



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NUCLEO DE MONAGAS
ESCUELA CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DE LA EMPRESA DE
TRANSPORTACION "OLOGAR" C.A. AÑO 2011**

**Tutor
Econ (MSc) Miguel Veliz**

**AUTORES
Br. EspinosaScarlet
C.I 18004731
Br. Zanni Carlos
C.I 18631035**

**Trabajo de grado, modalidad Cursos Especiales de Grado, presentado
como requisito parcial para optar al título de Licenciado en
Administración**

Maturín mayo 2011

ACTA DE APROBACIÓN



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NUCLEO MONAGAS
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSION DE LA EMPRESA DE
TRANSPORTACION "OLOGAR" C.A. AÑO 2011

Realizado Por:

Br. Espinosa, Scarlet

Br. Zanni, Carlos

ACTA DE APROBACION

Prof. Miguel Veliz

Asesor Académico

Prof. María Palomo
Jurado Principal

Prof. Argelis Salazar
Jurado Principal

Maturín, Mayo 2011

RESOLUCIÓN

Según lo establecido, en el artículo 44 del reglamento de trabajo de grado de la universidad de oriente:

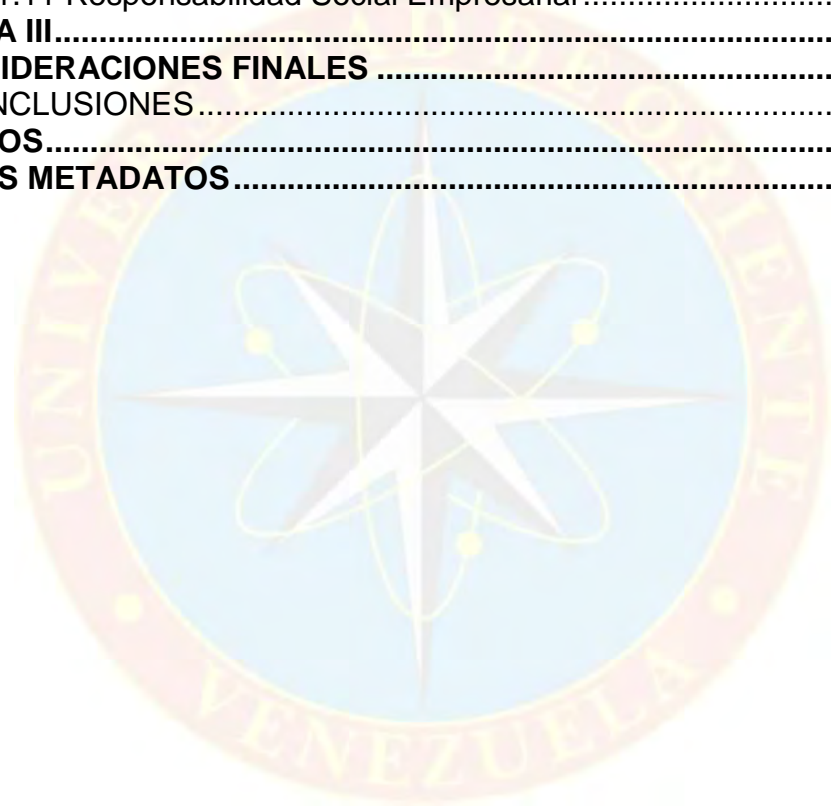
“LOS TRABAJOS DE GRADO SON DE EXCLUSIVA PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD Y SOLO PODRAN SER UTILIZADOS A OTROS FINES, CON EL CONSENTIMIENTO DEL CONSEJO DE NÚCLEO RESPECTIVO, EL CUAL PARTICIPARA AL CONSEJO UNIVERSITARIO”



INDICE

ACTA DE APROBACIÓN	ii
RESOLUCIÓN	iii
LISTA DE GRÁFICOS.....	vi
LISTA DE CUADROS	vii
RESUMEN.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	1
ETAPA I.....	3
EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2 DELIMITACION	5
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	6
1.3.1 Objetivo General	6
1.3.2 Objetivos Específicos	6
1.4 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACION	7
1.5 METODOLOGÍA.....	9
1.5.1 Tipo de Investigación.....	9
1.5.2 Nivel de la Investigación.....	11
1.5.3 Instrumento de Recolección de Datos.....	12
1.6 IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL.....	13
1.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	15
1.8 MARCO TEÓRICO	23
1.8.1 Resumen Ejecutivo	23
1.8.2 Análisis y Planificación Estratégica Global.....	24
1.8.3 Estudio de Mercado y Plan de Marketing.....	30
1.8.4 Análisis Técnico, Operativo y de Recursos Humanos.....	32
1.8.5 Análisis Económico Financiero.....	34
1.8.6 Evaluación Económica	38
1.8.7 Análisis de Riesgo y Sensibilidad.....	40
1.8.8 Plan de Ejecución, plan de Trabajo plan de Implementación y/o Operación.....	43
1.8.9 Política de calidad, Proceso de Certificación, Normas ISO y Covenin	45
1.8.10 Evaluación del Impacto Ambiental y Políticas Ambientales de la Empresa, Normas ISO Ambiental	46
1.8.11 Responsabilidad Social Empresarial, Normas ISO de Responsabilidad Social, Impacto Social.....	48
1.9 DEFINICION DE TÉRMINOS BÁSICOS	50
ETAPA II.....	52
DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
2.1 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....	52
2.1.1 Resumen Ejecutivo	52

2.1.2	Análisis y Planificación Estratégica Global	53
2.1.3	Estudio de Mercado	64
2.1.4	Plan de Marketing	72
2.1.5	Análisis Técnico, Operativo y de RR.HH.....	77
2.1.6	Aspectos Económicos Financieros.....	82
2.1.7	Plan de Ejecución.....	98
2.1.8	Análisis de Riesgo y Sensibilidad.....	99
2.1.9	Políticas de Calidad.....	103
2.1.10	Evaluación del Impacto Ambiental	104
2.1.11	Responsabilidad Social Empresarial	105
ETAPA III	110
CONSIDERACIONES FINALES	110
CONCLUSIONES	110
ANEXOS	114
HOJAS METADATOS	120



LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica 1 Tendencia Histórico de la Demanda:.....	69
Gráfica 2 Proyección del Mercado Potencial.....	70



LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Tendencia Histórica del Mercado Potencial.....	68
Cuadro 2. Proyección del Mercado Potencial.	70
Cuadro 3 Descripción Funcionamiento de la Empresa	81
Cuadro 4. Comparación de Escenarios Para Análisis de Sensibilidad	102



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NUCLEO DE MONAGAS
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSION DE LA EMPRESA DE
TRANSPORTACION “OLOGAR”. AÑO 2011**

Asesor: Miguel Veliz
mveliz@udo.edu.ve

Autores:
Br. Scarlet Espinosa
Br. Carlos Zanni

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación es diseñar un plan de negocios para la expansión de las operaciones de una mediana empresa dedicada a la transportación de maquinarias y equipos pesados. Para estudiar la factibilidad de dicha expansión se utilizaron diferentes herramientas tales como el estudio de mercado, planes de marketing y diferentes estrategias orientadas al estudio del mismo; el proyecto tiene como finalidad proponer un plan de negocios y la idea del mismo viene dada debido a la creciente demanda del servicio y la falta de recursos de esta mediana empresa que a la vez posee una gran trayectoria en el mercado. Para desarrollar el proyecto se enfatizó un diseño netamente de campo. Las conclusiones del trabajo de investigación se desprenden de la finalización de cada etapa, mostrando así la rentabilidad de la puesta en práctica de la expansión y las estrategias necesarias para su correcto desarrollo.

Palabras clave: plan de negocios, PYMES, estudio de mercado, plan de marketing.

INTRODUCCIÓN

Las empresas de transportación tienen una gran importancia en nuestro país debido al número de organizaciones que demandan estos servicios, esta es la razón principal de realizar este proyecto, se ubica en un ámbito regional en el cual este tipo de servicios tiene una demanda considerable y la intención es la de realizar un enfoque de expansión de los servicios no solo para operar a nivel regional sino también para operar a nivel oriental.

Los propósitos principales de esta investigación es el estudio de la materialización de esta visión de expansión, mediante diferentes métodos incluyendo el de un estudio de mercado y la proyección de distintos escenarios se puede ubicar la factibilidad del proyecto en expansión propuesto.

Para la puesta en práctica del proyecto se utilizó una investigación de campo la cual permita un mejor desarrollo del mismo, así como también se empleó como instrumento de recolección de datos la entrevista, método considerado el idóneo ya que permite el acercamiento a los clientes potenciales además de la comprensión de sus necesidades.

A lo largo del desarrollo del mismo se enfrentaron diferentes problemáticas tales como la capacitación de los choferes, el estado de las vías nacionales y otra serie de variables tales como el financiamiento adecuado y el tiempo de recuperación de la inversión.

El presente proyecto está dividido en etapas, en las cuales la etapa I comprende las generalidades del problema, esto facilitara la comprensión del

mismo, un planteamiento del problema, delimitación y términos que serán utilizados a lo largo de su desarrollo, su etapa II está conformada por el estudio del proyecto en sí, es decir, el desarrollo de la investigación, los análisis pertinentes al tema, el estudio de mercado, como son las operaciones de la empresa, también comprende los análisis económicos y financieros en los cuales se analizara la rentabilidad y factibilidad de la puesta en práctica de la expansión, se debe probar que es un negocio atractivo para interesados e inversionistas.

El desarrollo de esta investigación abarca diferentes áreas de estudio dentro de las ciencias administrativas, a la vez es importante destacar que se trata de un proyecto que prueba su factibilidad en el mercado competitivo, enfocado principalmente a las ciencias económicas y financieras.

Las razones para desarrollar este proyecto de investigación de campo son las de mejorar los servicios e innovar dentro del área a estudiar, ofreciendo servicios que satisfagan las necesidades y expandiendo el negocio para el oriente del país cuestión que implica una gran inversión pero gran satisfacción, es un negocio de actualidad y que requiere ciertos cambios en su manera de operar, es una necesidad que estará presente siempre y cuando existan empresas grandes con necesidades de transportación.

ETAPA I

EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Un plan de negocios relata una serie de pasos para hacer que un proyecto sea coherente, consecuente y cohesivo, según Antonio Borello (2000) un plan de negocios es: “el estudio que de, una parte incluye un análisis de mercado, del sector y de la competencia, de otra, el plan desarrollado por la empresa para incursionar en el mercado con un producto, servicio, una estrategia y un tipo de organización, proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permitan determinar el nivel de atractivo económico del negocio, y la factibilidad financiera de la iniciativa; y a largo plazo, mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente” (p. 63), según Joseph Edward Shigley y Charles R. Mishke, en su obra Diseño en ingeniería mecánica (Mechanical Engineering Design), publicada en 1989, “diseño es formular un plan para satisfacer una necesidad humana”(p.189).

La necesidad de ofrecer servicios de transporte confiables, seguros y a tiempo se ha vuelto imperante en la actualidad dentro del estado Monagas, numerosas empresas solicitan diariamente este tipo de servicios para el transporte de sus maquinarias y se puede observar día a día la inconformidad por parte de los usuarios, es por esto que la empresa de transportación “Ologar” C.A ha tenido como premisa ofrecer servicios de calidad en el área regional.

Las empresas de transporte no solo deben satisfacer a los clientes, sino también mantener a empleados y operadores en un ambiente seguro de trabajo, ofreciéndoles todos los beneficios y alentándolos a desempeñar sus labores en un ambiente que les garantice bienestar.

Poseer todas las medidas de seguridad se ha vuelto de suma prioridad para diversas empresas prestadoras de este tipo de servicios, puesto que deben capacitar adecuadamente a las personas que laboran dentro de esta rama de trabajo para así desarrollar sus actividades y ofrecer un mejor servicio.

Es importante capacitar debidamente a choferes, operadores y demás empleados para así evitar cualquier tipo de pérdidas, se debe tomar en cuenta los riesgos que implica este tipo de empresas así como también tener en consideración que el bienestar de los trabajadores es un gran aporte para la sociedad.

Es decir, que no solo se trata de una expansión, sino también del mejoramiento en general de las operaciones de la empresa, para llevarla a sus niveles máximos de utilidades y en ese camino, ofrecer a la clientela servicios confiables y contribuir con la economía del país, con la ayuda de generación de empleos.

Se espera obtener los fondos para llevar a cabo dicha expansión tanto de aportes propios como de préstamos bancarios, decisión tomada sin antes un previo estudio que sirva de soporte para determinar que dicho proyecto es factible y que de él se pueden obtener ganancias y utilidades suficientes no solo para solventar deudas, sino también para siempre estar en la vanguardia del negocio, con la ayuda de los equipos y vehículos de

transporte mas actuales que con un correcto mantenimiento serán las herramientas necesarias para el logro de las metas planteadas.

Se enfrentan diversas problemáticas para el desarrollo de este trabajo de grado, problemáticas de actualidad y de gran interés para un gran sector de la sociedad, tanto para empresas que solicitan mejores servicios como también para solventar algunos problemas sociales como el desempleo y esperando obtener los mejores resultados es el objetivo y visión de expansión.

Vale la pena mencionar las tasas de desempleo tanto en el país como en nuestro estado, problemática cuyas consecuencias aquejan cada día a mas personas, consecuencias que deben ser conocidas por todos y que además deben ser de gran preocupación para los ciudadanos, por lo cual es nuestro deber como parte de la economía aportar todos los conocimientos adquiridos para que este problema vaya decreciendo a medida que todos aportamos por ello.

1.2 DELIMITACION

El presente proyecto trata sobre la empresa de transportación “Ologar” C.A, ubicada en la avenida libertador cruce con avenida universidad en Maturín estado Monagas, su sede principal.

El objetivo primordial es el diseño de un plan de expansión para la mencionada empresa, con la finalidad de redimensionar sus operaciones dentro del estado Monagas, buscando el ofrecimiento a su vez de un buen

servicio de transporte de maquinarias. El lugar principal de desarrollo del proyecto es Maturín estado Monagas.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.3.1 Objetivo General

Proponer un plan de negocios para la empresa de transportación "Ologar" C.A orientado a la expansión de sus operaciones.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Formular un análisis estratégico global que permita la expansión de las operaciones de la empresa de transportación "Ologar" C.A
- Realizar un estudio de mercado y analizar alternativas factibles para el negocio de la empresa de transportación "Ologar" C.A empresa ubicada en Maturín estado Monagas.
- Elaborar un plan de marketing para nuevas propuestas en el mercado y establecer innovación en los servicios de la empresa de transportación "Ologar" C.A empresa ubicada en Maturín estado Monagas.
- Realizar un análisis técnico, operativo y de recursos humanos de la empresa de transportación "Ologar" C.A. para determinar las necesidades de expansión.
- Proyectar los aspectos económicos y financieros de la empresa de transportación "Ologar" C.A.

