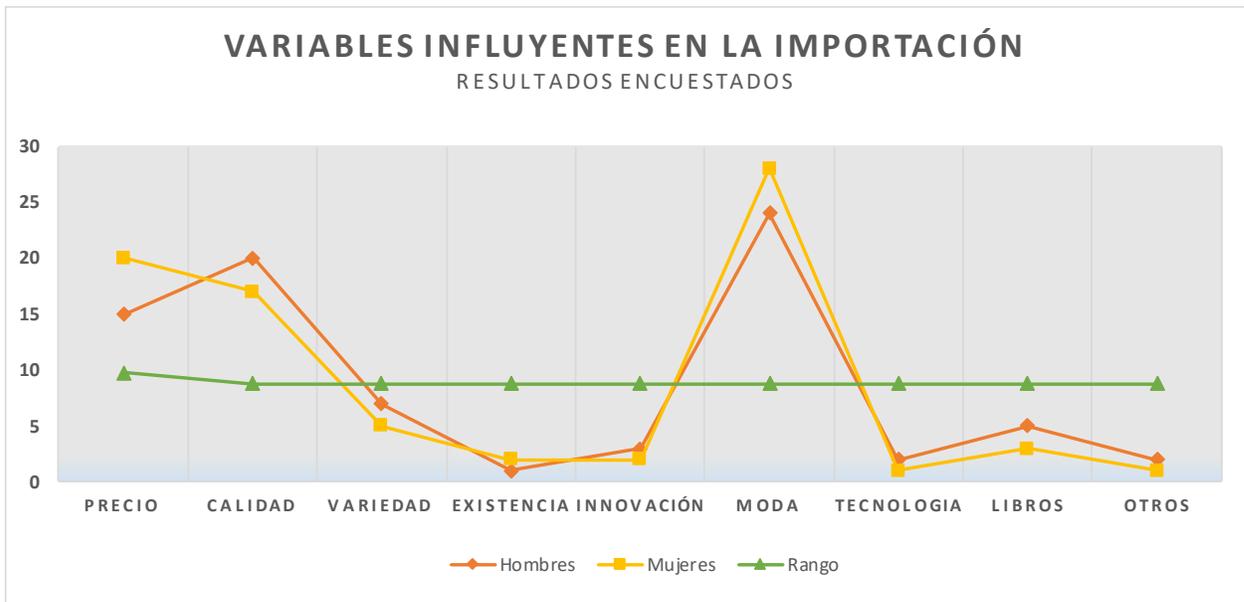


Figura 9 Variables de importación

Preferencia en relación al servicio de importación.

Las variables más influyentes en la adquisición de los artículos tenemos las más relevantes el precio, calidad y moda (tendencia), servicios Los clientes que el precio que pagarían o estarían dispuestos a dar para el servicio de recepción es de \$ 3.00 a \$ 3.50 consideran que es el precio adecuado.

- **Hallazgo:** Variables Aceptación de diversos precios por servicio de mensajería.
- **Tendencia:** Estratégias que faciliten la difusión e incentivo a un servicio de calidad.
- **Conclusión:** La ciudad de Tegucigalpa, cuenta con un mercado amplio y atractivo para los clientes que realizan sus compras en línea, se considera factible para la toma de decisiones estratégicas.

Criterio de disposición para las compras en línea.

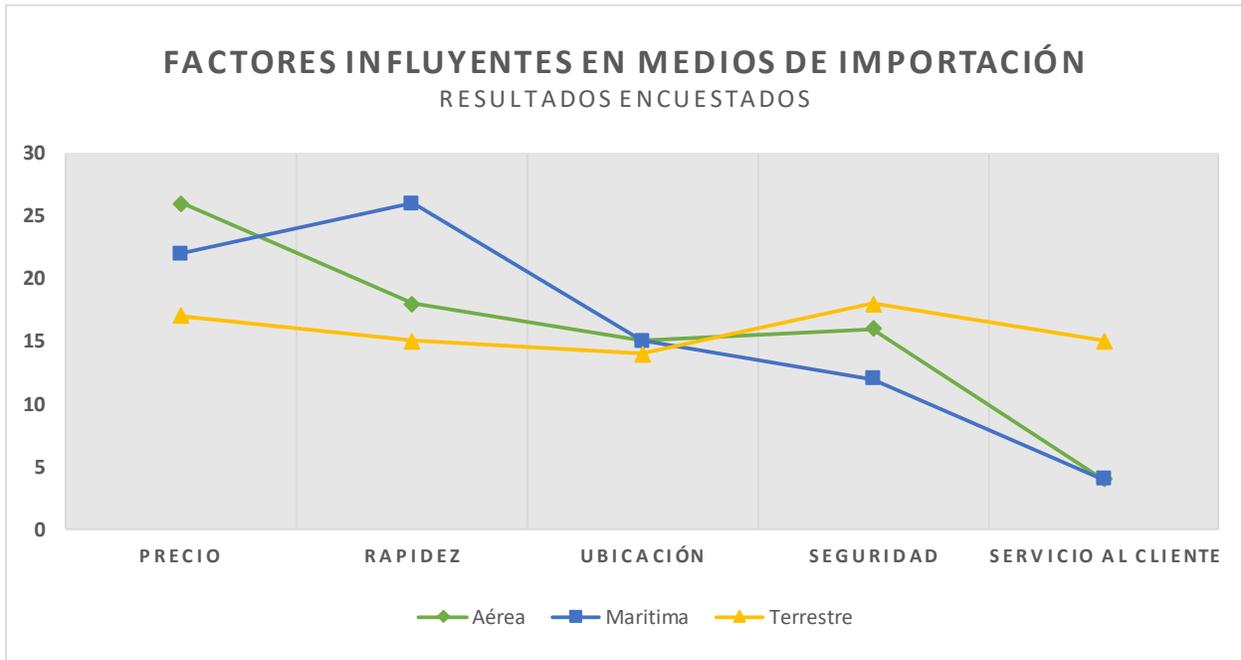


Figura 10 Variables de vías de importación

Se evaluó las compras realizadas en línea en la población de posibles compradores en Tegucigalpa, Francisco Morazán; por lo que el 62% (49 de las personas encuestadas) indicaron tener la disposición de realizar compras en línea, a través de la vía Aérea, Marítima, Terrestre.

- **Hallazgo:** Clientes potenciales para la importación de bienes de Estados Unidos a Honduras.
- **Tendencia:** Planificación de servicios y actividades promocionales para incentivar el uso de nuestro sistema.
- **Conclusión:** Se considera factible la estimación de clientes potenciales para el estudio de investigación el cual conlleva a la toma de decisiones.

4.2 Diagrama de Ishikawa

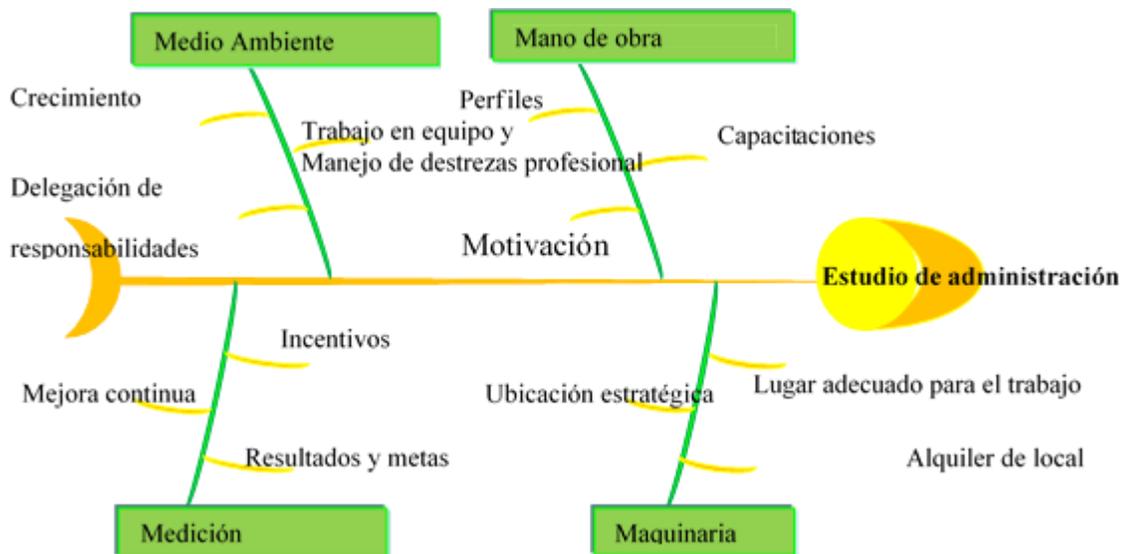


Figura 11 Diagrama de Ishikawa

4.2.1 Explicación e interpretación del diagrama de Ishikawa

a) Mano de obra

1. Perfiles empresariales

Implementar y desarrollar la identificación adecuada del personal correspondiente para cada puesto de trabajo, mediante las competencias y experiencias en el área al cual se requiere asignar.