- Evaluar los aspectos económicos y financieros para la expansión de la empresa de transportación “Ologar” C.A. para determinar su factibilidad.
- Desarrollar un análisis de riesgo y sensibilidad que facilite la construcción de diversos escenarios que puedan presentarse en la expansión de la empresa de transportación “Ologar” C.A
- Diseñar un plan de operaciones que permita el logro de los objetivos planteados en la empresa de transportación “Ologar” C.A

1.4 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACION

Los motivos principales para realizar esta investigación son muy diversos, enfocados principalmente al mejoramiento del servicio, a garantizar la calidad y a innovar en el proceso operativo; de igual manera a la reserva para el sostenimiento y la expansión de la empresa de transportación “Ologar” C.A empresa ubicada en Maturín estado Monagas.

Con la finalidad de hacer factible lo mencionado anteriormente poseemos los conocimientos y el apoyo bibliográfico necesario para desarrollar un plan de negocios orientado a la expansión de las operaciones de la empresa, garantizando una mejora en los servicios ofrecidos para la conformidad de los clientes.

Su importancia viene dada por varios aspectos relevantes dentro de la sociedad como tal, entre los cuales podemos mencionar el aspecto económico y social principalmente.

Económicamente hablando porque al incrementar ganancias aumenta la seguridad de los trabajadores, de los inversionistas interesados y de la junta directiva de la empresa, mejorando así los salarios de los trabajadores, aumentando su capacitación y sus beneficios, por su aporte a la sociedad misma; generar empleos es un aporte mayor ya que no solo favorece a los trabajadores sino también a sus familias, les da un sentimiento de seguridad en que la empresa velará por ellos y por su bienestar.

La expansión de la empresa además de tener aportes para la sociedad y la economía es importante, entre otras cosas porque con la adecuada capacitación de los trabajadores; podemos garantizar que las maquinarias transportadas y los equipos no solo llegaran en buen estado a sus destinos, sino también que llegaran a tiempo y se transportaran con todas las especificaciones de seguridad requeridas dentro del área, las empresas que contraten nuestros servicios estarán contratando con calidad en los servicios.

A través de la expansión de esta empresa, no solamente ofrecer servicios de calidad en otros estados, sino también ayudar en gran medida a que los niveles de desempleo disminuyan, creando puestos de trabajo en los que las personas que allí laboren tengan todos sus beneficios y gocen de una buena remuneración por su fuerza de trabajo.

Es indispensable mencionar que se operará en Maturín, estado Monagas, esto ayudará a paliar en una pequeña medida el desempleo aportando así su parte para la solución de ese problema que nos afecta a todos.

1.5 METODOLOGÍA

1.5.1 Tipo de Investigación

Este proyecto titulado Plan de Negocios Para la Expansión de la Empresa de Transportación “Ologar”. Año 2011 se desarrolla bajo el tipo de investigación modalidad proyecto factible con soporte documental y de campo.

Según Ana Loly Hernández (UPEL-IPRGR) expresa que:

“Dentro de la Investigación, los Proyectos Factibles se definen como la investigación, elaboración, y desarrollo de un modelo operativo viable, cuyo propósito es la búsqueda de solución de problemas y satisfacción de necesidades. En la actualidad representa una de las modalidades de investigación más empleada por los investigadores (docentes y alumnos), porque constituye una alternativa para elevar propuestas a nivel institucional.”

Se empleó la observación directa mediante el uso de entrevistas y a la vez a través de aportes bibliográficos que han ayudado a la comprensión del proyecto y al uso de diferentes teorías que ayudan al desarrollo del mismo, los proyectos factibles se encargan del estudio de un negocio dentro del mercado y probar su factibilidad, esto implica el desarrollo de diferentes etapas y del análisis de los factores que afectan el objeto de estudio, es un proyecto factible ya que su objetivo es la identificación de características particulares de los clientes potenciales y sus necesidades aplicando instrumentos de recolección de datos, el manejo de diferentes variables, su análisis y como pueden afectar el fenómeno, en los ámbitos competentes al mismo (financieros, económicos, de proyección de escenarios, innovación,

proceso operativo, ventajas competitivas) es por esto que el proyecto factible es un conjunto de elementos que explican el objeto de estudio.

Su soporte es documental y de campo, ya que una de las fuentes para el desarrollo de la misma son las normativas legales que rigen ese tipo de empresas y las teorías de diseño planes de negocio de distintos autores, así como también se estudiara a los clientes y las necesidades que estos puedan tener para estar satisfechos con el servicio. De acuerdo con Cázares, Christen, Jaramillo, Villaseñor y Zamudio (2000) dice que:

“La investigación de campo es aquella en que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador. Consiste en la observación, directa y en vivo, de cosas, comportamiento de personas, circunstancia en que ocurren ciertos hechos; por ese motivo la naturaleza de las fuentes determina la manera de obtener los datos” (p. 18).

Según Elinor, Molina y otros (2005):

“El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico- sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas.”

Se requerirá un apartado de investigación documental que apoyará la investigación de campo de tipo proyectivo, por lo tanto es un diseño mixto con carácter de proyecto factible, con la excepción que no posee todas sus etapas.

1.5.2 Nivel de la Investigación

Este proyecto esta constituido por un nivel descriptivo y explicativo, en un nivel descriptivo primeramente puesto que se empleó información acerca de diferentes variables. Según Roberto Hernández Sampieri (2003) expresa que:

“Los estudios descriptivos pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta, sobre los conceptos o variables a las que se refieren. Además integra las mediciones o información de cada una de las variables o conceptos para decir como es o como se manifiesta el fenómeno de interés. Los estudios descriptivos se centran en recolectar datos que muestran un evento, una comunidad, un fenómeno, un hecho, contexto o situación que ocurre” (p.119).

Los estudios descriptivos buscan principalmente detallar las propiedades o características importantes del objeto de estudio que sea sometido a análisis, entonces se puede decir que esta investigación es de naturaleza descriptiva ya que su objetivo es identificar características particulares del cliente potencial y sus necesidades aplicando instrumentos de recolección a un porcentaje de expertos y a su vez manejando una serie de variables tales como: la competencia, el financiamiento y el adecuado mantenimiento y operación de las unidades de transportación.

Lo estudios explicativos se ocupan de la generación de teorías y determina las causas de un evento. En la investigación explicativa se pretende detectar las variaciones entre eventos, esto implica la descripción de los hechos, su comprensión, análisis, elaboración y desarrollo para determinar la factibilidad del negocio en el mercado y las variables que

pueden afectar el mismo. De acuerdo con John T. Mcnelly y Augusto A. Torres (1963):

“La investigación explicativa, por otro lado intenta definir las distintas relaciones entre las características y averiguar sus causas” (p.96)

Según Marcelo M. Gómez (2006):

“Las investigaciones explicativas son más estructuradas y complejas que las demás clases de estudios, porque de hecho, implican los propósitos de ellas (exploración, descripción y correlación o asociación), pero además deben proporcionar un sentido al fenómeno al que hacen referencia” (p. 110)

Las investigación pretende entonces explicar un fenómeno y determinar sus causas, en el cual los datos fueron recogidos mediante la observación directa por manos del investigador para recolectar la información de forma clara y además se utilizo información bibliográfica para el análisis de estos factores. Los estudios de nivel explicativo buscan detallar las propiedades y características del objeto de estudio, así como su correlación y las variables que puedan afectar el fenómeno, se explica a través de diferentes teorías como la expansión de la empresa tiene una alta rentabilidad.

1.5.3 Instrumento de Recolección de Datos

Para la presente investigación de campo en la cual se estudiará la expansión de la empresa de transportación Ologar C.A, es idóneo utilizar un instrumento de recolección de datos que permita y facilite el procesamiento de la información recolectada y a su vez determine la factibilidad y rentabilidad del mismo, es por esto que se ha elegido el instrumento de

recolección llamado entrevista, en la cual se presentan una serie de preguntas con diferentes opciones, donde el entrevistado podrá elegir una de estas opciones y esto dará paso a una información mas detallada.

Según Carlos Sabino (2002), la entrevista puede definirse como: “una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación”

La entrevista será de tipo formalizada, es decir, tendrá una serie de preguntas con cierto orden lógico y añadido a esto será de tipo cerrada, en la cual al entrevistado se le dará una lista de posibles respuestas y de estas tendrá que elegir una respuesta de su agrado.

Además se utilizaron datos de segunda mano, así como también técnicas estadísticas tales como el panel de expertos, esto debido a la dificultad que se presentó a la hora de recolectar datos importantes que las empresas manejan de manera discreta por ser un negocio altamente competitivo y desleal, datos que no fueron suministrados, por lo que se recurrió a el conocimiento de un grupo de expertos conocedores de la materia y el negocio con amplia trayectoria, dicha información sirvió para proyectar escenarios importantes tales como la de la oferta y la demanda .

1.6 IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL

La empresa cuenta con un único dueño, el señor César Octavio López García, la distribución de sus acciones es su totalidad para el dueño, siendo este el único accionista de la empresa.

La empresa lleva por nombre transportación "Ologar" C.A, empresa dedicada al transporte de maquinarias y que lleva varios años operando en el estado Monagas, el origen de sus operaciones comenzó en punta de mata municipio Ezequiel Zamora.

En la actualidad esta empresa tiene su sede en la avenida libertador con cruce en la avenida universidad en Maturín, estado Monagas.

La figura jurídica que representa la empresa es la de compañía anónima (C.A), figura jurídica expresada en el código de comercio venezolano:

Artículo 201:

Las compañías de comercio son de las especies siguientes:

3º La compañía anónima, en la cual las obligaciones sociales están garantizadas por un capital determinado y en la que los socios no están obligados sino por el monto de su acción.

Artículo 202

La compañía anónima y la compañía de responsabilidad limitada deben girar bajo una denominación social, la cual puede referirse a su objeto o bien formarse con cualquier nombre de fantasía o de persona, pero deberá necesariamente agregarse la mención de "Compañía Anónima" o "Compañía de Responsabilidad Limitada", escritas con todas sus letras o en la forma que usualmente se abrevian, legibles sin dificultad.

1.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Objetivo específico 1	Formular un análisis estratégico global que permita la expansión de las operaciones de la empresa de transportación "Ologar" C.A
Variable y definición nominal Formular un análisis estratégico; Análisis estratégico (Def): En este análisis reuniremos información que permita llevar a cabo las operaciones de una manera más efectiva para la organización.	Definición real o dimensiones Análisis interno Modelo de las 7 "s"
	Definición operativa o indicadores Trabajadores Políticas y procedimientos internos. Junta directiva
	Análisis externo 5 fuerzas de Porter
	Análisis DOFA Competidores Proveedores Políticas gubernamentales Debilidades Oportunidades Fortalezas Amenazas
	Formulación Estratégica Visión Misión Objetivos Alcances

<p>Objetivo específico 2</p>	<p>Realizar un estudio de mercado y analizar alternativas factibles para el negocio de la empresa de transporte "Ologar" C.A empresa ubicada en Maturín estado Monagas.</p>	
<p>Variable y definición nominal</p>	<p>Definición real o dimensiones</p>	<p>Definición o indicadores</p>
<p>Realizar un estudio de mercado. Estudio de mercado (Def): Es un proceso sistemático que tiene como fin tener una idea sobre la viabilidad de un negocio.</p>	<p>Estudio de la oferta.</p>	<p>Precio. Tamaño del mercado. Competencia.</p>
	<p>Estudio de la demanda.</p>	<p>Cientes potenciales. Necesidades de los clientes. Confiabilidad, seguridad, satisfacción en el servicio</p>
	<p>Conclusiones, estudio de mercado</p>	<p>Demanda insatisfecha, necesidades de servicio</p>

<p>Objetivo específico 3</p>	<p>Elaborar un plan de marketing para nuevas propuestas en el mercado y establecer innovación en los servicios de la empresa de transportación "Ologar" C.A empresa ubicada en Maturín estado Monagas.</p>	
<p>Variable y definición nominal</p>	<p>Definición real o dimensiones</p>	<p>Definición operativa o indicadores</p>
<p>Elaborar un plan de marketing. Plan de marketing (Def): El Plan de Marketing es de el conjunto de actividades que definen la manera en que se comercializará un producto o servicio en el mercado.</p>	<p>P1: Producto o servicio.</p>	<p>Servicio de transporte.</p>
	<p>P2: Precio.</p>	<p>Bs.f/km.</p>
	<p>P3: Plaza o puntos de atención al público.</p>	<p>Servicio directo.</p>
	<p>P4: Promoción.</p>	<p>Relaciones públicas y redes sociales.</p>
	<p>P5: Personal.</p>	<p>Choferes.</p>
	<p>P6: Presencia física.</p>	<p>Imagen corporativa.</p>
	<p>P7: Procesos.</p>	<p>Estandarización del servicio.</p>

<p>Objetivo específico 4</p>	<p>Realizar un análisis técnico, operativo y de recursos humanos de la empresa de transportación "Ologar" C.A.</p>	
<p>Variable y definición nominal</p>	<p>Definición o dimensiones</p>	<p>Definición operativa o indicadores</p>
<p>Efectuar un análisis técnico, operativo y de recursos humanos.</p>	<p>Estudio de localización.</p>	<p>Infraestructura y Mano de obra calificada</p>
<p>Análisis técnico, operativo y recursos humanos (Def): Se aplica a la empresa con la finalidad de estudiar el funcionamiento del proceso es acorde a las necesidades de la empresa.</p>	<p>Estudio de tamaño. Análisis organizativo. Aspectos legales.</p>	<p>Capacidad instalada. Tamaño óptimo. Organigrama</p>
		<p>Forma jurídica, permisología y proceso legal</p>
	<p>Ingeniería del producto.</p>	<p>Proceso productivo, periodo operacional y distribución de maquinarias.</p>
	<p>Equipo de consultores y apoyo profesional.</p>	<p>Consultoría legal, operacional y financiera</p>

<p>Objetivo específico 5</p>	<p>Proyectar los aspectos económicos y financieros de la empresa de transportación "Ologar" C.A.</p>	
<p>Variable y definición nominal.</p>	<p>Definición real o dimensiones.</p>	<p>Definición operativa o indicadores.</p>
<p>Proyectar aspectos económicos y financieros.</p>	<p>Identificar los aspectos económicos y financieros.</p>	<p>Comportamiento de la economía, estados financieros necesarios. Activos fijos tangibles. Activos fijos intangibles.</p>
<p>Economía (Def): Ciencia que estudia la relación entre los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios.</p>	<p>Proyectar los aspectos económicos y financieros.</p>	<p>Situación financiera. Análisis proyectado. situacional</p>
<p>Finanzas (Def): Son actividades relacionadas con los flujos de capital y estudia la obtención y gestión del dinero y otros valores como títulos y bonos.</p>		

<p>Objetivo específico 6</p>	<p>Evaluar los aspectos económicos y financieros que determinen la cantidad de recursos necesarios para la expansión de la empresa de transportación “Ologar” C.A.</p>	
<p>Variable y definición nominal.</p>	<p>Definición o dimensiones.</p>	<p>Definición operativa o indicadores.</p>
<p>Evaluar los aspectos económicos y financieros.</p>	<p>Punto de equilibrio.</p>	<p>Punto de equilibrio.</p>
<p>Evaluación económica y financiera (Def): Evaluación que se realiza mediante fórmulas financieras que determinan las condiciones de una organización en cierto momento.</p>	<p>Tasa de descuento.</p>	<p>Tasa de descuento.</p>
	<p>Valor actual neto (VAN).</p>	<p>Valor actual neto (VAN).</p>
	<p>Tasa costo-beneficio.</p>	<p>Tasa costo-beneficio.</p>
	<p>Periodo de recuperación de la inversión.</p>	<p>Periodo de recuperación de la inversión.</p>
	<p>Tasa interna de retorno (TIR).</p>	<p>Tasa interna de retorno (TIR).</p>
	<p>Potencial de la inversión.</p>	<p>Potencial de la inversión.</p>

<p>Objetivo específico 7</p>	<p>Desarrollar un análisis de riesgo y sensibilidad que facilite la construcción de diversos escenarios que puedan presentarse en la expansión de la empresa de transportación "Ologar" C.A</p>	
<p>Variable y definición nominal.</p>	<p>Definición real o dimensiones.</p>	<p>Definición operativa o indicadores.</p>
<p>Análisis de riesgo de sensibilidad (Def): Es aquel que indica las variables que más afectan el resultado económico de un proyecto y cuáles son las variables que tienen poca incidencia en el resultado final.</p>	<p>Riesgo. Sensibilidad.</p>	<p>Amenaza Precio, costo y volumen del servicio prestado.</p>
	<p>Construcción de escenarios.</p>	<p>Optimista, medio y pesimista.</p>

<p>Objetivo específico 8</p>	<p>Diseñar un plan de operaciones que permita el logro de los objetivos planteados en la empresa de transportación “Ologar” C.A</p>	
<p>Variable y definición nominal.</p>	<p>Definición real o dimensiones.</p>	<p>Definición operativa o indicadores.</p>
<p>Plan de ejecución (Def): Consiste en un plan de acciones integradas, que se apoyan complementan entre si para el logro de los objetivos.</p>	<p>Plan operativo.</p>	<p>Cronograma de ejecución del proyecto Ruta critica</p>
	<p>Implementación de políticas de calidad.</p>	<p>“ISO 9000”</p>
	<p>Evaluación del impacto ambiental.</p>	<p>“ISO 14000”</p>
	<p>Responsabilidad social empresarial y ética.</p>	<p>“ISO 26000”</p>
	<p>Seguridad e higiene ambiental ISO y LOPCYMAT.</p>	<p>“ISO 9000 Y LOPCYMAT”</p>

1.8 MARCO TEÓRICO

1.8.1 Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo es la primera parte o sección de un plan de negocios. Consiste en un resumen de los puntos más importantes de las demás partes del plan, por lo que debe ser puesto al inicio de éste, pero ser elaborado después de haber culminado.

El objetivo del resumen ejecutivo es que el lector tenga una visión general y sucinta del proyecto, pueda comprender en una sola lectura en qué consiste el negocio, y que se genere interés por el proyecto y por profundizar en la lectura de las demás partes del plan.

Muchas veces el lector de un plan de negocio (por ejemplo, un potencial financista o inversionista), solo decide leer el resumen ejecutivo para tomar una decisión rápida, por lo que siempre debemos prestar especial atención en su elaboración.

Por lo general, todo resumen ejecutivo debería cumplir con los siguientes 3 requisitos: Explicar claramente en qué consiste el negocio: por más complejo que sea el negocio, el resumen ejecutivo debe permitir al lector entender claramente en qué consiste el negocio desde la lectura de la primera página, crear interés en el lector: el resumen ejecutivo debe ser capaz de generar en el lector interés por proyecto y por profundizar en la lectura de las demás partes del plan, ser un resumen: el resumen ejecutivo debe invitar a la lectura y, para ello, debe ser, efectivamente, un resumen; lo recomendable es que éste no abarque más de 3 páginas.

Es un documento que debe ser tentador, ambicioso y atractivo, el resumen ejecutivo puede ser un documento independiente, todo inversionista para estudiar dicha propuesta optará por el resumen ejecutivo, no por el plan de negocios completo. Se puede decir que el resumen ejecutivo es un plan de negocios compactado.

Los elementos contemplados en el resumen ejecutivo son: Nombre del negocio, las razones que justifican la propuesta del negocio, la misión de la empresa, ubicación, ventajas competitivas, la descripción del negocio, características diferenciadoras, innovación, oportunidad y estrategias del negocio y los objetivos del negocio.

1.8.2 Análisis y Planificación Estratégica Global.

“Un plan estratégico de negocios es aquel plan que expone el método para llevar a cabo cierta actividad en cierto periodo en el futuro” (Lambing y Kuehl, 1998.)

Para determinar que el negocio es factible, debe hacerse un análisis del entorno o análisis externo así como también un análisis interno, estos análisis arrojarán resultados para determinar cuales son los puntos fuertes y los puntos débiles del negocio, una vez conocidos los factores que pueden afectar el plan se podrá entonces crear mecanismos en los cuales estos aspectos sean maximizados o minimizados dependiendo de la naturaleza del aspecto a estudiar.

Existen diversas maneras de estudiar los aspectos externos e internos de la potencialidad del negocio a tratar, entre algunos tenemos; para el estudio del entorno o análisis externo:

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter:

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y, según éste, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cuatro fuerzas o elementos.

Las cinco fuerzas

(F1) Poder de negociación de los Compradores o Clientes: Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías, grado de dependencia de los canales de distribución, posibilidad de negociación, especialmente en industrias con muchos costos fijos, volumen comprador, costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa, disponibilidad de información para el comprador, capacidad de integrarse hacia atrás, existencia de sustitutos, sensibilidad del comprador al precio, ventaja diferencial (exclusividad) del producto, análisis RFM del cliente (Compra Recientemente, Frecuentemente, Margen de Ingresos que deja).

(F2) Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores.

El “poder de negociación” se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder de que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc. Por ejemplo: las empresas extractoras de petróleo operan en un sector muy rentable porque tienen un alto poder de negociación con los clientes. De la misma manera, una empresa farmacéutica con la exclusiva de un medicamento tiene un poder de negociación muy alto. La capacidad de

negociar con los proveedores, se considera generalmente alta por ejemplo en cadenas de supermercados, que pueden optar por una gran cantidad de proveedores, en su mayoría indiferenciados. Algunos factores asociados a la segunda fuerza son: Facilidades o costes para el cambio de proveedor, grado de diferenciación de los productos del proveedor, presencia de productos sustitutivos, concentración de los proveedores, solidaridad de los empleados (ejemplo: sindicatos), amenaza de integración vertical hacia adelante de los proveedores, amenaza de integración vertical hacia atrás de los competidores, coste de los productos del proveedor en relación con el coste del producto final.

(F3) Amenaza de nuevos entrantes

Mientras que es muy sencillo montar un pequeño negocio, la cantidad de recursos necesarios para organizar una industria aeroespacial es altísima. En dicho mercado, por ejemplo, operan muy pocos competidores, y es poco probable la entrada de nuevos actores. Algunos factores que definen ésta fuerza son: Existencia de barreras de entrada, economías de escala, diferencias de producto en propiedad, valor de la marca, costos de cambio, requerimientos de capital, acceso a la distribución, ventajas absolutas en costo, ventajas en la curva de aprendizaje, represalias esperadas, acceso a canales de distribución, mejoras en la tecnología.

(F4) Amenaza de productos sustitutivos

Como en el caso citado en la primera fuerza, las patentes farmacéuticas o tecnologías muy difíciles de copiar, permiten fijar los precios en solitario y suponen normalmente una muy alta rentabilidad. Por otro lado, mercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general

baja rentabilidad. Podemos citar, entre otros, los siguientes factores: Propensión del comprador a sustituir, precios relativos de los productos sustitutos, costo o facilidad de cambio del comprador, nivel percibido de diferenciación de producto, disponibilidad de sustitutos cercanos.

(F5) Rivalidad entre los competidores

Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

Para el estudio interno; modelo de las “7 eses”

Strategy (Estrategia): Es vital plantear una estrategia correcta que refleje una precisa evaluación del entorno y, en especial, de la competencia. Es, en definitiva, la adecuada acción y asignación de los recursos para lograr los objetivos de la empresa. Lo difícil no es proponer estrategias, sino ejecutarlas.

Structure (Estructura): Es la estructura organizacional y las relaciones de autoridad y responsabilidad que en ella se dan. Desde este punto de vista, la estrategia determinará la estructura y el diseño organizacional será el mecanismo facilitador para que la empresa logre sus objetivos. De esta forma: si la estrategia cambia, la estructura cambia; no constituyendo un escollo para la primera.

Skills (Habilidades): Son las capacidades distintivas de la empresa. Lo que Michael Porter llamaría “sus competencias centrales” o lo que la

empresa hace mejor. Es vital que la estrategia elegida sea consecuente con estas habilidades.

Shared values (Valores compartidos): Equivalen al concepto de “misión” y son los valores que comparten todos los miembros de la empresa y que traduce la estrategia en metas circulares uniendo a la organización en el logro de objetivos comunes.

Systems (Sistemas): Son todos los procedimientos y procesos necesarios para desarrollar la estrategia (sistemas de información, sistemas y procesos de producción, presupuestos, controles, etc.). Son, también, todos los procedimientos formales e informales que permiten que funcione una organización. Deben estar alineados con la estrategia y constituir el soporte adecuado para su logro.

Style (Estilo): Es la forma en que la alta dirección se comporta y, por lo tanto, establece el modelo a seguir. La tesis de fondo es que las acciones relevantes, incluso las simbólicas, comunican a cada miembro de la organización respecto de las prioridades y compromiso de la empresa con la estrategia.

Staff (Personal): Son las personas que conforman la empresa y se encarga de ejecutar la estrategia. En este contexto, la clave es que los recursos humanos estén orientados hacia la estrategia.

McKinsey sostiene que los cambios en la eficacia de una empresa son directa consecuencia de la interacción de múltiples factores, muchos de los cuales no son obvios o no han sido considerados en los modelos tradicionales.

El modelo, por ello, asume tres ideas clave:

1. La existencia de una multiplicidad de factores que influyen en la viabilidad y correcto desarrollo de una organización (“soft skills” y “hard skills”).
2. No es suficiente la identificación de esta diversidad de factores. Lo más importante es la combinación que se logra entre ellos para optimizar los resultados.
3. La forma esquemática del modelo, más cerca de una red de relaciones que de una estructura piramidal, determina que a priori ninguno de los factores es más relevante para mejorar la eficacia organizacional. La importancia relativa de cada variable dependerá de las condiciones de tiempo y espacio.

Por último se menciona el análisis dofa, un análisis orientado a los componentes de la empresa; el análisis DOFA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

Lo anterior significa que el análisis DOFA consta de dos partes: una interna y otra externa.

1. La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales usted tiene algún grado de control.
2. La parte externa mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado. Aquí usted tiene que desarrollar toda su capacidad y habilidad para

aprovechar esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales usted tiene poco o ningún control directo.

Un análisis DOFA le permite observar las fortalezas y debilidades en el contexto de las oportunidades y amenazas.

1.8.3 Estudio de Mercado y Plan de Marketing

Dentro de un plan de negocios se hace indispensable la implementación y el estudio de mercado, se hace con la finalidad de estudiar los diferentes factores que afectan la oferta y la demanda de cualquier producto que se pretenda lanzar al mercado.

El estudio de mercado es una herramienta de mercado que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una forma u otra serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultado la aceptación o no y sus complicaciones de un producto del mercado.

El estudio de mercado advierte al futuro inversionista, la inconveniencia de proseguir y le servirá para no arriesgar en una empresa que pueda resultar improductiva.

Dentro del estudio del mercado esta el estudio de la demanda, que se puede definir como: la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo.

El producto debe tener ciertas características que determinan el número de individuos que desearan adquirirlo, se mencionan entre otras la preferencia de los consumidores, el poder adquisitivo, el precio de otros productos parecidos, las características, el tiempo que tenga el mismo en el mercado; se debe calcular la magnitud de la demanda para así determinar si el proyecto será factible y por ende, poseerá una demanda considerable y que cumpla las expectativas del negocio, sin consumidores o clientes no se puede llevar a cabo ningún proyecto.

En contraparte, está el estudio de la oferta, este estudio determinará que cantidad de empresas ofrecen bienes o servicios afines a los propuestos en el proyecto, dicho de otra manera, la oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera.

El objetivo principal de hacer el estudio de la oferta para un proyecto factible es determinar que empresas u organizaciones ofrecen productos o servicios iguales o afines al bien a estudiar, esto se hace para conocer quiénes son la competencia, y que cantidad de demanda tiene cubierta esta oferta ya existente.

En el estudio de la oferta, se debe conocer además: Quiénes están ofreciendo ese mismo bien o servicio, los sustitutos en la plaza donde se desea participar, cuáles son las características de lo suministrado y el precio de venta prevaleciente.

El estudio de mercado determinará los riesgos y las oportunidades que el futuro negocio puede tener; ahora bien, el estudio de marketing es aquel

que se debe orientar hacia el consumidor, no es sinónimo de ventas y debe ser dinámico, con amplia participación de todos los integrantes de la empresa para adaptarse a la realidad de los mercados; el objetivo más importante del marketing es conocer y entender tan bien al cliente, que el producto o servicio pueda ser desarrollado y ajustado a sus necesidades de manera tal que se venda solo.

1.8.4 Análisis Técnico, Operativo y de Recursos Humanos

Todo proceso organizativo debe tener bien definido un sistema, esto quiere decir que como partes de un todo, es necesario que cada peldaño de la estructura este bien delimitada y en cuyas funciones no se preste a confusiones.

El análisis técnico, operativo y de recursos humanos se hace para determinar si los niveles necesarios para llegar a la meta se están desempeñando correctamente; para esto, es necesario examinar cómo se produce el producto o servicio, cuales son los responsables de que los proveedores lleguen a tiempo, que la materia prima sea de calidad, que el recurso humano sea debidamente reclutado y capacitado y que cada una de las etapas del proceso este en correcta sintonía.

Uno de los aspectos que ayudan es tener un organigrama bien definido, añadido a esto se hace primordial poseer un manual operativo que permita a los usuarios de este tener una idea bien clara de cómo se realizan los procesos dentro de la compañía.

Trascendental resulta entonces conocer las características del mercado de consumo, las características del mercado de proveedores, la

disponibilidad de recursos financieros, las características de la mano de obra, la tecnología utilizada para la producción y las políticas económicas entre otras.

Es preciso dentro de todo proyecto considerar, estudiar y definir cuestiones importantes para el desarrollo del mismo, que se quiere hacer; la Naturaleza del Proyecto: en que se basa el negocio, las personas que lo conforman, como se va a prestar el servicio, la descripción de los cargos necesarios, que procedimientos son necesarios para la prestación del servicio.