2. Capacitaciones

Enriquecer el talento humano mediante la preparación y entrenamiento brindado mediante capacitaciones que fortalezcan su desempeño en el área de trabajo, con el fin de poder enfrentar entornos cambiantes de acuerdo a sus indicadores de desempeño.

3. Motivación de desempeño

Considerar este elemento como clave inicial para comprender el comportamiento y rendimiento de los colaboradores en el cumplimiento de sus descriptores y metas ocupacionales dentro de su cargo laboral, observar el cumplimiento de metas y colocación de clientes ya que cada colaborador genera destrezas con diferentes resultados de desempeño.

b. Medio Ambiente

1. Trabajo en equipo

El trabajo en equipo es uno de los aspectos característicos de Copan Cargo & Logistic, ya que los resultados empresariales se miden en conjunto, por lo que es necesario fortalecerlo mediante asignaciones en conjunto, combinando la fuerza de trabajo de cada departamento.

2. Crecimiento profesional

Toda empresa generadora de oportunidades de crecimiento para sus colaboradores en los diferentes niveles ocupacionales de la institución, es totalmente aceptada a nivel profesional por cada colaborador, sin embargo, al tener una estructura organizacional reducida, se opaca el crecimiento de sus colaboradores ya que se mueven únicamente en los pocos departamentos dentro de la empresa.

3. Delegación de asignaciones

Se cumple mediante la inducción inicial para el colaborador, en donde se debe explicar cada uno de sus indicadores o métricas de desempeño.

c. Medición

1. Incentivos

Llevar a cabo reconocimientos de desempeño mediante los incentivos de diferentes categorías como ser: Bonos, certificados de regalo por alcanzar metas, empleado del mes y desempeño anual.

2. Resultados

Cada empleado debe tener métricas de desempeño que alineen sus resultados al cumplimiento y mejora de los objetivos de la institución y esto debe ser reconocido por la empresa.

3. Mejora continua

Cada empleado debe ser capaz de realizar funciones que le permitan mejorar sus destrezas sin lugar a críticas y reproches que puedan opacar su motivación.

d. Maquinaria

1. Ubicación estratégica

La empresa destinada a ofrecer un servicio, deberá tener la accesibilidad para sus clientes y personas allegadas a la misma ya que esto le permitirá ofrecer de manera directa y a la vista del público meta.

2. Alquiler de local

Para iniciar operaciones la empresa, se deberá evaluar si es factible continuar operaciones mediante el capital de trabajo apalancado.

Estrategia para el posicionamiento en el mercado de importación.

1. **En función de los atributos:** servicio competitivo de acuerdo a la estrategia comercial, precios adecuados al presupuesto y respuesta en menos de 3 semanas.
2. **En función del beneficio:** empresa importadora en ofrecer servicios a los clientes.
3. **En función de la diferenciación:** El destino, la cobertura, la transferencia y la oportunidad de ofrecer servicios, de importación eliminando las barreras dentro de las posibilidades de los clientes en obtener sus artículos.

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

1. Acorde al estudio de mercado y técnico se logró identificar los factores principales que han limitado a los usuarios de plataformas en línea en la realización de las compras e importación de los artículos el cual son; el limitado posicionamiento de la marca, limitada inversión en planes publicitarios masivos, estructura organizacional y agilidad de servicios para hacerle frente a la demanda potencial.

2. A través del estudio de mercado e información recolectada mediante la encuesta se determinan las diferentes alternativas para fortalecer el crecimiento, la Dirección, Administrativa y su Impacto en la Mejora Continua de la Importación en la Empresa Copan Cargo And Logistic, las cuales radican en la ejecución de un plan de mercadeo reforzado con herramientas de publicidad masiva.

3. Mediante el estudio de las diversas variables que ayudan a comprobar la hipótesis de investigación; A mayor cobertura en los procesos de calidad de entrega, el mayor impacto en la cantidad de clientes atendidos por la empresa, implementación y definición de políticas y procesos para que se brinden los servicios de calidad a los clientes.

4. Se determinó que los factores que impactan mayormente en los usuarios al momento de realizar compras online son el Precio, la Calidad y la Variedad.

5. La falta de orden en la gestión del proceso impacta directamente en la calidad de servicio que actualmente ofrece la empresa.

5.2 Recomendaciones

1. Se recomienda a Copan Cargo And Logistic ejecutar un plan de inversión publicitario, ya que, de acuerdo al estudio de la oferta en el mercado de servicio de importación, Copan Cargo And Logistic posee desventajas competitivas en cuanto al posicionamiento de marca.

2. Para la ejecución de un plan de negocio Copan Cargo And Logistic, deberá de llevar a cabo alianzas estratégicas que pueda aportar enriquecimiento del capital operativo para la sustentabilidad de la empresa a largo plazo.

3. En lo que respecta a los factores que influyen a los usuarios a realizar compras online, es recomendable aplicar un análisis de estrategia de precios que determine un plan de marketing que sea dirigido por un Plan Operativo Anual.

4. En este sentido, se recomienda capacitar a cada uno de los socios con respecto a las funciones que debe de realizar cada uno, así como llevar un registro y control de las operaciones que se realizan dentro de la empresa para realizar una mejor toma de decisiones.

5. Buscar socios estratégicos nacionales y extranjeros que le aporten los Fondos necesarios para hacerle frente a la demanda creciente de clientes que desean acceder a la plataforma e importar productos a Honduras.

6. Dentro de Copan Cargo se recomienda se acoplen a un sistema de gestión de calidad como ser la ISO 9001-2015 para mejorar los procesos internos.

CAPÍTULO VI.

APLICABILIDAD

La aplicabilidad se fundamenta en las distintas áreas del proyecto y la integralidad de cada una de las herramientas utilizadas en las etapas de dicha investigación. Es el valor agregado del trabajo de investigación donde se busca dar respuesta al problema planteado, y al cumplimiento de los objetivos; validando así el carácter práctico de la propuesta mediante el análisis de su comportamiento.

Determinamos que enfocarnos en cuatro aspectos clave de la empresa impactarán de forma considerable para resolver la problemática expuesta y dará resultados positivos en la estructura de la empresa.

- 1. Perfiles de Puestos**
- 2. Manual de Procesos**
- 3. Plan de Marketing**
- 4. Formatos**

6.1. Perfiles de puesto

Este es un método utilizado en las empresas para la recopilación de los requisitos para un puesto de trabajo, así como las calificaciones exigidas para un empleado para el buen cumplimiento de las tareas y funciones en el puesto dentro de la institución. Dentro de los perfiles de puesto la información que debe de ir incluida es: nombre del puesto, objetivo del puesto, nivel de estudio, experiencia, funciones a realizar en el puesto, conocimientos necesarios para realizar las funciones, aptitudes y características de personalidad.

En toda organización es necesario que se requieran perfiles de puesto, los cuales son necesarios para poder llevar a cabo los procesos de contratación de personal, medir el desempeño de los empleados o para realizar capacitaciones a nuevos empleados.