Cuando se va hacer; cronograma: el cronograma de actividades se prepara con la finalidad de determinar el tiempo justo y exacto que toma finalizar el proceso, se hace para evitar los desperdicios y sobre trabajos.

Un cronograma debe servir para tomar decisiones, por ejemplo saber la implicación de un retraso en una actividad o de la modificación del alcance (nuevas tareas). La fecha fundamental es la de entrega del proyecto, el resto de plazos y fechas no son más que las causas que llevan (o no) a cumplir con el plazo de entrega.

El informe de seguimiento es sencillo, debe contener el seguimiento de los plazos previstos y, si es necesario (casi siempre) proponer un nuevo cronograma. Sirve para controlar el variable tiempo.

Donde se quiere hacer; localización física: que tiene que ver con el sitio indicado para la instalación; como se va hacer; que son las actividades y tareas necesarias, es decir, descomponer el trabajo en tareas.

La organización es parte de un todo, es por esto que se hace importante tenerla bien definida, a través de un organigrama bien desarrollado se puede medir el desempeño de los puestos.

Elementos importantes son la creación de un organigrama adecuado, la creación de un diagrama de flujo que explique gráficamente el proceso, la existencia de un manual operativo el cual establezca los términos y condiciones a los que se regirá la ejecución del plan que se vaya a realizar, el liderazgo, los aspectos legales que implique la realización del producto o servicio, el balance de los materiales, y el sistema escogido para el manejo de los inventarios.

Dentro del análisis técnico, operativo y de recursos humanos son tomados en cuenta a su vez aspectos importantes, el periodo operacional estimado (el tiempo que define todas las proyecciones; demanda, oferta, ingresos etc.), la distribución de maquinaria y equipos en planta (LAY-OUT) que determinara el alto grado la eficiencia de la operación de una planta industrial, ya que afecta al tiempo y a la longitud de los desplazamientos de materiales y operarios, los planos de distribución de la planta que Sirven para establecer el tamaño y localización de las áreas industriales, el equipo de consultores y apoyo profesional que se define como el personal altamente calificado y empapado en el tema empresarial.

1.8.5 Análisis Económico Financiero

Para el inicio de todo proyecto es necesario determinar cuál es el nivel de la inversión necesaria para el logro del mismo, la inversión debe ser cuantificada entonces como el recurso financiero que se destina al logro del proyecto.

La inversión puede ser propia o puede derivar de fondos monetarios provenientes de entidades financieras, o en otras ocasiones también se trata de inversión mixta, esto se da cuando se inicia con un capital propio pero a través del paso del tiempo se hace necesario la ampliación de los recursos y del capital, entonces se recurre entonces al préstamo bancario.

Cuando se va a determinar el monto de la inversión, es necesario identificar todos los recursos que se van a utilizar, establecer las cantidades y en función de dicha información realizar la cuantificación monetaria.

Para todo proyecto es importante la inversión en activos tangibles, los activos tangibles son aquellos activos de larga duración destinados a la producción material o prestación de servicios y que no están destinados a la venta de los clientes, estos activos conservan su vida útil por un tiempo prolongado, generalmente más de un año y son necesarios para el cumplimiento de las actividades.

El análisis económico financiero es determinar que elementos son necesarios para la puesta en práctica del proyecto, elementos en términos monetarios y físicos y la obtención de los mismo, la inversión en activos tangibles, la inversión en activos intangibles que son aquellos que no se pueden tocar, no son palpables pero son parte del proceso productivo, entre estos podemos mencionar por ejemplo el software, son aquellos activos usados en las operaciones de una empresa pero que no tienen sustancia física y no son corrientes; un activo que no tiene forma física, un derecho especial sobre los beneficios actuales y lo que se esperan a futuro.

Los costos fijos son aquellos que no varían a pesar de que la producción del bien o servicio aumente o disminuya, los costos variables son aquellos que varían dependiendo de los niveles de producción; el margen bruto es aquel que es la diferencia entre el precio de venta, sin IVA y los gastos de producción o de adquisición de un producto. Es posible calcular distintos márgenes dependiendo de los costos que se le imputan al producto.

El margen neto es aquel que se calcula después de los impuestos, el Margen Operativo es un indicador de rentabilidad que se define como la utilidad operacional sobre las ventas netas y nos indica, si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado; la inversión de activos circulantes o capital de trabajo, son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre lo que tenemos: efectivo, insumos, etc.

Por último y para determinar los niveles de inversión se debe mencionar: el Resumen de Inversión que es agrupar todos los costos y gastos que se van a realizar en el nuevo proyecto y así tener una exactitud de los que se necesita invertir. Esto permite saber si la persona que llevara a cabo el proyecto posee recursos para ejecutar el mismo o debe acudir al financiamiento ya sea interno (socios) o externos (banco, inversionistas) y el Financiamiento, un acto de dotar de dinero y de crédito a una empresa, organización o individuo, es decir, conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las correspondientes funciones.

La obtención del financiamiento se da por medio de diferentes fuentes, ya sean propias o por la vía de los préstamos, los gastos pre operativos son aquellos que deben efectuarse antes del comienzo de las actividades y son

aquellos que deben llevarse a cabo para que la empresa pueda comenzar a operar.

El análisis económico financiero estudia diferentes posibilidades; el objetivo principal de todo tipo de estudio es comprobar la factibilidad del mismo. Situación Financiera es la que estudia la posibilidad que tiene el agente económico de generar riqueza de su propiedad, esto es la creación de bienes económicos, un presupuesto de ingresos no se podrá proyectar los posibles márgenes de ingreso que obtendrá la empresa, es por esto que es necesario elaborar un presupuesto de ingresos, es necesario calcular las unidades a vender, el precio de los productos y las políticas de venta.

El Flujo de Caja es un informe financiero que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha obtenido una empresa, Para elaborar un Flujo de Caja debemos contar con la información sobre los ingresos y egresos de efectivo que haya realizado la empresa, esta información la obtenemos de la contabilidad que hayamos realizado.

Pero también podemos elaborar un Flujo de Caja Proyectado (también conocido como Presupuesto de Efectivo), para el cual necesitaremos las proyecciones de los futuros ingresos y egresos de efectivo que realizará la empresa para un periodo de tiempo determinado.

La importancia de elaborar un Flujo de Caja Proyectado es que nos permite, por ejemplo:

Anticiparnos a futuros déficit (o falta) de efectivo y, de ese modo, por ejemplo, poder tomar la decisión de buscar financiamiento oportunamente.

Establecer una base sólida para sustentar el requerimiento de créditos, por ejemplo, al presentarlo dentro de nuestro plan o proyecto de negocios.

1.8.6 Evaluación Económica

Para la evaluación económica de cualquier proyecto se necesita de herramientas que ayuden a medir en cuanto tiempo y cuáles son los valores monetarios del retorno de los recursos a la empresa, esto es importante porque el dinero está en constante pérdida de su valor a través del tiempo, la empresa debe tener monitoreado en términos monetarios y de unidades en cuanto tiempo los costos y las riquezas están entrando en la misma.

El análisis económico permite evaluar la factibilidad económica del negocio y además basándose en este análisis facilita la toma de decisiones concernientes al plan para los interesados en el mismo, a través del cálculo de diversas herramientas se logra el análisis económico:

El punto de equilibrio, es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los beneficios. En el punto de equilibrio el nivel de producción es exactamente igual, los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables. Es decir, que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión sino que solo es una importante referencia que se debe tener en cuenta, Baca Urbina, 1990; su fórmula es:

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Contribución Marginal}}$$

La tasa de descuento, es una técnica de ajuste al riesgo que se emplea al método de decisión del valor presente neto; determina el valor actual de un pago futuro, su fórmula es:

$$D = M d t$$

El valor actual neto, es un instrumento que permite saber el valor actual de los flujos de caja futuros con un descuento a un tipo de interés, este descuento es la tasa de descuento, el cálculo de los flujos de caja permite la comparación con la inversión inicial, su fórmula es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

La tasa beneficio costo, es la herramienta más utilizada para clasificar las inversiones. Se calcula dividiendo, el valor presente de los beneficios entre el valor presente de los costos.

$$\text{Tasa Beneficio \cdot Costo} = \frac{\text{Valor Presente de los Beneficios}}{\text{Valor Presente de los Costos}}$$

El período de recuperación de una inversión, es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivos de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

La tasa interna de retorno, se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) a la tasa de descuento que hace que el valor actual neto (V.A.N) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N =0).

Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R mayor.

La Tasa Interna de Retorno “TIR” es la segunda herramienta básica esencial de la evaluación financiera de un proyecto, que se obtiene posterior al cálculo del Valor Presente Neto. Esta tasa de descuento reduce dicho valor a cero. Para obtener la Tasa Interna de Retorno se emplea un continuo procedimiento de ensayo y error hasta encontrar la tasa de descuento que iguale el Valor Presente Neto a cero o lo más cercano a cero.

Este procedimiento lo que hace es permitir que se conozca el rendimiento real de la inversión. Se toman los mismos datos que se utilizaron para el cálculo del VPN, se deja como incógnita la “i”, se iguala el VPN = 0 y se calcula “i” por tanteos.

Fórmula para calcular la tasa interna de retorno:

$$P = FNE \left[\frac{(1+i)^N - 1}{i(1+i)^N} \right] + \frac{VS}{(1+i)^N}$$

1.8.7 Análisis de Riesgo y Sensibilidad

En finanzas existe una relación directa entre el riesgo de una inversión y los beneficios que esta produce; de manera general, se puede decir que entre mayores sean los beneficios, más riesgo implica la inversión. Un aspecto importante para disminuir los riesgos es la diversificación de inversiones; mientras más amplia es la gama de elecciones, se disminuye el riesgo de una en particular. Otra variable que se debe de considerar es el

tiempo de riesgo que se desea mantener en la inversión, ya que existe una relación directa entre estos.

El riesgo financiero incluye la posible insolvencia y la variabilidad en las utilidades disponibles para el propietario o los poseedores de acciones comunes de la empresa. A medida que una empresa aumenta la porción de pasivos, de contratos de arrendamiento y de acciones preferentes en su estructura financiera, se aumentarán los cargos fijos; por lo tanto, la probabilidad de que la empresa sea capaz de satisfacer estos cargos fijos también aumentan y a medida que la empresa continúe usando apalancamiento financiero o dependencia, crece la probabilidad de insolvencia, que a la vez puede conducir a la quiebra legal.

Por otro lado, todo negocio está sujeto a fluctuaciones en las ventas que pueden conducir a variaciones en las utilidades para los propietarios o accionistas. La innovación y el desarrollo del negocio son intrínsecamente riesgosos.

El análisis de sensibilidad Refleja los cambios en ingresos y/o egresos del proyecto emprendedor, dichas variaciones pueden presentarse por la disminución o incremento que realiza el empresario en forma voluntaria o involuntaria. Estas variaciones pueden presentarse por efectos macroeconómicos o microeconómicos durante la fase de instalación o puesta en marcha del proyecto, ya que los cálculos planteados inicialmente en el proyecto pueden estar sub o sobrevalorados. Generalmente se presentan porque no reflejan las utilidades esperadas, las ventas son insuficientes para cubrir los costos y gastos, el porcentaje de utilidad es demasiado alto y no hace creíble el proyecto, los costos y gastos son muy altos, son se puede

recuperar la inversión del proyecto a lo largo del período de operación y otros factores adicionales.

La construcción de escenarios es una herramienta de la gerencia social que apoya la exploración de imágenes de futuro. Como tal, forma parte de la planificación estratégica y contribuye a construir una visión de futuro (el futuro deseable) de la organización, en términos de su misión, servicios y recursos tangibles e intangibles. Los imaginarios que resultan del ejercicio se convierten en telones de fondo de las estrategias y planes de la organización.

Los escenarios se definen como la descripción de una situación futura y la secuencia de eventos que permiten avanzar hacia ella. Este método, entonces, permite transitar desde la situación actual hacia una situación futura, deseable y posible, describiendo coherentemente dicho tránsito.

Este método se inscribe (teórica, instrumental y empíricamente) en el campo de las ciencias sociales, como un sub-campo llamado “estudios del futuro” ó futurología.

También forma parte la familia de técnicas de planificación, como un método de previsión, siendo la prospectiva su ámbito específico de pertenencia.

Hacer prospectiva es interrogarse sobre los grandes problemas y desafíos de la sociedad y explorar los posibles futuros.

1.8.8 Plan de Ejecución, plan de Trabajo plan de Implementación y/o Operación

Para la ejecución de cualquier proyecto es necesario el engranaje o construcción de un plan de ejecución, este plan debe contener los factores que harán que el proyecto de lleve a cabo, tales como inversión, las actividades, plazos, responsables, recursos, metas, etc. No es la formula del éxito total, pero dará una idea de cómo se va a realizar un proyecto.

Muchos inversionistas y personas con excedentes de dinero en la mayoría de las ocasiones no presentan ni desarrollan un plan de inversiones o de ejecución, esto implica un error debido a que para el manejo de capital se debe tener especial cuidado, es importante destacar que los planes de inversión dependerán de la magnitud de cada proyecto, es decir, puede ir desde 10 paginas en caso de tratarse de un proyecto modesto hasta mas de 40 paginas en el caso de tratarse de un proyecto mas ambicioso.

Cada plan de inversiones o de ejecución será diferente dependiendo de los requerimientos del mismo, si se trata de una empresa de servicios o de compra y venta, o de una empresa de producción, cada plan contendrá diferentes etapas, y diferentes pasos para llevarse a cabo, para hacer un plan de ejecución no se puede tomar un modelo único.

Es muy importante que la redacción del mismo sea clara y coherente, esto facilitara el entendimiento de todos sus interesados, una propuesta muy breve puede ser igual de buena que una propuesta más extensa.

El método más utilizado para realizar un plan es ensamblar un cronograma de actividades, o también conocido como el diagrama de Gantt

fue el primer intento de una técnica para elaborar programas de actividades. Su autor Henry L. Gantt, lo utilizó en 1915. Esta técnica es tan simple como: hacer una lista de actividades en el eje vertical, en el horizontal colocar una escala de tiempo y asignar una barra ubicada en la escala de tiempo, para cada actividad.

La simplicidad de interpretación de este documento, lo hace especialmente útil en la Administración de Proyectos, pues es un gráfico muy sencillo y fácil de entender, sin embargo, la fuente de la información contenida en él, es lo verdaderamente valioso, o sea la técnica con se obtenga dicho diagrama.

Originalmente, la elaboración de este diagrama se hacía solo con base en la experiencia de la persona más experimentada en hacerlo, principio que sigue siendo válido, pero si las actividades son definidas en un primer paso, mediante la técnica WBS, y las fechas de inicio y terminación de las actividades, son calculadas a través de una técnica de RED, el resultado de este diagrama será cada vez más valioso, confiable y útil.