Cuando una empresa utiliza los perfiles de puesto les da una guía para que los empleados contribuyan a la obtención de los objetivos propuestos y las metas de la organización, al contar con los perfiles de puesto se harán mejores procesos de contratación, hay una mejor comunicación entre los empleados debido a que las tareas a desempeñar están bien definidas, ayuda en la definición de salarios ya que se cuenta con los requerimientos que debe tener un empleado, en caso de despido los perfiles sirven como sustento en dado caso el empleado no cumpla con sus labores de manera satisfactoria.

Por lo tanto, para la empresa Copan Cargo & Logistic se establecieron cuatro perfiles de puesto que son de los cuatro socios que existen en la actualidad, estos perfiles se realizaron para que cada uno de los socios pueda identificar y saber cuáles son sus funciones a realizar dentro de la empresa, los perfiles son:

- Gerente General
- Gerente de Operaciones
- Gerente Administrativo
- Gerente de Logística

Así mismo también es necesario que la empresa a medida se expanda, se realicen los perfiles para Recepcionista, Ejecutivo de Ventas y Oficial de Entregas.

Perfil de Puesto del Gerente General



FORMATO DE PERFIL DE PUESTO

FECHA DE ELABORACION Noviembre 2018

1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

PUESTO:	Gerente General	CÓDIGO DEL PUESTO:	O3A1						
DEPARTAMENTO:	Gerencia General								
SECCIÓN	N/A	No. De Plazas	1						
JEFE INMEDIATO:	N/A	TIPO:	<table border="1"> <tr> <td>PERMANENTE</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>TEMPORAL</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONTRATO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	PERMANENTE	<input checked="" type="checkbox"/>	TEMPORAL	<input type="checkbox"/>	CONTRATO	<input type="checkbox"/>
PERMANENTE	<input checked="" type="checkbox"/>								
TEMPORAL	<input type="checkbox"/>								
CONTRATO	<input type="checkbox"/>								
SEXO:	ESTADO CIVIL:	RANGO DE EDAD:							
MASCULINO <input type="checkbox"/>	SOLTERO <input type="checkbox"/>	De 35 a 50 años							
FEMENINO <input type="checkbox"/>	CASADO <input type="checkbox"/>								
INDISTINTO <input checked="" type="checkbox"/>	INDISTINTO <input checked="" type="checkbox"/>								

2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

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.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.	Mensual	Ejecución
Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.	Mensual	Dirección
Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.	Diario	Control
Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.	Diario	Ejecución
Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.	Diario	Ejecución
Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.	Diario	Ejecución
Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.	Ocasional	Control
Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.	Díario	Control

Convenciones	TIPO DE FUNCIÓN PERIODICIDAD	Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
		Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Semanal (s)

4. COMPETENCIAS

4.1 CONOCIMIENTOS

ESCOLARIDAD	ESPECIFICACIONES	REQUERIDO	OPCIONAL	NO SE REQUIERE		
	MAESTRIA			x		
EDUCACIÓN SUPERIOR		x				
EDUCACIÓN MEDIA						
TÉCNICO						
PLAN BÁSICO						
PRIMARIA						
ESPECIFICACIONES:	Licenciado en Administración de Empresas o Contaduría					
EXPERIENCIA LABORAL	3 años	x				
	En puestos similares					
OTROS	INGLES		x			
	OTROS IDIOMAS			x		
	HERRAMIENTAS DE COMPUTO	x				
	REQUIERE UNIFORME DE LA COMPAÑÍA			x		
	POSIBILIDAD DE VIAJAR	x				
	LICENCIA DE CONDUCIR		x			
	VEHÍCULO PROPIO			x		
	OTROS: (AVALES, CARACTERÍSTICAS ESPECIALES, ETC.)			x		
ESPECIFICACIONES	Divisiones					
			NIVEL			
			ALTO	MEDIO	BAJO	NO APLICA
4.2 APTITUDINALES						
1	Coordinación General	x				
2	Iniciativa	x				
3	Creatividad	x				
4	Habilidad Redacción	x				
5	Fluidez Verbal	x				
6	Capacidad de Análisis	x				
7	Liderazgo	x				
8	Discreto	x				
4.3 ACTITUDINALES						
1	Honradez	x				
2	Dinámico	x				
3	Disposición al cambio	x				
4	Ordenado	x				
5	Emprendedor	x				
6	Conciliador	x				
7	Buenas Relaciones Interpersonales	x				

5. RESPONSABILIDADES		
Económicas:	No aplica	
Información Confidencial:	Debe mantener en absoluta confidencialidad las observaciones hechas en las auditorias asignadas e información que se le confie	
Equipo y Materiales:	Computadoras, Sumadoras y demás implementos de oficina asignados	
Toma de Decisiones:	Dirigir las actividades de la empresa.	
Producto Terminado:	No aplica	
Calidad:	Del trabajo realizado por la Gerencia General	
Cesta:	No aplica	
Otros:	No aplica	
6. PLAN DE CARRERA		
TIPO	REQUERIMIENTO	PUESTO QUE PUEDE ASPIRAR
N/A		
Elaborado por: Oscar Barahona		Revisado por: _____
Aprobado por: _____		Ratificado por: _____

Figura 12 Formato de perfil de puesto

Perfil de Puesto del Gerente de Operaciones



FORMATO DE PERFIL DE PUESTO

FECHA DE ELABORACION Noviembre 2018

1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

PUESTO:	Gerente de Operaciones	CÓDIGO DEL PUESTO:	O3A3
DEPARTAMENTO:	Operaciones		
SECCIÓN	N/A	No. De Plazas	1
JEFE INMEDIATO:	N/A	TIPO:	PERMANENTE <input checked="" type="checkbox"/> TEMPORAL <input type="checkbox"/> CONTRATO <input type="checkbox"/>
SEXO:	ESTADO CIVIL:	RANGO DE EDAD:	
MASCULINO <input type="checkbox"/>	SOLTERO <input type="checkbox"/>	De 30 años en adelante	
FEMENINO <input type="checkbox"/>	CASADO <input type="checkbox"/>		
INDISTINTO <input checked="" type="checkbox"/>	INDISTINTO <input checked="" type="checkbox"/>		

2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Manejar grupos de trabajos enfocados a los procesos de manufactura. Resolución de problemas operativos, administrativos y de mercado. Optimizar los procesos (mayor productividad, menor costo, mejor calidad). Innovación (desarrollo de nuevos productos). Capacitación al personal del equipo de trabajo. Plantear estrategias de negocio. Desarrollar proveedores con mejor servicio, calidad y precios, Implementar herramientas de control de proceso que garanticen la estandarizar el mismo.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Controlar el cumplimiento de la misión de las Divisiones y de la Administración de ellas.	Diario	Ejecución
Administrar los recursos humanos, financieros y materiales que le sean asignados para el cumplimiento de la planificación anual de la Empresa y las funciones y procesos que le son propios.	Diario	Dirección
Definir los planes, políticas y objetivos de la Gerencia, revisar los resultados de indicadores, cumplimiento de metas y evaluar la eficacia y oportunidad de las acciones determinadas.	Mensual	Dirección
Nombrar al personal con las competencias y atribuciones que les corresponda, para integrarlos diferentes comités, ya sean permanentes o transitorios, en que la Gerencia de Operaciones debe participar.	Diario	Ejecución
Lograr los niveles de eficiencia productiva que permitan, entregar los productos y servicios en la oportunidad y calidad acordados con los clientes y dentro de los costos establecidos, controlando que se cumplan los ciclos tanto de sus procesos productivos como administrativos.	Diario	Ejecución
Velar por el mejoramiento continuo de los procesos y capacidades de los estamentos bajo su mando, administrativos y operativos.	Diario	Ejecución
Promover el desarrollo de nuevas capacidades en los productos y servicios establecidos en su misión.	Diario	Control
Velar por la correcta alineación de la planificación estratégica, con la planificación táctica y operativa de la Gerencia de Operaciones, así como, la alineación de sus procesos de negocios con la estructura organizacional y de apoyo de los sistemas de información.	Díario	Control