El plan de inversiones es mas que una simple corazonada, se debe analizar cada aspecto y guiar cada paso hacia la rentabilidad de una buena idea, se debe hacer un estudio de la demanda, y además se deben estudiar las restricciones que pueda tener el negocio como tal, las restricciones pueden ir desde aspectos legales hasta aspectos ambientales, para la realización de un plan es importante conocer todas las restricciones en torno a el, se debe hacer un estudio municipal, estatal y nacional; la restricción que mas frena estos planes es la falta de fondos necesarios para la ejecución del negocio, la falta de fondos es siempre lo que detiene todo plan o toda buena idea.

Una vez teniendo el plan de inversión bien definido se realiza un estudio para implementar el PERT/CPM que fue diseñado para proporcionar diversos elementos útiles de información para los administradores del proyecto. Primero, el PERT/CPM expone la "ruta crítica" de un proyecto. Estas son las actividades que limitan la duración del proyecto. El PERT/CPM identifica estas actividades y la cantidad de tiempo disponible para retardos.

1.8.9 Política de calidad, Proceso de Certificación, Normas ISO y Covenin

Las políticas de calidad dentro de una empresa se refieren a documentos que contienen las especificaciones que debe tener el producto para ser un producto con un alto desempeño en el mercado, es un documento que debe ser conocido por todos los niveles de la empresa, las políticas de calidad buscan certificar el producto o servicio.

Todos los niveles de la empresa deben tener conocimiento de el, desde el nivel operativo hasta la alta gerencia pasando por todos los peldaños de la misma.

La certificación de un producto o servicio se refiere al proceso por el cual debe pasar el producto para ser de calidad, y además debe contener las características propias que lo hacen único y diferencial de los demás.

El proceso de calidad abarca las auditorias en las cuales se evalúa la producción, los sistemas de calidad, se usan muestras de la fabrica para determinar y auditar la calidad.

Entre los documentos que certifican la calidad tenemos la norma ISO de calidad, ISO es la organización internacional de la estandarización (por sus siglas en inglés) y esta se dedica a estandarizar a nivel mundial los diferentes procedimientos que implican la producción de bienes que facilitan el comercio internacional.

La norma venezolana COVENIN es el resultado de un laborioso proceso, que incluye la consulta y estudio de las normas internacionales, regionales y extranjeras, de asociaciones o empresas relacionadas con la materia, así como de las investigaciones de empresas o laboratorios, para finalmente obtener un documento aprobado por consenso de los expertos y especialistas que han participado en el mismo.

1.8.10 Evaluación del Impacto Ambiental y Políticas Ambientales de la Empresa, Normas ISO Ambiental

El impacto ambiental a todo cambio, modificación o alteración, positiva o negativa, en el ambiente producto de actividades o servicios de una organización o empresa. Por ello, al comenzar un proyecto o actividad de desarrollo se debe realizar una revisión inicial ambiental, a través de una lista de chequeo.

La evaluación del impacto ambiental se precisa como “un conjunto de técnicas y procedimientos para predecir, evaluar, interpretar, comunicar, proponer predicciones sobre las relaciones causa-efecto (positiva-negativa) entre una acción humana (proyecto, programa, acción) y el ambiente” (BARSEGHIAN 2004).

Se lo define como “un procedimiento que es utilizado para identificar, prevenir y/o mitigar los impactos ambientales negativos de una obra o proyecto; un método por el cual los efectos negativos en el ambiente causados por algunas acciones humanas pueden ser predichos, identificados y en consecuencia, brindadas las alternativas de acción y sus correspondientes medidas para su posterior eliminación o mitigación” (IRIBARREN 2005).

La política ambiental, es el conjunto de los esfuerzos políticos para conservar las bases naturales de la vida humana y conseguir un desarrollo sostenible. Desde los años 70, con la conciencia ambiental creciente, se ha convertido en un sector político autónomo cada vez más importante tanto a nivel regional y nacional como internacional. En los gobiernos de muchos países hay un ministerio encargado de temas ambientales y se han creado partidos verdes.

Las ISO 14000 son normas internacionales que se refieren a la gestión ambiental de las organizaciones. Su objetivo básico consiste en promover la estandarización de formas de producir y prestar servicios que protejan al medio ambiente, minimizando los efectos dañinos que pueden causar las actividades organizacionales.

Los estándares que promueven las normas ISO 14000 están diseñados para proveer un modelo eficaz de Sistemas de Gestión Ambiental (SGA), facilitar el desarrollo comercial y económico mediante el establecimiento de un lenguaje común en lo que se refiere al medio ambiente y promover planes de gestión ambiental estratégicos en la industria y el gobierno.

Un SGA es un sistema de gestión que identifica políticas, procedimientos y recursos para cumplir y mantener un gerenciamiento ambiental efectivo, lo que conlleva evaluaciones rutinarias de impactos ambientales y el compromiso de cumplir con las leyes y regulaciones vigentes en el tema, así como también la oportunidad de continuar mejorando el comportamiento ambiental.

1.8.11 Responsabilidad Social Empresarial, Normas ISO de Responsabilidad Social, Impacto Social

La RSE es el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para mejorar su calidad de vida.

Fuente: <http://www.presertecsa.com/archivos/rse.pdf>

Es evidente que la sociedad actual demanda que las organizaciones y compañías, reconozcan su capacidad de ocasionar serios impactos negativos sobre el medio, en sus dimensiones social, natural y económica; por lo cual deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial. Los entornos naturales sanos que tienen capacidad de renovarse, y los recursos humanos mejor educados, sanos, y motivados, son la base que asegura la continuidad de la producción y el éxito de la empresa moderna.

La responsabilidad en este sentido, no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ven en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad.

Desde una perspectiva puramente macroeconómica, la gestión con criterios de responsabilidad social empresarial contribuye sin duda al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. Si lo que perseguimos es generar riqueza de forma sostenible sin agotar los recursos naturales y minimizando la huella medioambiental de nuestra generación, pensando en las generaciones venideras, está claro que todos tenemos que mejorar los procesos para que así sea. Fuente:

http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm (Correa, 2004).

La responsabilidad social de las empresas es sumamente importante para un buen desarrollo de las actividades, no solo para concientizar a los accionistas, gestores y demás miembros de la misma, sino también creando un todo en el cual el cuidado del medio ambiente y su rescate sea tan primordial como el objetivo principal de obtener riquezas.

Su importancia viene dada por diferentes factores, entre ellas la construcción de capital social condición importante para el desarrollo de los países.

Se fortalecen las relaciones laborales marcadas por la tolerancia y el respeto por las diferencias lo que contribuye a armonizar intereses entre clientes, trabajadores y entorno en general.

Porque los consumidores a nivel mundial han madurado y se detienen a analizar a la empresa más allá de lo que dice que hace y Venezuela no escapa a esta tendencia.

La norma ISO de responsabilidad social empresarial, son estándares internacionales en los cuales se ha tratado el tema de la responsabilidad social empresarial a nivel mundial, el trabajo pretende agregar valor, y no reemplazar los acuerdos intergubernamentales existentes que tienen relevancia para la Responsabilidad Social.

1.9 DEFINICION DE TÉRMINOS BÁSICOS

Plan de negocios: Es una guía para el emprendedor o empresario, se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se analizan en el futuro, junto a las correspondientes estrategias para implementarlas.

Estrategias: Una estrategia es un conjunto de acciones planificadas en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Estrategia empresarial: se refiere al conjunto de acciones planificadas anticipadamente, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una empresa para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento.

Estrategia de marketing: está dirigida a generar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, con mayor efectividad que la competencia, a fin de generar en el cliente lealtad hacia una empresa o una marca. Es una parte del marketing que contribuye en planear, determinar y coordinar las actividades operativas.

Expansión: Crecimiento o desarrollo de la actividad económica de una empresa mediante la ampliación de la gama de productos o servicios que ofrece, la diversificación hacia nuevos mercados, etc.

Estudio de mercado: se aplica para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo; adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

Innovación: es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No sólo hay que inventar algo, sino, por ejemplo, introducirlo y difundirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello.

Diseño: organizar información para crear una idea, un concepto o llevar a cabo algo; es decir, materializar esa idea, pensar y analizar forman parte de un proceso que hoy día se conoce como diseñar. Diseñar es un proceso estructural para llegar a un fin: crear.

ETAPA II

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

2.1.1 Resumen Ejecutivo

Empresa de transportación Ologar C.A; es una empresa dedicada a la prestación de servicios de transporte de maquinarias y equipos pesados, la empresa cuenta con amplia trayectoria en el mercado lo que le otorga renombre y confiabilidad. Esta ubicada en el cruce de las avenidas universidad y Orinoco, contando con espacio suficiente para las necesidades de expansión.

Sus ventajas competitivas son:

- Tiempo considerable prestando el servicio y operando en el mercado, lo que hace a la empresa confiable y segura; además sus miembros conocen a cabalidad el proceso operativo.
- Personal altamente calificado para cada uno de los puestos de trabajo, es imprescindible para las políticas de la empresa capacitar adecuadamente a los empleados por lo cual se minimizan los accidentes e imprevistos.
- Innovación en la prestación del servicio mediante la implantación de sistemas más eficaces en cuanto a la productividad y además instalación de dispositivos de posicionamiento global (GPS) en cada una de sus unidades de transporte.

El negocio se basa en el transporte de maquinarias y equipos pesados, el proceso consiste en una serie de etapas que comprenden la realización del contrato, donde se especifica que unidad de transporte se utilizara, que cantidad de maquinarias y equipos se trasladaran, posteriormente se cargan los equipos en la unidad de transporte, se hace el viaje o recorrido y se procede al desmonte de las maquinarias y equipos en su destino, el viaje se realiza con dos escoltas de seguridad y garantiza la llegada a tiempo.

Los objetivos del plan de negocios son:

Crear estrategias que faciliten la expansión, obtener los recursos necesarios para llevarla a cabo, maximizar el nivel de ganancias y mediante la correcta capacitación del personal y la estandarización del proceso lograr mantener y minimizar los costos operativos.

2.1.2 Análisis y Planificación Estratégica Global

Transportación OLOGAR, C.A es una empresa que presta servicio de transporte a empresas o personas naturales que soliciten sus servicios, con la finalidad de cubrir con la necesidad que tiene el mercado.

Transportación OLOGAR, C.A esta buscando una ampliación para poder satisfacer la demanda del servicio que se ha venido incrementando con el transcurrir del tiempo debido a que cada vez son mayores la cantidad de empresas que se establecen y solicitan los servicios; logrando la expansión de las operaciones se podrá ofrecer un servicio mas eficiente y mejor que cumpla con todas las expectativas de los clientes.

Análisis Externo

Para el desarrollo del análisis externo se utilizó el análisis de las 5 fuerzas de Porter.

El análisis de las 5 fuerzas de Porter se desarrolla bajo las condiciones que pueden afectar a la empresa en el ámbito externo de las mismas, entre estos tenemos:

La amenaza de nuevos competidores, la fuerza negociadora de los proveedores, maniobrar en la búsqueda de una mejor posición entre competidores actuales, la fuerza negociadora de los consumidores y la amenaza de productos o servicios sustitutivos.

Según Richard Luecke (2007): “los factores externos hoy en día pueden ir desde que los miembros del sector luchan continuamente para sacarle los clientes al rival, a menudo mediante la reducción de precios y la ampliación de servicios, los consumidores pueden cambiar fácilmente debido a la gran cantidad de opciones a la mano”

Amenaza de nuevos competidores: Para analizar los factores externos que pueden afectar el proyecto de la expansión de la empresa de transportación “Ologar” C.A se inicia con la amenaza de los nuevos competidores, una amenaza constante ya que a medida que pasa el tiempo se van incorporando nuevas empresas con la prestación de estos servicios, esto tiene por explicación la creciente demanda y necesidad de emplear estos servicios, la mayoría de las compañías poseedoras de maquinarias y equipos no cuentan con transportes propios una de las razones principales es que les resulta muy costoso adquirirlas y es por ello que licitan los servicios.

Fuerza negociadora de los proveedores: En la observación de los factores, no se aplica examinar la fuerza negociadora de los proveedores, debido a que es una empresa de servicios de transporte de maquinarias y equipos por lo tanto no existen proveedores porque los recursos utilizados ni se desgastan ni salen del inventario; poseen una vida útil relativamente prolongada.

Búsqueda de una mejor posición entre los competidores actuales: Se enfrenta un nuevo riesgo cuando en una empresa se debe maniobrar en la búsqueda de una mejor posición entre competidores actuales, es el caso del presente proyecto se crea una tendencia innovadora que diferenciará la empresa de las demás, aunque se contarán con tecnologías que las demás empresas no ofrecen de igual manera existe el riesgo latente de enfrentarse a los competidores potenciales y por ende el cuidado de los clientes actuales y la búsqueda de nuevos clientes para facilitar la ampliación del proyecto. Este riesgo pretende minimizarse con la implementación de tecnologías que no cuentan otras empresas de transportación como lo es la instalación de sistemas de posicionamiento global o GPS.

Fuerza negociadora de los consumidores: Otro de los riesgos dentro de la empresa es la fuerza negociadora de los consumidores, existe la posibilidad de que los clientes se sientan insatisfechos con el servicio prestado o bien sea con el precio ofertado, esto dará como resultado que los clientes o las personas que solicitan este tipo de servicios vayan en la búsqueda de otra empresa prestadora del mismo. Un riesgo posible es la solicitud por parte de los clientes de descuentos en los servicios, no es costumbre en este tipo de empresas el ofrecimiento de descuentos; es por esto que se deben tomar este tipo de solicitudes con tacto para no perder al cliente.

Amenaza de productos nuevos o sustitutivos: Por último en el análisis de las 5 fuerzas de Porter para la expansión de la empresa de transportación “Ologar” C.A se menciona la amenaza de productos o servicios sustitutivos, en el caso de estas compañías no se enfrenta este tipo de riesgo ya que no cuenta con servicios que pueden sustituir el ofrecido.

Análisis Interno

Para el análisis interno se empleo la teoría de las “7 S” de Mckinsey.

Estrategia: Transportación “Ologar” C.A no ha elaborado hasta ahora un plan estratégico. Ahora comienza con la primera formulación de estrategias y planificación.

Estructura: En la actualidad transportación “Ologar” C.A posee una estructura organizacional que se ajusta a las necesidades del mercado local, pero debe ajustarse al proceso de planificación estratégica para la ampliación de la empresa.

Sistemas: Para las áreas de operaciones, planificaciones y mercadeo existen procedimientos establecidos que componen las distintas funciones. Se cuenta con un sistema de de mejora para el aumento de la eficiencia del servicio. Las tecnologías que se proponen mejoraran la calidad del servicio y la rapidez del proceso.

Estilo: Por ser una empresa de carácter familiar, el estilo de gestión es vertical, sin embargo pueden existir participaciones en los niveles medio y bajo haciendo que la comunicación se a tanto vertical como horizontal.

Capacidades: La empresa posee el personal calificado en todas sus actividades.

Personal: Por lo general se cuenta con personal capacitado en todos los niveles de supervisión de la empresa. Existen entrenamientos programados para el personal de operaciones y personal de apoyo. No existe un sistema de evaluación de desempeño anual.

Valores compartidos: La estructura accionaria de la empresa esta en manos del señor César López, único dueño y gerente general.