Convenciones	TIPO DE FUNCIÓN PERIODICIDAD	Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
		Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Semanal (s)

4. COMPETENCIAS

4.1 CONOCIMIENTOS

ESCOLARIDAD	ESPECIFICACIONES	REQUERIDO	OPCIONAL	NO SE REQUIERE		
	MAESTRIA			x		
EDUCACIÓN SUPERIOR		x				
EDUCACIÓN MEDIA						
TÉCNICO						
PLAN BÁSICO						
PRIMARIA						
ESPECIFICACIONES:	Licenciado en Administración de Empresas o Contaduría					
EXPERIENCIA LABORAL	3 años	x				
	En puestos similares					
OTROS	INGLES		x			
	OTROS IDIOMAS			x		
	HERRAMIENTAS DE COMPUTO	x				
	REQUIERE UNIFORME DE LA COMPAÑÍA			x		
	POSIBILIDAD DE VIAJAR	x				
	LICENCIA DE CONDUCIR		x			
	VEHÍCULO PROPIO			x		
	OTROS: (AVALES, CARACTERÍSTICAS ESPECIALES, ETC.)			x		
ESPECIFICACIONES	Divisiones					
			NIVEL			
			ALTO	MEDIO	BAJO	NO APLICA
4.2 APTITUDINALES						
1	Coordinación General	x				
2	Iniciativa	x				
3	Creatividad	x				
4	Habilidad Redacción	x				
5	Fluidez Verbal	x				
6	Capacidad de Análisis	x				
7	Liderazgo	x				
8	Discreto	x				
4.3 ACTITUDINALES						
1	Honradez	x				
2	Dinámico	x				
3	Disposición al cambio	x				
4	Ordenado	x				
5	Emprendedor	x				
6	Conciliador	x				
7	Buenas Relaciones Interpersonales	x				

5. RESPONSABILIDADES		
Económicas:	No aplica	
Información Confidencial:	Debe mantener en absoluta confidencialidad las observaciones hechas en las auditorias asignadas e información que se le confie	
Equipo y Materiales:	Computadoras, Sumadoras y demás implementos de oficina asignados	
Toma de Decisiones:	Dirigir las actividades del Departamento de Operaciones	
Producto Terminado:	No aplica	
Calidad:	Del trabajo realizado por el departamento de Operaciones	
Cesta:	No aplica	
Otros:	No aplica	
6. PLAN DE CARRERA		
TIPO	REQUERIMIENTO	PUESTO QUE PUEDE ASPIRAR
Ascenso		Gerencia General
Elaborado por: Oscar Barahona		Revisado por: _____
Aprobado por: _____		Ratificado por: _____

Figura 13 Perfil de Gerente de operaciones

Perfil de Puesto del Gerente Administrativo



FORMATO DE PERFIL DE PUESTO

FECHA DE ELABORACION Noviembre 2018

1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

PUESTO:	Gerente de Administración	CÓDIGO DEL PUESTO:	O3A2
DEPARTAMENTO:	Administración		
SECCIÓN	N/A	No. De Plazas	1
JEFE INMEDIATO:	N/A	TIPO:	PERMANENTE <input checked="" type="checkbox"/> TEMPORAL <input type="checkbox"/> CONTRATO <input type="checkbox"/>
SEXO:	ESTADO CIVIL:	RANGO DE EDAD:	
MASCULINO <input type="checkbox"/>	SOLTERO <input type="checkbox"/>	De 30 años en adelante	
FEMENINO <input type="checkbox"/>	CASADO <input type="checkbox"/>		
INDISTINTO <input checked="" type="checkbox"/>	INDISTINTO <input checked="" type="checkbox"/>		

2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Administrar los recursos humanos, materiales (logística) y financieros relacionados con los procesos de negocio, diseñando las políticas y procedimientos a seguir en materia presupuestal, flujos de efectivo, análisis financiero, movilidad del personal y control del gasto administrativo; garantizando el suministro oportuno de los recursos necesariamente requeridos en la implementación de los proyectos operativos y operación de las unidades de negocio.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Realizar conjuntamente con la Dirección General, la elaboración preliminar del presupuesto de la empresa, analizando las partidas que serán autorizadas para su control y presupuestación.	Diario	Ejecución
Realizar el análisis de flujo del efectivo, coordinando la toma de decisiones directamente con la Gerencia General.	Mensual	Dirección
Implementar programas tendientes al ahorro y control del gasto, administrando y controlando las partidas estratégicas como el suministro de combustible, compras de activo fijo, viáticos y gastos de representación para la ejecución de los proyectos, etc.	Mensual	Control
Realizar en coordinación con la Gerencia General las autorizaciones de cheques requeridas para el suministro de recursos a la operación de proyectos y unidades de negocio.	Diario	Ejecución
Garantizar la emisión oportuna de la nómina, verificando que los pagos realizados correspondan a la plantilla autorizada por la Dirección General.	Mensual	Ejecución
Efectuar en forma coordinada con el despacho de contabilidad, los análisis de la situación financiera de la empresa derivados del estado de resultados y balance general.	Mensual	Ejecución
Realizar las gestiones necesarias con proveedores, relacionadas con los periodos de financiamiento a fin de no afectar la relación comercial.	Diario	Control
Asegurar el suministro de los recursos destinados a los proyectos en operación, coordinando las operaciones de logística de entrega de equipos y abastecimiento de los insumos.	Díario	Control

Convenciones	TIPO DE FUNCIÓN PERIODICIDAD	Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
		Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Semanal (s)

4. COMPETENCIAS

4.1 CONOCIMIENTOS

ESCOLARIDAD	ESPECIFICACIONES	REQUERIDO	OPCIONAL	NO SE REQUIERE		
	MAESTRIA			x		
EDUCACIÓN SUPERIOR		x				
EDUCACIÓN MEDIA						
TÉCNICO						
PLAN BÁSICO						
PRIMARIA						
ESPECIFICACIONES:	Licenciado en Administración de Empresas o Contaduría					
EXPERIENCIA LABORAL	3 años	x				
	En puestos similares					
OTROS	INGLES		x			
	OTROS IDIOMAS			x		
	HERRAMIENTAS DE COMPUTO	x				
	REQUIERE UNIFORME DE LA COMPAÑÍA			x		
	POSIBILIDAD DE VIAJAR	x				
	LICENCIA DE CONDUCIR		x			
	VEHÍCULO PROPIO			x		
	OTROS: (AVALES, CARACTERÍSTICAS ESPECIALES, ETC.)			x		
ESPECIFICACIONES	Divisiones					
			NIVEL			
			ALTO	MEDIO	BAJO	NO APLICA
4.2 APTITUDINALES						
1	Coordinación General	x				
2	Iniciativa	x				
3	Creatividad	x				
4	Habilidad Redacción	x				
5	Fluidez Verbal	x				
6	Capacidad de Análisis	x				
7	Liderazgo	x				
8	Discreto	x				
4.3 ACTITUDINALES						
1	Honradez	x				
2	Dinámico	x				
3	Disposición al cambio	x				
4	Ordenado	x				
5	Emprendedor	x				
6	Conciliador	x				
7	Buenas Relaciones Interpersonales	x				

5. RESPONSABILIDADES		
Económicas:	No aplica	
Información Confidencial:	Debe mantener en absoluta confidencialidad las observaciones hechas en las auditorias asignadas e información que se le confie	
Equipo y Materiales:	Computadoras, Sumadoras y demás implementos de oficina asignados	
Toma de Decisiones:	Dirigir las actividades del Departamento de Administración	
Producto Terminado:	No aplica	
Calidad:	Del trabajo realizado por el departamento de Administración	
Cesta:	No aplica	
Otros:	No aplica	
6. PLAN DE CARRERA		
TIPO	REQUERIMIENTO	PUESTO QUE PUEDE ASPIRAR
Ascenso		Gerencia General
Elaborado por: Oscar Barahona Revisado por: _____		
Aprobado por: _____ Ratificado por: _____		

Figura 14 Perfil de Gerente Administrativo

Perfil de Puesto del Gerente de Logística



FORMATO DE PERFIL DE PUESTO

FECHA DE ELABORACION Noviembre 2018

1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

PUESTO:	Gerente de Logística	CÓDIGO DEL PUESTO:	O3A4						
DEPARTAMENTO:	Logística								
SECCIÓN	N/A	No. De Plazas	1						
JEFE INMEDIATO:	N/A	TIPO:	<table border="1"> <tr> <td>PERMANENTE</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>TEMPORAL</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONTRATO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	PERMANENTE	<input checked="" type="checkbox"/>	TEMPORAL	<input type="checkbox"/>	CONTRATO	<input type="checkbox"/>
PERMANENTE	<input checked="" type="checkbox"/>								
TEMPORAL	<input type="checkbox"/>								
CONTRATO	<input type="checkbox"/>								
SEXO:	ESTADO CIVIL:	RANGO DE EDAD:							
MASCULINO <input type="checkbox"/>	SOLTERO <input type="checkbox"/>	De 30 años en adelante							
FEMENINO <input type="checkbox"/>	CASADO <input type="checkbox"/>								
INDISTINTO <input checked="" type="checkbox"/>	INDISTINTO <input checked="" type="checkbox"/>								

2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Es responsable de lograr el adecuado desarrollo de las políticas de la administración de recursos materiales y abastecimiento de bienes y servicios, dentro de los estándares de calidad de los procesos y de los productos, para el cumplimiento de los objetivos y metas institucionales, así como promover el cuidado del medio ambiente en las actividades, productos y servicios que desarrolla la Empresa.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Planificar la estrategia para las actividades de suministro de la empresa (transporte, almacenaje, distribución) con el fin de garantizar la satisfacción del cliente.	Diario	Ejecución
Desarrollar y aplicar procedimientos operativos para recibir, manejar, almacenar y enviar mercancías y materiales.	Diario	Dirección
Coordinar y controlar los procesos logísticos.	Diario	Dirección
Servir de enlace y negociar con otros departamentos, proveedores, fabricantes, empresas de transporte, clientes y minoristas.	Diario	Ejecución
Controlar la calidad, el coste y la eficacia de los procesos logísticos, por ejemplo, analizando los datos.	Diario	Ejecución
Mantenerse al día y reaccionar a las influencias externas, como la legislación, las normas relevantes y las necesidades de los clientes.	Diario	Ejecución
Planificar, desarrollar y aplicar los correspondientes procedimientos de salud y seguridad en relación con el movimiento y almacenaje de mercancías.	Diario	Control
Analizar y resolver los problemas logísticos y planificar las mejoras.	Díario	Control

Convenciones

TIPO DE FUNCIÓN
PERIODICIDAD

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Semanal (s)

4. COMPETENCIAS

4.1 CONOCIMIENTOS

ESCOLARIDAD	ESPECIFICACIONES	REQUERIDO	OPCIONAL	NO SE REQUIERE		
	MAESTRIA			x		
EDUCACIÓN SUPERIOR		x				
EDUCACIÓN MEDIA						
TÉCNICO						
PLAN BÁSICO						
PRIMARIA						
ESPECIFICACIONES:	Licenciado en Administración de Empresas o Contaduría					
EXPERIENCIA LABORAL	3 años	x				
	En puestos similares					
OTROS	INGLES		x			
	OTROS IDIOMAS			x		
	HERRAMIENTAS DE COMPUTO	x				
	REQUIERE UNIFORME DE LA COMPAÑÍA			x		
	POSIBILIDAD DE VIAJAR	x				
	LICENCIA DE CONDUCIR		x			
	VEHÍCULO PROPIO			x		
	OTROS: (AVALES, CARACTERÍSTICAS ESPECIALES, ETC.)			x		
ESPECIFICACIONES	Divisiones					
			NIVEL			
			ALTO	MEDIO	BAJO	NO APLICA
4.2 APTITUDINALES						
1	Coordinación General	x				
2	Iniciativa	x				
3	Creatividad	x				
4	Habilidad Redacción	x				
5	Fluidez Verbal	x				
6	Capacidad de Análisis	x				
7	Liderazgo	x				
8	Discreto	x				
4.3 ACTITUDINALES						
1	Honradez	x				
2	Dinámico	x				
3	Disposición al cambio	x				
4	Ordenado	x				
5	Emprendedor	x				
6	Conciliador	x				
7	Buenas Relaciones Interpersonales	x				

5. RESPONSABILIDADES		
Económicas:	No aplica	
Información Confidencial:	Debe mantener en absoluta confidencialidad las observaciones hechas en las auditorias asignadas e información que se le confie	
Equipo y Materiales:	Computadoras, Sumadoras y demás implementos de oficina asignados	
Toma de Decisiones:	Dirigir las actividades del Departamento de Logística	
Producto Terminado:	No aplica	
Calidad:	Del trabajo realizado por el departamento de Logística	
Cesta:	No aplica	
Otros:	No aplica	
6. PLAN DE CARRERA		
TIPO	REQUERIMIENTO	PUESTO QUE PUEDE ASPIRAR
Ascenso		Gerencia General
Elaborado por: Oscar Barahona		Revisado por: _____
Aprobado por: _____		Ratificado por: _____

Figura 15 Perfil de Gerente de Logística

6.2. Manual de Procesos

Los manuales de procesos tienen como objetivo plasmar el know how de los procedimientos de la empresa o saber cómo realizarlas para tener definido cada una de las tareas y lograr ofrecer un mismo servicio a cada uno de los clientes.

Este instrumento permite conocer a fondo cada una de las actividades que se realizan en el día de los departamentos e identificar cómo interactúan las distintas áreas entre sí.

El esquema propuesto contiene ocho elementos:

1. **Portada:** nomenclatura del manual – área – departamento – proceso – número.
2. **Introducción:** contiene la descripción y en el encargado del proceso y las definiciones que se contemplan para todo el manual.
3. **Diagrama del flujo:** representación gráfica del paso a paso del proceso.
4. **Descripción del proceso:** detalle de cada una de las actividades con la explicación explícita de que hacer y cómo realizarlo.
5. **Matriz de riesgos:** inclusión de una matriz que identifique los riesgos de cada una de las actividades determinando cada riesgo y su nivel: alto, medio y bajo.
6. **Políticas:** directrices que rigen el proceso y determine el alcance mismo.
7. **Anexos:** formatos e instructivos relacionados con el proceso.
8. **Control de versiones:** respaldo de la certificación del proceso y su aprobación.