Análisis “DOFA”

FORTALEZAS: Las fortalezas que lleva transportación OLOGAR, C.A al mercado son considerables. Transportación OLOGAR, C.A ha establecido una buena reputación ante las empresas que solicitan loa servicios en el estado Monagas. Con el trabajo que realiza el Sr. Cesar López como presidente de la empresa ha logrado establecer diferencia entre las demás empresas que prestan el mismo servicio y seguir ganando cada vez mas clientes. Pero la mayor fortaleza de Transportación OLOGAR, C.A es el enfoque innovador que ha tenido para realizar los transporte maquinarias; con un serial que se le colocara a las equipo o material que será transportado se le añadirá toda la información del mismo (en que condiciones se encuentra antes de ser trasladado, el tamaño, a que hora se esta efectuando la carga, y en que parte se encuentra mediante el “GPS” sistema de posicionamiento global) y se podrá estimar en que tiempo llegara a su destino.

DEBILIDADES: Debido al tamaño de la organización no cuenta con suficientes equipos para cubrir la demanda del mercado, lo que deja que

posibles clientes sean captados por otras organizaciones. Si Transportación Ologar, C.A tuviera los recursos para adquirir mas equipos seria posible aumentar la cartera de cliente pudiendo así abarcar mas mercado cumpliendo con mas expectativas para los clientes. Actualmente son veintisiete (27) las empresas en el municipio Maturín son las empresas que mas son solicitadas para prestar estos servicios.

Transportación Ologar, C.A tiene que trabajar duro ya que sus competidores son de amplia trayectoria en el mercado, pues esto le da experiencia y conocen el negocio a cabalidad y tienen la lealtad de muchos compañías en el mercado.

OPORTUNIDADES: Si Transportación Ologar, C.A obtiene los recursos necesarios para la expansión, las oportunidades serian casi ilimitadas. Bajo los esfuerzos del Sr. Cesar López que esta captando cada vez una cartera de clientes más amplia se podría competir con las más grandes empresas de servicio de maquinarias y equipos. Transportación Ologar, C.A aumentaría si la empresa tuviera mano de obra, maquinaria e instalaciones que le permitieran lograr mas rápido sus trabajos.

En la actualidad se ha venido incrementando la demanda del servicio entonces cada vez son mayores los competidores. Transportación Ologar, C.A tiene muchos años en el mercado lo que le ha generado una gran experiencia en el desempeño de su trabajo lo que le permite saber desarrollar sus operaciones de la manera mas efectiva con el mínimo de riesgo y esfuerzo posible para obtener los mejores beneficios.

AMENAZAS: En los años 2000, 2001, 2002 ocurrieron problemas que afectaron las actividades de las empresas que prestan servicios de transporte de maquinarias y equipos debido a la crisis ocasionada por el

paro en el territorio nacional, esto causo que las empresas no realizaran ningún tipo de trabajo y afectara su ingresos en ese periodo. Para las empresas que dependían netamente de las actividades con el estado fueron las mas afectadas, transportación Ologar, C.A pudo sobrellevar este problema ya que no solo realizaba labores para las empresas del estado sino también para compañías privadas; de esta manera no sufrieron tanto el impacto de la crisis en ese momento. Sin embargo esta caída tuvo un efecto negativo sobre los planes de crecimiento y desarrollo de las mayorías de las empresas.

En la actualidad para que trasportación Ologar, C.A tenga presencia significativa en el mercado deberá aumentar la cantidad de trabajos a realizar tratando de captar una mayor cantidad de clientes, ya que cada vez hay una mayor cantidad de competidores que llegan al mercado para cubrir la demanda.

ANALISIS DOFA

FORTALEZAS

- Existencia de elevado compromiso de transparencia, ética y lealtad en la institución.
- La modernización institucional como un compromiso y una actividad permanente.
- Alta capacitación de todo el personal que labora en la empresa, y con garantía de estabilidad laboral.
- Dotación de equipos tecnológicos para las oficinas para la ejecución de todos los procesos y actividades (nomina, pago de proveedores, estados financieros, entre otros).

- Marco legal requerido para poder prestar el servicio.
- Espacio amplio y apropiado de las instalaciones para realizar las operaciones.
- Ubicación idónea para la facilidad de los clientes soliciten los servicios.
- Larga experiencia en el área de servicios de transporte que reconocen a la empresa en el mercado.

DEBILIDADES

- Falta de recursos para expandir las operaciones.
- Arraigo a la manera de desarrollar las operaciones diarias de la empresa y se vuelve resistencia al cambio, frente a la propuesta de nuevas maneras para desarrollar las operaciones.
- Estructura funcional administrativa poco operativa que dificulta la rapidez de realizar los procesos administrativos eficaz y eficientemente.
- Alto índice de cambio en el personal obrero.

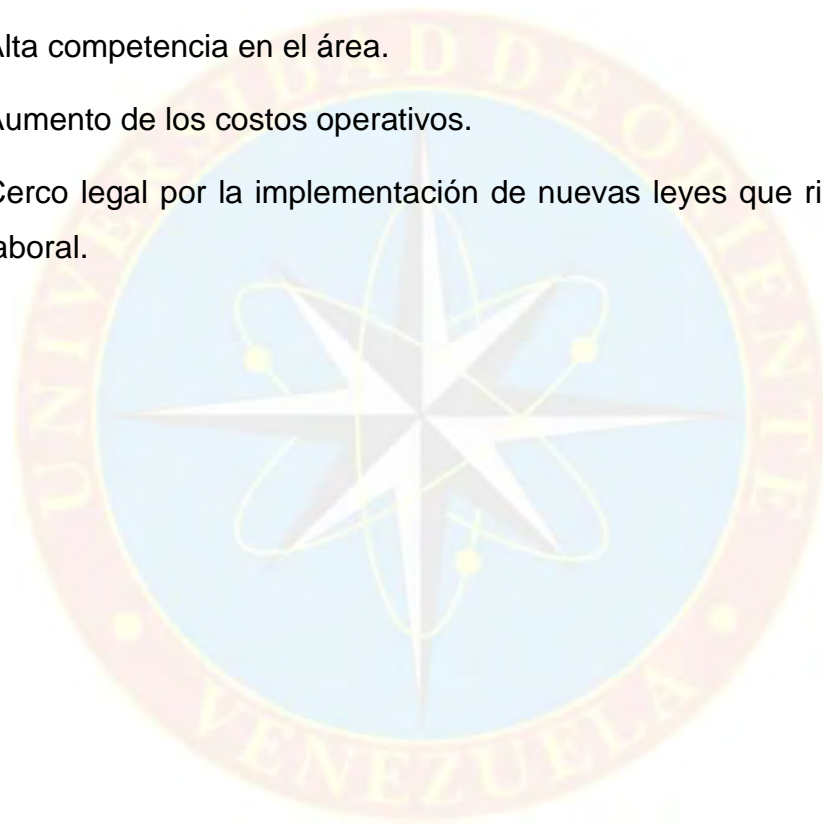
OPORTUNIDADES

- Aprovechar al máximo la capacidad de la flota disponible para crecer en nuevos mercados captando nuevos clientes.
- Utilizar un sistema de información, programación y logística que permita organizar las operaciones por orden de importancia y cumplirlas a cabalidad.

- Mayor nivel de exigencia para los choferes que laboran actualmente y a la vez, mejoramiento y exigencia de capacitación para los choferes que se integran a la empresa.

AMENAZAS

- Recesión de la economía.
- Alta competencia en el área.
- Aumento de los costos operativos.
- Cerco legal por la implementación de nuevas leyes que rigen el sector laboral.



Matriz FODA

Fortalezas (F)		Debilidades (D)	
<ul style="list-style-type: none"> -Existencia de elevado compromiso de transparencia, ética y lealtad en la institución. -Alta capacitación de todo el personal que labora en la empresa, y con garantía de estabilidad laboral. -Marco legal requerido para poder prestar el servicio. -Espacio amplio y apropiado de las instalaciones para realizar las operaciones. -Ubicación idónea para la facilidad de los clientes soliciten los servicios. -Larga experiencia en el área de servicios de transporte que reconocen a la empresa en el mercado. 		<ul style="list-style-type: none"> -Falta de recursos para expandir las operaciones. -Arraigo a la manera de desarrollar las operaciones diarias de la empresa y se vuelve resistencia al cambio, frente a la propuesta de nuevas maneras para desarrollar las operaciones. -Estructura funcional administrativa poco operativa que dificulta la rapidez de realizar los procesos administrativos eficaz y eficientemente. -Alto índice de cambio en el personal obrero. 	
Oportunidades (O)	Estrategias FO	Estrategias DO	
<ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar al máximo la capacidad de la flota disponible para crecer en nuevos mercados captando nuevos clientes. -Utilizar un sistema de información, programación y logística que permita organizar las operaciones por orden de importancia y cumplirlas a cabalidad. -Mayor nivel de exigencia para los choferes que laboran actualmente y a la vez, mejoramiento y exigencia de capacitación para los choferes que se integran a la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> -Poner en práctica un nuevo plan de negocios para la expansión. -Aprovechar los recursos ya existentes y complementar el servicio con el personal altamente capacitado. -Contar con un espacio amplio que permitirá la oportunidad de expansión. 	<ul style="list-style-type: none"> -Procurar el mantenimiento de los empleados y evitar el constante cambio de los mismos puesto que esto implica mayores costos en capacitación. -Implementar estrategias que permitan nuevas maneras de desarrollar las operaciones, actualizar los sistemas. -Obtener los recursos necesarios para la puesta en práctica de las nuevas operaciones de expansión. -Sistemas de información que faciliten la estandarización del proceso operativo. 	
Amenazas (A)	Estrategias FA	Estrategias DA	
<ul style="list-style-type: none"> -Recesión de la economía. -Alta competencia en el área. -Aumento de los costos operativos. -Cercos legales por la implementación de nuevas leyes que rigen el sector laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> -Mantener una cartera amplia de clientes que incluya empresas públicas y privadas para evitar grandes pérdidas de clientes en momentos de crisis económicas. -Minimizar los costos operativos mediante el uso de sistemas eficientes. -Capacitar a los empleados y mantener las unidades de transporte en perfecto estado garantizando el funcionamiento de la empresa aun cuando la competencia sea feroz. -Mantener todo lo competente a la parte legal en orden. 	<ul style="list-style-type: none"> -Exigencia por parte de los operadores de sueldos más elevados. -Incremento de costos operativos por políticas económicas. 	

Visión

Ser la empresa líder de servicio de transporte de vehículos pesados en el mercado, buscando cubrir todas las necesidades en el mercado ofreciendo un servicio de primera con alta tecnología que le de garantía a los clientes en todos los aspectos necesarios para lograr ser la mejor empresa a nivel oriental.

Misión

Dar respuesta a las necesidades de mercado en el área de transporte de vehículos pesados tanto en el sector petrolero como en el sector comercial en general, buscando que los servicios prestados cumplan con los estándares de seguridad, eficiencia y eficacia establecidos por los lineamientos de la empresa.

Objetivos a Corto, Mediano y Largo Plazo.

A corto plazo:

- Ofrecer los mejores servicios y ser la empresa líder en el mercado.
- Lograr con la expansión de las operaciones en el estado captar el mayor número de clientes.
- Satisfacer la demanda creciente e insatisfecha en el estado Monagas.

A mediano plazo:

- Establecer en el mercado un nombre de prestigio y confiabilidad.

- Ser reconocida dentro y fuera del estado Monagas como la empresa con la prestación del servicio más eficiente y eficaz.

A largo plazo:

- Expandir nuevamente los servicios para operar a nivel del oriente del país.

Ventajas Competitivas

- Tiempo considerable prestando el servicio y operando en el mercado, lo que hace a la empresa confiable y segura; además sus miembros conocen a cabalidad el proceso operativo.
- Personal altamente calificado para cada uno de los puestos de trabajo, es imprescindible para las políticas de la empresa capacitar adecuadamente a los empleados por lo cual se minimizan los accidentes e imprevistos.
- Innovación en la prestación del servicio mediante la implantación de sistemas más eficaces en cuanto a la productividad y además instalación de dispositivos de posicionamiento global (GPS) en cada una de sus unidades de transporte.

2.1.3 Estudio de Mercado

El estudio de mercado para el proyecto de expansión de la empresa de transportación Ologar, C.A busca determinar:

Estudiar la demanda existente y determinar que porción del mercado se desea cubrir, estudiar si la expansión será factible y rentable en términos de

clientela, determinar y conocer minuciosamente la oferta existente y calcular que porción del mercado tiene cubierta esta oferta, hacer proyecciones acerca de la demanda futura, definir los medios de comercialización, los precios y las estrategias para captar clientes; del mismo modo se busca definir las políticas de la empresa.

Para efectuar el análisis y estudio de mercado se tomo en cuenta el instrumento de recolección de datos conocido como entrevista, en la cual se emplearon varias opciones para así cerrar las posibles respuestas.

Se implementaron 2 tipos de entrevista, la primera para el estudio de la demanda y la segunda para el estudio de la oferta.

Estudio de la Demanda

Es el consumo del servicio y es de vital importancia porque de esta manera se determina que cantidad de clientes existen a los cuales se les puede prestar el servicio y que por ende estaría beneficiado con la expansión.

Perfil del consumidor: Nuestros consumidores son mayormente empresas petroleras que poseen maquinaria pesada y que solicitan los servicios de transporte de las mismas ya que no poseen unidades de transporte propias, debido a que las empresas necesitan mover sus maquinarias constantemente para la realización de trabajos en diferentes locaciones estas empresas contratan servicios de transporte, también empresas que deseen reparar dichas maquinarias.

Para la prestación de nuestros servicios el carácter privado o público de las empresas clientes son indistintos para la empresa, de la misma manera si se trata de personas naturales o jurídicas.

Los aspectos económicos son también importantes porque se debe determinar si los clientes potenciales poseen la capacidad necesaria para satisfacer el servicio demandado.

Existen ciertos factores que influyen en la demanda, estos factores son primeramente el precio y el crecimiento poblacional, la competencia y la economía nacional y mundial.

Otro de los factores que afectan la demanda es la calidad, para que los niveles de clientela aumenten es necesario ofrecer un servicio seguro, a tiempo y de calidad, en el caso del presente proyecto no existen productos sustitutos.

Para el estudio de la demanda se implemento la entrevista al panel de expertos, conformado por dueños de empresas que prestan estos servicios, conocedores del área y con experiencia en el negocio, entre los entrevistados se encuentran el señor Cesar López (transportación Ologar C.A), el señor Andrés Cristancho (transporte y construcción Cristancho) y el señor Porfirio Farías (Porfaca rental & construcción).

Los viajes realizados por la empresa oscilan entre 40 y 120 km aproximadamente, con esta información podemos determinar un precio promedio por servicio prestado. De esta manera estimaremos la cantidad de ingresos que se espera obtener en las ventas proyectadas.

Precio Promedio Por Viaje = Ingreso Anuales Promediadas/ Servicios Prestados Anuales promediados.