Esquema propuesto de manual

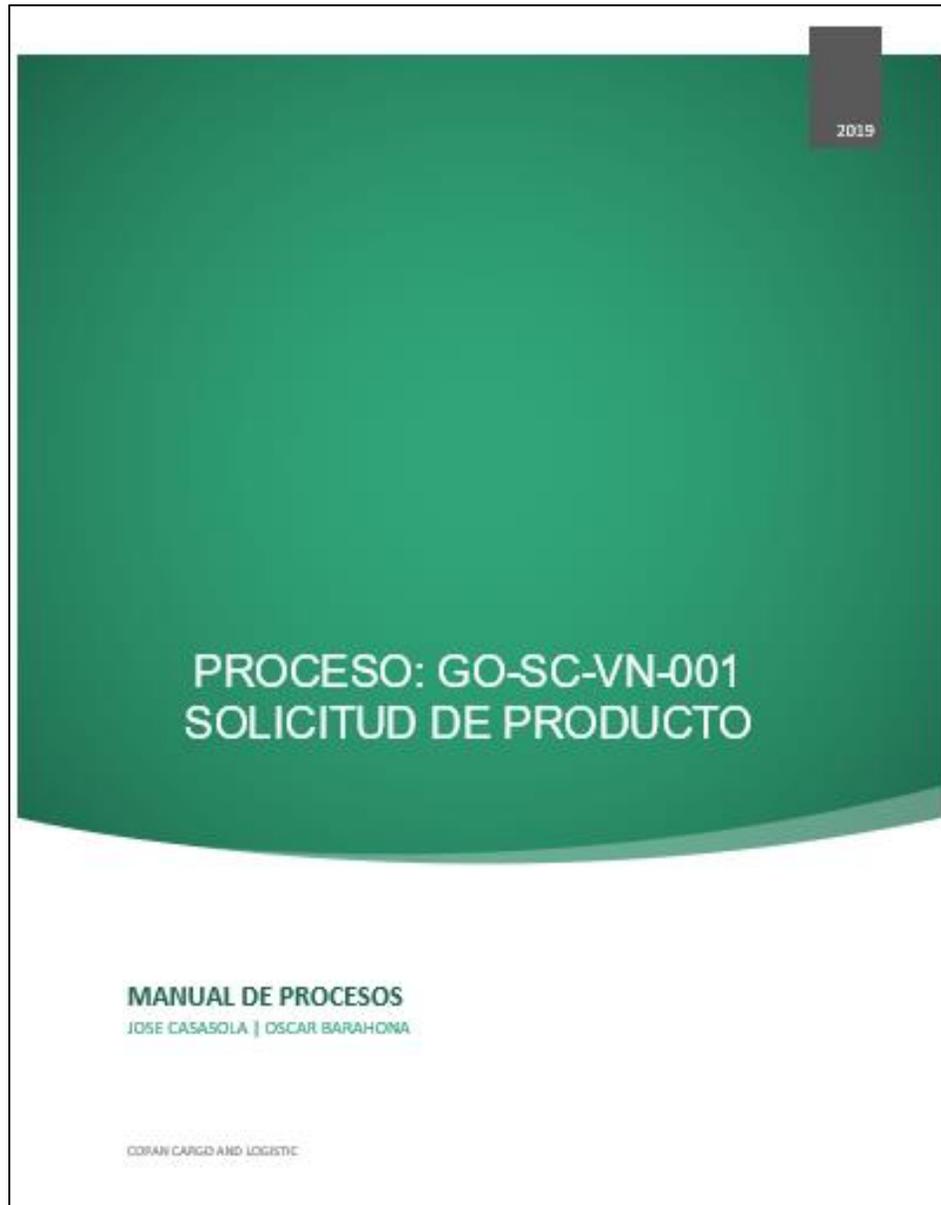


Figura 16 Manual de procesos

Fecha: 01/01/2019 Revisión: 01 Página: 2/11	Copan Cargo & Logístico	
	Proceso: GO-SC-VN-001 Solicitud de Producto	

CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. DIAGRAMA DE FLUJO	4
III. NARRATIVA DEL PROCESO	6
IV. MATRIZ DE RIESGO	7
V. POLÍTICAS	8
VI. ANEXOS	8
VII. APROBACIONES	11

CONTROL DE REVISIONES

REVISIONES

N°	FECHA	ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR
01	Enero 2019	Jose Casasola		
02				
03				

Fecha: 01/01/2019 Revisión: 01 Página: 3/11	Copan Cargo & Logistic	
	Proceso: GO-SC-VN-001 Solicitud de Producto	

I. INTRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El proceso de Solicitud de Producto tiene como propósito establecer una relación comercial con el Cliente, el cual proporciona información para realizar el pedido del Cliente.

El proceso será de ejecución por parte del personal de Gerencia de Operaciones a nivel nacional.

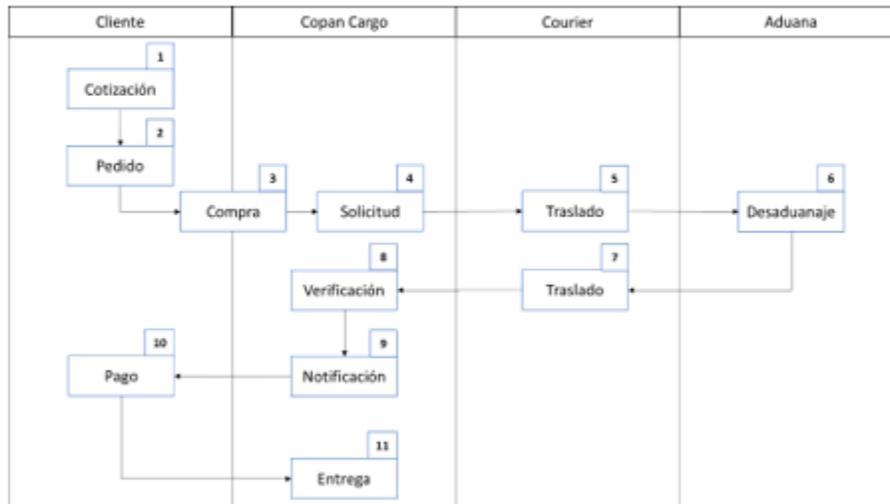
TERMINOLOGÍA

1. **Courier:**
2. **Cliente:**
3. **Paquete:**

INDICADORES CLAVE

Tiempo de Ejecución del Proceso	13 minutos
---------------------------------	------------

II. DIAGRAMA DE FLUJO



Fecha: 01/01/2019 Revisión: 01 Página: 6/11	Copan Cargo & Logistic Proceso: GO-SC-VN-001 Solicitud de Producto	
---	--	--

III. NARRATIVA DEL PROCESO

No. Actividad	Área / Puesto	Descripción
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		Fin del Procedimiento

Fecha: 01/01/2019 Revisión: 01 Página: 7/11	Copan Cargo & Logistic	
	Proceso: GO-SC-VN-001 Solicitud de Producto	

IV. MATRIZ DE RIESGO

Ref.	Actividad	Riesgo Identificado	Tipo	Impacto	Probabilidad de ocurrencia	Mitigación	Responsable del Mitigante
1	1		Fraude	Alto	Baja	1.	
1	1		Fraude	Alto	Media	1.	
N/A	1		Reputacional	Alto	Baja	1.	

Fecha: 01/01/2019 Revisión: 01 Página: 8/11	Copan Cargo & Logistic Proceso: GO-SC-VN-001 Solididad de Producto	
---	--	--

V. POLÍTICAS

1. Política 1.
2. Política 2.
3. Política 3.

Fecha: 01/01/2019 Revisión: 01 Página: 9/11	Copan Cargo & Logistic Proceso: GO-SC-VN-001 Solicitud de Producto	
---	--	--

VI. ANEXOS

ANEXO 1: LOGO 1



Fecha: 01/01/2019 Revisión:01 Página: 11/11	Copan Cargo & Logístico	
	Proceso: GO-SC-VN-001 Solicitud de Producto	

VII. APROBACIONES

APROBACION DE DOCUMENTACION	
Gerencia	Gerencia de Operaciones
Jefatura	Operaciones y Servicios
Código del Proceso	GO-SC-VN-001
Nombre del Proceso	Solicitud de Producto
Tipo de Requerimiento	Nueva Documentación
Tipo de Documento	Manual de Proceso
Procedimiento Actual	
Se cuenta con documentación del proceso en el formato de flujo.	
Nuevo Procedimiento	

Jose Casado Gerente de Operaciones	Oscar Barahona Gerente de Logística

6.3. Plan de Marketing

Consideramos cuatro elementos para obtener un mayor impacto:

1. Entorno demográfico

Copan Cargo & Logistic comienza de manera empírica el cual no se realizó un lanzamiento formal de la empresa, se propone se realice el lanzamiento a partir de inicio de 2019 a través de la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa

Permitirá:

- Acercamiento con las empresas al ser convocados por la Cámara de Comercio.
- Crear un vínculo formal y un hito para la empresa y los medios de comunicación.
- Promocionar sus servicios.

Es el inicio para captar nuevos clientes e ir documentando la base de datos de clientes, la empresa actualmente no cuenta con una base de datos para realizar publicidad dirigida.

2. Entorno tecnológico

Del estudio se identificó que un 62% de clientes potenciales realiza compras en línea.

Como parte del esfuerzo tecnológico para lograr captar nuevos clientes, se propone que el enfoque sea potenciar la herramienta de mayor importancia con la que cuenta la empresa que es su página web.



La página web cuenta con tres elementos indispensables para el control y la calidad que se ofrece al Cliente como ser:

- Rastreo de envíos

Rastreo en línea

Revise rápidamente el estado de su envío

Número de rastreo

- Cuenta personalizada



- Cotizaciones inmediatas

Obtenga una cotización del envío de su mercancía de Estados Unidos a Honduras.

Seleccione tipo de mercancía...	▼
Seleccione tipo de entrega...	▼
Seleccione vía	▼
Precio del artículo en USD	
Peso en libras	

COTIZAR

3. Entorno socio-cultural

Participar en la feria del Bazar del Sábado ya que se relacionan con nuevos emprendedores.

4. Atributos diferenciales

Al elaborar la matriz de precios y costos, permitirá competir e incluso superar lo que actualmente ofrece la competencia.

6.4. Formatos propuestos

Como punto de partida para el reordenamiento de las tareas en la empresa, se diseñaron tres formatos fundamentales para las operaciones directamente relacionadas con la estructura base de encargos de paquetes.

Los formatos permiten tener el control con respecto al seguimiento de cada uno de las cotizaciones y pedidos, así como tener respaldo de la información que se le proporciona al Cliente. Legalmente es indispensable que las operaciones monetarias se registren y se efectúan acorde las normas establecidas por el país.

Los costos que involucran la elaboración de los mismos son:

**COTIZACION**

Propuesto a:

COPAN
Tif.:

TEGUCIGALPA HONDURAS

Código cte.: 0423

Enviado a:

Tif.:

TEGUCIGALPA HONDURAS

Enviar: Entrega

Términos: Efectivo

Vendedor:

Referencia:

Código producto	Descripción del producto	Cantidad	Precio Unit. L.	Subtotal L.
125	TALONARIOS DE FACTURAS TAMAÑO TERCIO CARTA ORIGINAL 1 COPIA FULL COLOR PAPEL QUIMICO	3.00	400.00	1,200.00
125	TALONARIOS DE COTIZACIONES TAMAÑO TERCIO DE CARTA ORIGINAL 1 COPIA FULL COLOR PAPEL QUIMICO	3.00	400.00	1,200.00
125	TALONARIOS GUIAS DE REMISION TAMAÑO MEDIA CARTA ORIGINAL, 2 COPIAS FULL COLOR PAPEL QUIMICO NUMERADOS	3.00	450.00	1,350.00

9.00	Subtotal	3,750.00
------	----------	----------

Impuesto:	562.50
-----------	--------

TOTAL L.	4,312.50
-----------------	-----------------

FIRMA Y SELLO DEL CLIENTE

HAROLD ZELAYA

FIRMA Y SELLO
GRAFICOS TEGUCIGALPA

Formato de Factura



COPAN
Cargo & Logistic - Honduras

Forma de pago: Crédito Contado

Ciente: _____

Fecha: ____/____/20__

FACTURA No. 00000000

RTN: 08019018055908

CAI: 000000000000

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Observaciones:		SUBTOTAL	
		IVA	
		TOTAL A PAGAR	

Dirección Honduras: Colonia Alameda, Avenida Julio Lozano Díaz, Edificio Maya #3, Local #8

Dirección USA: 11350 N.W. 25th ST, SUITE #100 BUILDING 4, DORAL, FL 33172

e-mail: info@copancargo.com Visitanos: www.copancargo.com

Teléfono: 2213-0956 / 3333-4148 / 3154-7791

Figura 1717 Formatos propuestos

Formato de Cotización



COPAN
Cargo & Logistic - Honduras

Forma de pago: Crédito Contado

Ciente: _____

Fecha: ____/____/20__

COTIZACIÓN No. 00000000

RTN: 08019018055908

CAI: 000000000000

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Observaciones:		SUBTOTAL	
		IVA	
		TOTAL A PAGAR	

Dirección Honduras: Colonia Alameda, Avenida Julio Lozano Díaz, Edificio Maya #3, Local #8

Dirección USA: 11350 N.W. 25th ST, SUITE #100 BUILDING 4, DORAL, FL 33172

e-mail: info@copancargo.com Visitanos: www.copancargo.com

Teléfono: 2213-0956 / 3333-4148 / 3154-7791

Formato de Orden de Entrega



CAI: 000000000000

RTN: 08019018055908

ORDEN DE ENTREGA No. 00000000

GUÍA DE REMISIÓN No. 00000000

Fecha: ____/____/20__

Remitente	Destinatario
	Nombre: _____
	Dirección: _____

Descripción	Pequeño	Mediano	Grande	X-Grande
Caja				
Bulto				
Sobre				
Otros				

Contado Redestino
 Crédito Puerta a Puerta

Entregado por:	Recibido por:	Teléfono:

Hora de entrega: _____ Valor total LPS.: _____

Dirección Honduras: Colonia Alameda, Avenida Julio Lozano Díaz, Edificio Maya #3, Local #8

Dirección USA: 11350 N.W. 25th ST, SUITE #100 BUILDING 4, DORAL, FL 33172

e-mail: info@copancargo.com Visitanos: www.copancargo.com

Teléfono: 2213-0956 / 3333-4148 / 3154-7791

6.5. Plan Estratégico

Como siguiente propuesta se implementó un plan estratégico dentro de la empresa en donde se establecieron objetivos a corto y largo plazo que ayuden a la organización a poder cumplir su misión y alcanzar su visión, esto nos ayudara a realizar el diseño y construir el futuro de la empresa.

Es importante que se involucren todos los empleados de la empresa ya que ellos pueden aportar su conocimiento para identificar los problemas y las oportunidades.

Un plan estratégico es un documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa y cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma de hacer las cosas y a marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual y deseado (Martínez Pedrós, 2005)

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		ESTRATEGIAS	INDICADOR
I.	Aumentar la rentabilidad	Incrementar las ventas del servicio	Porcentaje anual de incremento de ventas
		Reducir costos	Porcentaje de reducción de gastos financieros
II.	Desarrollar servicios innovadores	Incrementar la capacidad de servicios propios	Cantidad de ventas por servicios
			Ratio de servicios propios versus servicios de la competencia
III.	Fortalecer nuestra participación en el mercado	Incrementar los puntos de venta en el país	Número de agencias operativas en el país
IV.	Sistematizar las operaciones críticas de la empresa	Implementar aplicaciones informáticas	Número de aplicaciones en uso

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		ESTRATEGIAS	INDICADOR
V.	Capacitar a cada uno de los socios en cuanto a funciones	Prepara programas y buscar instructores	Cantidad de capacitaciones recibidas en el año
VI.	Contratar personal para atender a los clientes	Reclutar, entrevistar y seleccionar el personal idoneo	Cantidad de entrevistas realizadas

BIBLIOGRAFIA

Alvira Martín, Francisco. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (2.^a ed.). Madrid, España: CIS - Centro de Investigaciones Sociológicas. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10903656&p00=encuest>

Banco, M. (2017). *Educación: Panorama general* (Educación). Washington, D.C.: Banco Mundial. Recuperado a partir de <http://www.bancomundial.org/es/topic/education/overview>

Batlle Terradas, X. (2001). *La gestión de los recursos minerales en las sociedades cazadoras-recolectoras* (Editorial CSIC-CSIC Press). España.

Bermudez, G. (2010). *¿Qué es la educación?* España: AuthorHouse.

Bow, M. (1987). *Boletín de educación ambiental de la UNESCO-PNUMA* (Ambiental No. 12). Moscú: UNESCO.

By ILPES, & Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2001). *Guía para la presentación de proyectos* (2da ed.). Londres.

Cegarra Sánchez, J. (2012). *Métodos de la Investigación*. Ediciones Díaz de Santos, Madrid, España. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=11038967&ppg=2>

Colegio 24 hs. (2004). *Filosofía, Tipos de hipótesis*. Colegio24hs. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?>

Comisión Nacional, D. B. y S. (2016, junio 2). *¿Qué es la educación financiera?*

Duriez, M., López, V., & Moncada, G. (2016). *Informe Nacional Honduras*. Honduras. Recuperado a partir de Educación Superior en Iberoamericana.