Ingresos por Servicio Anuales = 5.860.000

Servicios Prestados Anual = 456

Precio de Viaje Promedio = $6.756.000/456 = 14.815,78$



Comportamiento Histórico de la Demanda:

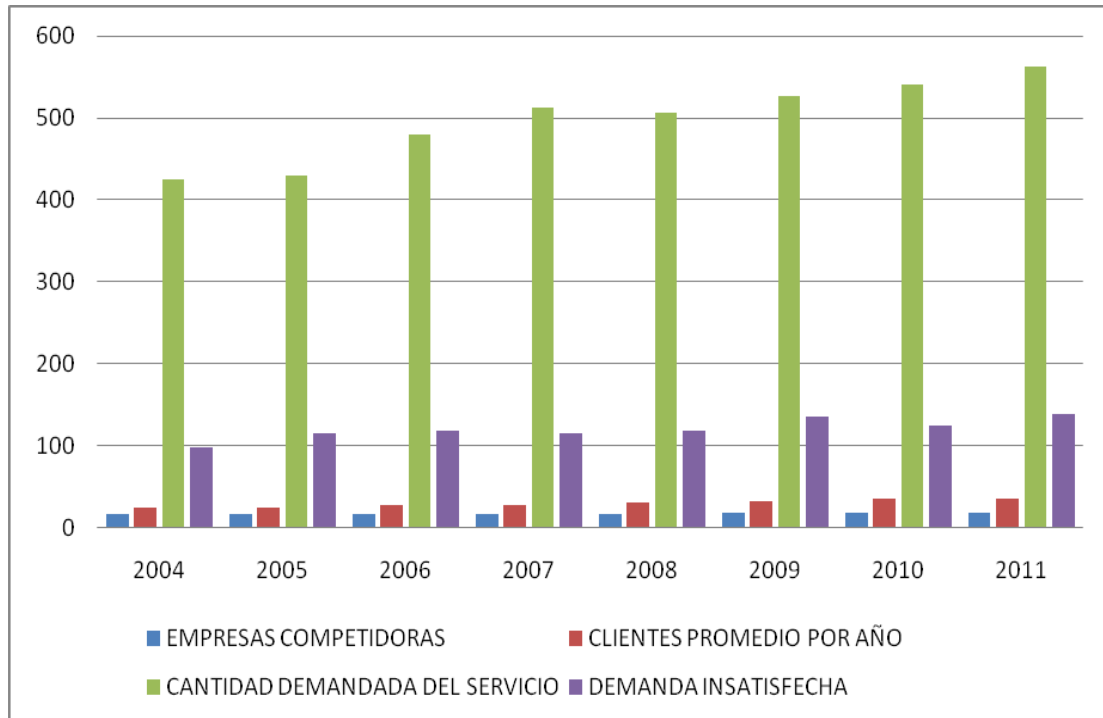
Cuadro 1. Tendencia Histórica del Mercado Potencial

Año	(Empresas competidoras)	Clientes promedio por año	Cantidad demandada del servicio	Demanda insatisfecha N° servicio
2004	16	24	425	98
2005	16	25	430	115
2006	17	27	480	118
2007	17	28	512	115
2008	17	30	506	119
2009	18	33	526	135
2010	18	35	540	125
2011	19	36	562	139

En los años 2009 y 2010 la economía nacional sufrió un decrecimiento de 1,4% y 3,4% respectivamente, lo que trajo como consecuencia una disminución en los servicios prestados a las empresas clientes, decrecimiento que se ve reflejado en el cuadro anterior.

La empresa espera cubrir con la futura expansión un 40% de la demanda actual del mercado buscando satisfacer a plenitud a sus clientes en la prestación del servicio.

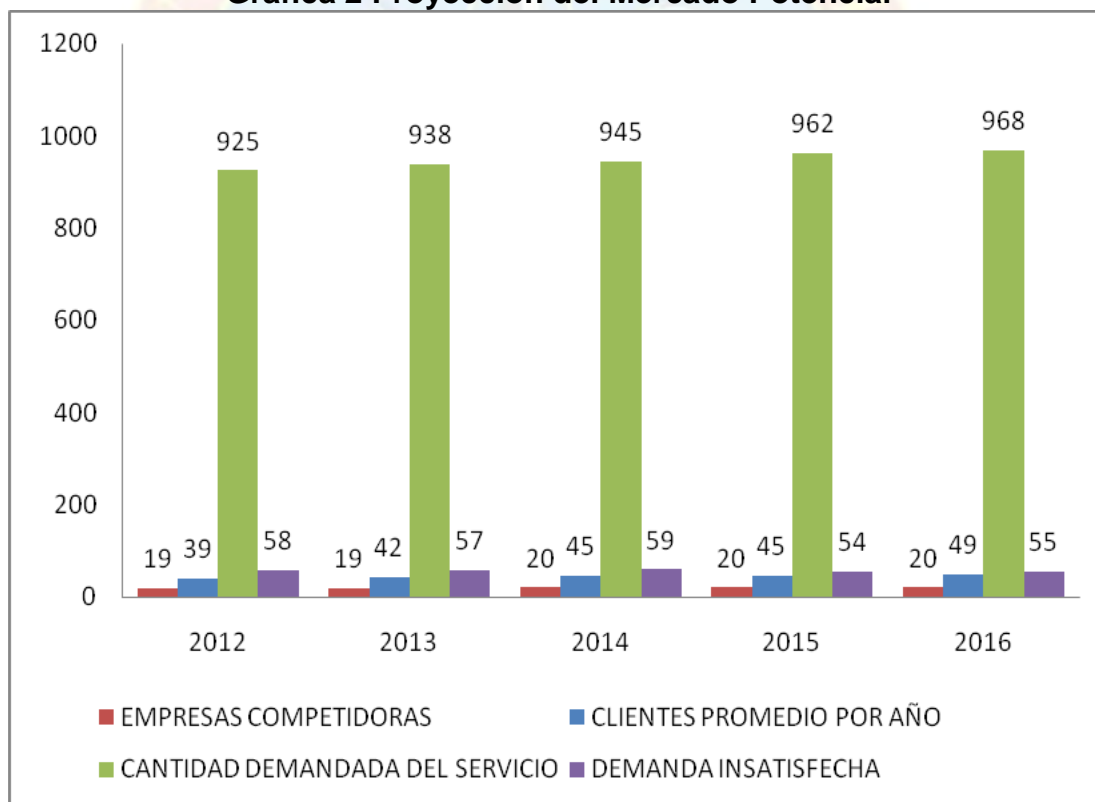
Gráfica 1 Tendencia Histórico de la Demanda



Según la información recolectada de la empresa, la demanda promedio de los últimos años fue la siguiente, tomando en cuenta que en el año 2010 tuvo un promedio de 35 clientes entre ordinarios y extraordinarios, tomando en cuenta una muestra de 10 clientes, el 80 % de ellos esta de acuerdo con la expansión debido a que muchas empresas que requieren estos servicios muchas veces necesitan contratar mas de una empresa de transporte ya que las existentes no poseen la cantidad de unidades necesarias y requeridas. La expansión de la empresa permitirá poseer mas unidades de transporte y de esta manera que las organizaciones que solicitan los servicios solo hagan un contrato de transportación de maquinarias.

Cuadro 2. Proyección del Mercado Potencial.

Año	(Empresas competidoras)	Clientes promedio por año	Cantidad demandada del servicio	Demanda insatisfecha N° servicio
2012	19	39	925	58
2013	19	42	938	57
2014	20	45	945	59
2015	20	45	962	54
2016	20	49	968	55

Gráfica 2 Proyección del Mercado Potencial

Estudio de la Oferta

La oferta, es uno de los componentes fundamentales de la actividad económica, tanto si esta se deriva de decisiones planificadas como si lo hace de iniciativas descentralizadas; es resultado del proceso de producción cuando se trata de bienes y servicios finales.

Costos de operación: Es determinante para la oferta, ya que es directamente proporcional con el desempeño de los servicios, al incrementarse los costos de operación se presenta un hecho real, la oferta disminuye debido a que se le hace a las empresas más costoso prestar los servicios. Disminuye el trabajo en relación a lo que cuesta prestar el mismo.

Precio de los locales: De igual manera, si estamos en presencia de terrenos o locales alquilados para operar, en el momento que los precios de alquiler se incrementen esto afectara a la oferta, puesto que sus costos fijos aumentan. En el caso de la empresa de transportación Ologar C.A esto es una gran ventaja sobre su competencia u oferta debido a que se opera bajo un terreno propio.

Numero de oferentes: Es el número de empresas que prestan el mismo servicio de transporte de maquinarias, y esto afecta notablemente la prestación de los servicios. Si el número de oferentes aumentan lógicamente se verá disminuido el número de clientes que se tiene, si el número de oferentes disminuye entonces estaríamos en presencia de un aumento de la clientela. Con la expansión se busca cubrir aquella porción de la demanda que no ha sido cubierta.

Los precios en la prestación de este servicio son muy fijos ya que la competencia es rigurosa y algo desleal, por lo cual requiere que sea confidencial esta información.

Números de Viajes Mínimos Requeridos Para Alcanzar Punto de Equilibrio.

Precio de viaje promedio = 14.815,78

Punto de Equilibrio en Bs. = 2.740.353,78

Numero de Viajes Mínimo Requerido para Alcanzar P.E=184,96 Viajes Aprox.

2.1.4 Plan de Marketing

Descripción del Producto

Transportación OLOGAR, C.A es una compañía dedicada a la prestación de servicios de transporte de maquinarias y equipos orientado principalmente a cubrir las necesidad de las pequeñas y medianas empresas, buscando lograr las metas establecidas en el proyecto de ampliar las operaciones y maximizar la calidad del servicio a través de variables tales como el tiempo de las entregas, el precio y la seguridad de las maquinarias que se van a transportar. Con el propósito de redimensionar la empresa ha tomado la iniciativa de planificar y desarrollar sus operaciones de otra manera para ejecutar planes de acción que permitan prestar servicios de transporte a todo tipo de empresas tanto a la pequeña, mediana y gran empresa.

La empresa se caracteriza por tener un centro de operaciones amplio que cuenta con 1600 mts² de terreno en donde se resguardan y se

mantiene las unidades de transporte con que cuenta la compañía; esta también se caracteriza por ser una empresa familiar que vela por el bienestar y seguridad de sus empleados directos e indirectos. Es una empresa que se ha mantenido estable en el mercado a través del tiempo dándoles seguridad a sus clientes por los servicios prestados.

P1: Producto o servicio

Transportación OLOGAR, C.A se dedica a prestar servicios de transporte de maquinarias y equipos en el estado Monagas, siendo una empresa que se ha caracterizado por su responsabilidad a lo largo de su amplia trayectoria, siendo dirigida por su único dueño el Sr. Cesar López que cuenta con una cartera de cliente amplia que le permitirá expandir sus operaciones.

Además de contar con equipos necesarios para realizar sus labores como los activos fijos tangibles, también cuenta con activos intangibles que le proporcionan las influencias necesarias para conseguir las permisologías requeridas logrando no desperdiciar tiempo que los clientes no quieren perder. Esto le da una ventaja sobre la competencia, aprovechando sus habilidades para prestar un mejor servicio.

P2: Precio

El precio va estar determinado por la oferta y la demanda, debido a que en la actualidad no existe ninguna ley que regule o delimite los precios para la prestación de éste, variará en función de la inflación y el aumento o disminución de los costos operativos, entonces podemos decir que el precio no es una variable fija de modo y la empresa podrá variarlos, pudiendo ofrecer mejores precios que sus competidores y lograr atraer más clientes.

P3: Plaza

Esta va esta determinada por el lugar donde se va a prestar el servicio, transportación Ologar, C.A presta su servicio en el estado Monagas municipio Maturín, pero debido a que es una empresa de servicio de transporte esta no solo realiza actividades en el estado ya que puede transportar maquinarias y equipos hasta otros estados del territorio nacional.

La prestación del servicio es directa ya que no requiere de intermediarios para realizar sus funciones, ella misma realiza todas funciones para prestar dicho servicio. Y es de intensidad exclusiva ya que solo posee un solo punto para prestar el servicio.

P4: Promoción

La promoción para este tipo de empresas tiene que ver con las relaciones personales, la promoción deberá ser directa y personalizada. Las relaciones públicas son indispensables para toda organización y se busca un crecimiento o ampliación es vital que la empresa tome medidas para aumentar estas relaciones, con la finalidad de posicionarse de buena manera en mercados más grandes con mayor demanda de los servicios.

P5: Personal

El personal va estar compuesto por todas aquellas personas que se encargan de prestar el servicio; es importante que la empresa escoja con cuidado su personal debido a que este va ser en gran parte el que representara la forma en que se realiza el trabajo. Esto puede significar que un empleado que no este comprometido con su trabajo sentirá que no es dispensable para realizar su labor trayendo como consecuencia un trabajo

mal realizado que causa molestia a los clientes que no volverán a solicitar los servicios.

El compromiso requiere del personal:

- Que comprenda el objetivo y necesidad para lograrlo.
- Que se desempeñen en un ambiente laboral confortable y regido por las leyes vigentes (LOPCYMAT y Ley del Trabajo)

Con esta información la empresa podrá realizar una requisición de personal adecuada para prestar el servicio con la mejor calidad posible, dándole satisfacción y complaciendo al cliente.

P6: Presencia física

Los clientes se forman impresiones sobre una empresa de servicio muchas veces en parte a la presencia física como son accesorios, color, o bienes asociados con el servicio como folletos, maletas. Existen dos clases de evidencia física:

- La periférica: aquella que se posee por la compra de un servicio, como gorras, agendas, entre otros.
- La esencial: es aquella que no puede obtener el cliente por su intangibilidad.

Para la presencia física la empresa de transportación Ologar C.A se posicionará en el mercado a través del desarrollo de una imagen corporativa, buscando diferenciarse de las demás, con la utilización de estrategias como la estandarización de las unidades de transporte, deben ser del mismo color

e identificadas con el nombre, de la misma manera los choferes y empleados laborarán uniformados.

P7: Procesos o servicios

Se busca crear un estándar del servicio donde la mayoría de los clientes sean complacidos y queden satisfechos con el servicio prestado con precios que sean accesibles para todos.

Técnicas de Venta

Como estrategias de ventas Transportación OLOGAR, C.A se enfocará en el precio de su servicio, ya que con precios que sean un poco mas bajos que el de los competidores los clientes buscarán solicitar la asistencia mas que a otras empresas de la competencia; pero no sólo con precios bajos algunos clientes se motivan a contratar los servicios ya que éstos también buscan la mejor calidad que les dé seguridad y confianza. Este tipo de servicio se caracteriza por su compromiso y puntualidad ya que éstos trabajos son realizados con tiempo límite y su mejor opción es buscar la empresa que les garantice esto.

La empresa también contará con otra técnicas de ventas tales como (publicidad por radio y prensa, anuncios entre otros), para que de ésta manera se haga notar más en el mercado. La mejora en el trato de hacia los clientes y la asertividad también son factores que mejoran las ventas, haciendo los clientes se consideren importantes para la organización y no solo como consumidores.