Escalona, (Iván). (2009, junio). Métodos de evaluación financiera en evaluación de proyectos. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10311127&p00=razones+financieras>

Escamilla, M. D. (2013). *Aplicación básica de los métodos científicos*. Recuperado a partir de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES40.pdf

Fernández Nogales, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado* (2da ed.). Madrid.

Fernández Valiñas, R. (2002). *Segmentación de mercados*. Cengage Learning Editores.

Ferreyra, A., & Ana, D. L. (2014). *Metodología de la investigación I* (1.^a ed.). Argentina: Editorial Brujas. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=10995617&ppg=92>

Fundación de Crédito Educativo Hondureño. (2014). Recuperado a partir de <http://www.fundacioncreho.org.hn/>

García Felipe, A. (2015). Los beneficios de la Tecnología en la Educación.

Garza. (2008). *Administración de la calidad total*. México: Editorial Pax México.

Gerencie. (2010). Gerencie. Recuperado a partir de <https://gerencie.com>

Guzmán Castro, F. (2004). *El estudio económico - financiero y la evaluación en proyectos*. Bogotá: Univ. Nacional de Colombia.

Herrero, P. P. (2001, marzo). Economía de la educación: Una disciplina pedagógica en pleno desarrollo. Universidad de Salamanca. Recuperado a partir de revistas.usal.es/index.php/1130-3743/article/download/2895/2931

Jaén González, A., & Calventus Solé, Y. (2006). *Ambiente, Tecnología energética y medio*. Catalunya, España: Univ. Politèc. de Catalunya.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. Pearson Educación.

Kurtosis. (2010). Blog spot de Estadística.

Lopera Echavarría, uan D., Ramírez Gómez, C. A., & Zuluaga Aristizábal, M. U. (2004). El método analítico como método natural. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Recuperado a partir de ite.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=10417961&ppg=2

Marketing Publishing. (1998). *Estrategias de Crecimiento*. Madrid España. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10194549>

Martínez Rojas, J. C. (2004). Consideraciones correlativas de estrategias de crecimiento local bajo el enfoque de dirección estratégica. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10411208>

Martner, G. (2004). *Planificación y presupuesto por programas*. Santiago de Chile: Siglo XX.

Mendenhall, W., Lyman Ott, Publisher, E. P., 2006, ISBN, 8497324935, 9788497324939, & Length, 462 pages. (s. f.). *Elementos de muestreo*.

Mundial, B. (2017). *Educación* (Educativo). Washington, D.C.

Muñoz López, A. (2010). *El mundo de las empresas: de las PYMES a las unimundiales*. España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10390647>

Navarro Chávez, C. L. (2014). *Epistemología y metodología* (1.^a ed.). México: Grupo Editorial Patria. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=11013799>

Neira Casco, A. (2006). *Técnicas de medición del trabajo*. México: FC editorial.

Nicastro Soria, O. (1986). *Calidad, Eficiencia y Equidad en la educación superior* (Primera edición). Guadalajara, Jalisco, México: Comité editorial U.A.G.

Office of Government, C. (2010). *Operación del servicio*. Office of Government Commerce.

ONU, & Bokova, I. (2011, noviembre). *La UNESCO y la educación*. Place de Fontenoy. Recuperado a partir de unesdoc.unesco.org/images/0021/002127/212715s.pdf

Presna, D. la. (2015). *San Pedro Sula a la vanguardia de la educación*.

Prieto Moren, B., Aguilar Cond, P., & Santidrián Arroyo, A. (2005). *Contabilidad de costes y de gestión: un enfoque práctico*. España: Delta Publicaciones.

Rivkin, J., & Trout, y E. (2010). *Reposicionamiento*. Ediciones Pirámide.

Salanova Sánchez, E. M. (1980). Nueva concepción de la tecnología educativa.

Recuperado a partir de <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0015tecnologiaeducativa.htm>

Santos Heredero, F. X., Rodríguez Arias, C. A., & Rodríguez Ballesteros, R. (2014).

Metodología básica de investigación en enfermería. Ediciones Díaz de Santos: Madrid España.

Recuperado a partir de

<http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=11002246&ppg=64>

Schnarch Kirberg, A. (2005). *Desarrolllos de Nuevos Productos* (4.^a ed.). México:

McGraw-Hill Interamericana. Recuperado a partir de

<http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=10436499&ppg=3>

se, gob. (2016). *Secretaria de Educación, estadísticos*.

Sote, A. (2005). Blog de técnicas estadísticas.

Tribunal Supremo, de cuentas. (2013). Fondo de Garantías Recíprocas para la educación.

Varela, R. (1997). *Evaluación Económica de Proyectos de Inversión*. Santiago de Cali

Colombia: Grupo Editorial Iberoamérica.

Zapata, E. (2017). Requisitos para apertura un negocio.

Zvi, B., & Bodie, R. (2003). *Finanzas*. México: Pearson Educación.

ANEXOS



PREGUNTAS

RESPUESTAS

79

Sección 1 de 3



Encuesta

Somos estudiantes de UNITEC, estamos cursando el proyecto de graduación de la maestría en Dirección Empresarial, agradeceremos nos regale un momento de su tiempo para contestar la siguiente encuesta.

El objetivo de la misma es conocer el grado de aceptación de una empresa de servicios logísticos de importación de productos a través de compras en línea en la ciudad de Tegucigalpa.

Edad *

Texto de respuesta corta

Género *

- Masculino
- Femenino

Grado académico *

- Primaria
- Secundaria
- Pregrado
- Posgrado
- N/A

Ocupación actual *

Texto de respuesta corta

Después de la sección 1 [Ir a la sección 2](#)

Sección 2 de 3



Título de la sección (opcional)

Descripción (opcional)

1. ¿Realiza usted compras en línea? Si su respuesta es NO, llenar preguntas 2, 3 y 4. *

Sí

No

2. ¿Qué tipo de productos compra o compraría en línea? *

Tecnología

Moda

Automóviles / Industrial

Libros / Documentos

Otra...

3. ¿Cuáles son los elementos que considera más importante al hacer compras por internet? *

- Precio
- Calidad
- Variedad
- Existencia
- Innovación

4. ¿Cuánto esta dispuesto o consideraría pagar por cada libra de su paquete? *

- \$3.00 a \$3.50
- \$3.51 a \$3.99
- \$4.00 a \$4.50
- \$4.51 a \$4.99
- \$5.00 a \$5.50

5. En este momento, ¿cuál es el precio que esta pagando por libra?

Texto de respuesta corta

6. ¿En caso de solicitud de un artículo de forma urgente cuánto estaría dispuesto a pagar adicionalmente?

- \$5.00 a \$10.00
- \$11.00 a \$20.00
- \$21.00 a \$30.00

7. ¿Cuál es la plataforma que utiliza con mayor frecuencia para comprar en línea?

- Amazon
- Ebay
- Alibaba - Aliexpress
- Otra...

8. ¿Con que empresas o terceros ha realizado el servicio de encomienda para sus productos comprados en línea?

Texto de respuesta corta

9. ¿Qué mejoraría en el servicio que te ofrece en este momento la tu actual empresa de encomiendas?

Texto de respuesta corta

10. ¿Estaría dispuesto a contratar el servicio con una nueva empresa de encomiendas?

- Sí
- No

11. ¿Qué buscaría al contratar un nuevo servicio de encomienda que no le ofrecen actualmente?

- Precio
- Rapidez
- Ubicación
- Seguridad
- Servicio al Cliente
- Otra...

12. ¿La información que le brinda su actual empresa de encomiendas es?

- Excelente
- Buena
- Aceptable
- Deficiente

13. ¿Con que frecuencia suele realizar pedidos?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

14. ¿Cuál es el origen más frecuente de sus pedidos?

- América
- Asia
- Europa
- Otra...

15. ¿Qué tipo de transporte prefiere?

- Aérea
- Marítima
- Terrestre