Políticas Post-Ventas

Dentro de las empresas de servicio las políticas post-ventas, tienen que ver con el contacto directo con el cliente, es decir, después de prestado el servicio aplicar cuestionarios a los clientes para determinar el grado de satisfacción que presentan. Del mismo modo es conveniente realizar llamadas para verificar la calidad del servicio y para informar la llegada de las maquinarias a su destino.

2.1.5 Análisis Técnico, Operativo y de RR.HH

La empresa posee requerimientos específicos para cumplir sus operaciones, las compañías de transportación ameritan espacios amplios para el resguardo de sus unidades de transporte.

El terreno actual es de 1600 mts² y cumple con los requerimientos necesarios para llevar a cabo con éxito sus operaciones, ahora bien, este espacio también es acorde para las necesidades de expansión dentro del estado. El espacio actual cuenta con áreas que no son utilizadas y por ende espacios que serian idóneos para la entrada de nuevas unidades de transporte, que proyectando escenarios probables permitirán a su vez que mas clientes soliciten los servicios así como también serán empresas más grandes que los contraten.

Las instalaciones de la empresa Transportación OLOGAR, C.A se encuentra ubicada en el estado Monagas municipio Maturín en la av. Libertador cruce con av. Universidad.

Liderazgo:

Dentro del liderazgo de la empresa es importante destacar que la figura clave para el logro de las metas es el señor César López, puesto que además de ser el dueño posee las herramientas necesarias para el manejo con eficiencia de la empresa, tiene dentro del negocio mas de 15 años laborando y por ende conoce los cambio positivos y negativos que pueden afectar la productividad en el mercado.

Descripción de puestos:

Para la ejecución de los planes y objetivos de la expansión se necesitan una serie de personas con diferentes perfiles, entre ellos están un administrador, un supervisor, un asistente y alrededor de veinte (20) nuevos choferes que serán incluidos en la nomina además de los ya existentes.

El perfil del administrador debe ser masculino o femenino, egresado de una universidad certificada de la República Bolivariana de Venezuela, en la edad comprendida de 25 a 35 años y con alrededor de 3 años de experiencia en llevar la administración en empresas de servicios de transporte.

El supervisor igualmente debe tener una edad comprendida de 30 a 45 años, y conocedor del proceso operacional de las empresas prestadoras de servicio de transporte, de tal modo que pueda detectar posibles errores, tanto en las unidades de transporte como en la seguridad de las maquinarias y equipos.

El asistente, debe tener una edad comprendida entre 25 y 40 años, con un título de técnico superior y/o universitario, orientado a las ciencias administrativas con conocimientos en el proceso de la prestación del servicio.

Los choferes deben ser en edades comprendidas de 35 a 45 años con mínimo 5 años de experiencia en el manejo de las unidades de transporte (gandolas, camiones 750 y camiones 350), los chóferes de las gandolas deben tener licencia vigente de 5ta y los chóferes de los camiones 750 y 350 deben tener licencias vigentes de 4ta, así como también certificados médicos en regla.

Los choferes deben estar completamente capacitados y antes de contratar a cualquier chofer es importante aplicarle diversas pruebas para determinar su capacidad de resolver problemas en la vía, de reaccionar ante accidentes y de laborar en este tipo de oficio.

Se debe contar con un mecánico responsable y conocedor de estas grandes unidades de transporte, y que este disponible cuando se requiera una reparación o inspección de las unidades, su perfil debe ser con una experiencia en el conocimiento de las unidades de transporte de mínimo 7 años en una edad comprendida de 30 a 50 años.

Aspectos legales:

La empresa se denomina transportación Ologar C.A, figura jurídica: compañía anónima.

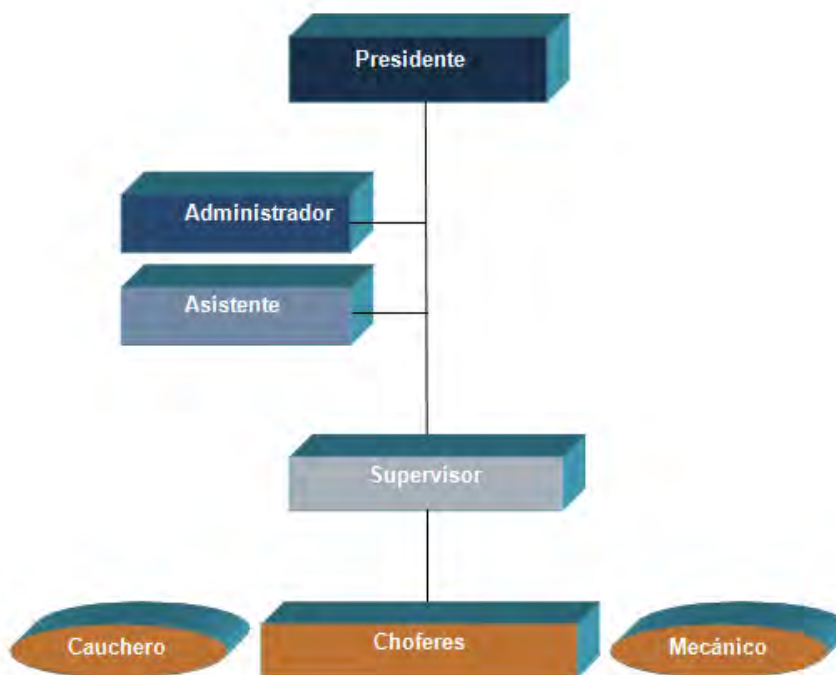
El Código de Comercio de Venezuela reconoce: El documento constitutivo de las compañías anónimas y de las sociedades en comandita por acciones deberá expresar:

- Denominación y domicilio de la sociedad.
- El objetivo de la sociedad.

- El monto del capital suscrito e importe del capital pagado.
- Nombre, apellido y domicilio de los socios, número y valor nominal de las acciones.
- El valor de los bienes aportados.
- Reglas con sujeción a las cuales deberán formarse los balances y calcularse y repartirse los dividendos.
- Las ventajas y derechos otorgados a los promotores.
- Número de individuos que compondrán la junta administradora, sus derechos y obligaciones, expresando cuál de ellos puede firmar por la compañía. En el caso de las compañías en comandita, el nombre, apellido y domicilio de los solidariamente responsables.
- El número de comisarios.
- Fecha de inicio de la compañía y su duración.
- Las empresas con esta denominación requieren la inscripción en el registro mercantil.
- La división de las acciones era en un 100% al señor Cesar López, como único dueño de la misma.

Cuadro 3 Descripción Funcionamiento de la Empresa

Elementos	Descripción
Objetivos	Prestar un servicio de transporte de maquinarias altamente seguro, confiable y de calidad.
Control y dirección	Presidente, administrador y supervisor.
Capital	100% pagado.
Condiciones de cobro	De contado, antes de realizar el servicio, pudiendo exceptuar a aquellos clientes con altos niveles de fidelidad y responsabilidad con la empresa.
Ganancias	La distribución será entre los accionistas y la reserva para el sostenimiento y expansión de la organización.

Figura 1. Organigrama Propuesto

2.1.6 Aspectos Económicos Financieros.

Los aspectos económicos financieros son aquellos necesarios para la puesta en marcha de la idea de negocios, en este caso los recursos necesarios para la expansión de las operaciones de transportación Ologar C.A.

A continuación se estimaran los ingresos obtenidos luego del primer año de operaciones después de la expansión.

Proyección de Ingresos Primer Año en Bs.F.

Concepto	Número de viajes diarios	Precio diario Bs.F.	Ingreso mensual
Servicio de transporte	3	44.447.34	1.155.630,84
Total anual			13.867.570,08

Inversiones y Financiamiento

Inversión estimada.

En el siguiente cuadro se explica la inversión estimada para la ejecución de la expansión de las operaciones, los gastos en que se incurrió por concepto de materiales, equipos, unidades de transporte y demás elementos.

Inversión en activos fijos tangibles

Para el proyecto de expansión es necesaria la inversión por concepto de activos tangibles, son aquellos necesarios para la realización de las operaciones, tales como maquinarias, equipos, herramientas; entre otros.

Sin la existencia de los activos mencionados se imposibilita la expansión, es por esto que adquirir los mismos es de suma importancia para el mejoramiento y redimensión de la empresa:

A continuación se presentan los datos de la inversión de los activos fijos tangibles:

Cantidad	Descripción	Costo Unitario Bolívares	Total	Vida Útil/años	Monto Anual Depreciación Unitaria	Monto Anual Depreciación Total
2	Computadora, marca H.P (CPU, monitor, teclado y mesa)	3.000,00	6.000,00	5,00	600,00	1.200,00
1	Sillas ejecutivas	500	500	10	50	50
3	Sillas de oficinas	170	510	10	17	51
1	escritorio	420	420	10	42	42
1	Archivero	270	270	10	27	27
1	Cafetera	120	120	5	24	24
1	Mueble hierro forjado	450	450	20	22,5	22,5
1	Meson de hierro para trabajos de mecanica 4x2 mts	1200	1200	20	60	60
2	Consolas de aire acondicionado de 5 toneladas Marca NWD	5000	10000	10	500	1000
1	Aire acondicionado tipo split de 24000 BTU	2300	2300	10	230	230
1	Enfriador de agua General Electric	1000	1000	10	100	100
3	Extintores	500	1500	4	125	375
1	Telefono fijo Movistar	150	150	5	30	30
1	Fotocopiadora con impresora fax laser	590	590	5	118	118
4	Estantes	150	600	20	7,5	30
	Totales	15.820,00	25.610,00			3.359,50

Costos fijos

Los costos fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción, varían con el tiempo más que con la actividad, es decir, se presentarían durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

Descripción	Costos fijos
Gasto de personal	103.247,00
Depreciación de Maquinarias y mantenimiento	362.500,00
Depreciación Equipos, Mobiliarios y Herramientas	9.702,00
Depreciación de implementos	7.362,50
Intereses	1.996.398,48
Total	2.479.209,98

Costos variables

Permiten medir y comparar las rentas marginales de productos distintos y, por esta razón sirve para fundamentar de forma más adecuada la estrategia de producción y de ventas de la empresa.

Entre los costos variables para una empresa de transporte de maquinarias se pueden destacar los gastos de combustible, lubricantes, viáticos de los choferes, entre otros.

Descripción	Costo Variable
Gasto de personal	1.294.440,00
Gasto de Servicios	20.640,00
Total	1.315.080,00

Margen bruto

Indicador de rentabilidad que se define como la utilidad bruta sobre las ventas netas, y nos expresa el porcentaje (%) determinado de utilidad bruta.

El margen bruto se calcula mediante la siguiente formula

MB= UTILIDAD BRUTA/VENTAS TOTALES

MB= 8.998.015,70/13800000*100

MB= 65,20%

Este porcentaje calculado expresa la rentabilidad que alcanzara la empresa durante el primer año sin tomar en cuenta las deducciones de los intereses.

Margen operativo

Representa el porcentaje (%) que supone el margen del negocio en si mismo, antes de descontar intereses, gastos extraordinarios e impuestos. Mide el beneficio obtenido en la actividad por cada servicio prestado facturado.

MO= VENTAS TOTALES – UTILIDAD BRUTA DEL EJERCICIO

MO= 13800000 – 8998015,70

MO= 4.801.984,3

Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

Los activos circulantes son aquellos activos que a la fecha de cierre del ejercicio son convertibles en dinero dentro de los 12 meses. Además se consideran corrientes aquellos activos aplicados para la cancelación de un pasivo corriente.

Préstamo bancario = 8318327,7

Resumen de las Inversiones



Son las inversiones por concepto de activos en los que se debe incurrir para llevar a cabo las operaciones de expansión del proyecto propuesto.

Descripción	Aporte Propio	Financiamiento	Total Bs.
Mobiliario y Equipo	47.915,70	1.176.494,30	1.224.410,00
Maquinaria	250.000,00	7.000.000,00	7.250.000,00
Herramientas	41.200,00		41.200,00
gasto pre-operativos	15.250,00		15.250,00
Capital de Trabajo			
Gastos de servicios		2.064,00	2.064,00
Gasto personal		139.768,70	139.768,70
Totales	354.365,70	8.318.327,00	8.672.692,70

Financiamiento (necesidad, origen de los fondos y sistema de financiamiento).

El origen del financiamiento para la expansión de las operaciones de la empresa de transportación Ologar C.A viene dado de dos fuentes: el aporte propio y el préstamo bancario.

El aporte propio esta constituido por Bs. 4.109.760,00, entre los cuales esta el valor del terreno (propio), maquinarias ya existentes, herramientas, entre otros.

El préstamo bancario solicitado es de Bs. 7.815.325,85, con este financiamiento se busca completar el mobiliario y las unidades de transporte necesarias para le expansión de las operaciones, asi como también los gastos de servicios (gastos en los cuales debe incurrir la empresa para operar, entre ellos están la electricidad, el teléfono y el mantenimiento en general de las instalaciones de la empresa), a su vez este financiamiento apoyara los gastos de personal que son aquellos por concepto del recurso humano necesario para la correcta operación de las unidades de transporte y traslado de las maquinarias.

La necesidad de financiamiento por parte de una entidad bancaria viene dado debido a que no se cuentan con los recursos necesarios para la expansión de las operaciones de la empresa, esta entidad bancaria aplicara el 20 % de interés y se otorgaran 10 años como plazo para la cancelación de dicho préstamo.

Gastos Pre-operativos

Son aquellos gastos que se realizan para la expansión y el mejoramiento de las instalaciones de la empresa, son gastos en los que la empresa incurre para comenzar el funcionamiento cotidiano de sus actividades.

DESCRIPCION	GASTO TOTAL
Remodelación de oficinas	10.500,00
Gastos de publicidad en radio y prensa	2.500,00
Diseño de emblema camisas	1.850,00
Papelería	400,00
TOTAL	15.250,00

Situación financiera proyectada

Refleja la situación de las finanzas de la empresa de transportación Ologar CA. Una vez expandidas las operaciones, a los futuros 5 años después de iniciado el proceso de redimensión de la prestación de los servicios.

La situación financiera proyectada es importante debido a que permite tener una idea del comportamiento de las finanzas en los años venideros, este incluye las estimaciones de gastos, intereses y los niveles de depreciación que habrán sufrido los activos una vez transcurrido este tiempo.

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO

		22,50%	22,50%	22,50%	22,50%	22,50%	22,50%	22,50%
	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 4	Año 5
Descripción								
Ingresos								
ventas	0,00	13.800.000,00	16.905.000,00	20.708.625,00	25.368.065,63	31.075.880,39		
Préstamo bancario	8.318.327,00	-1.033.533,12	-2.315.114,19	-3.904.274,72	-5.874.833,77	-8.318.327,00		
TOTAL INGRESOS	8.318.327,00	12.766.466,88	14.589.885,81	16.804.350,28	19.493.231,85	22.757.553,39		
Egresos								
Sueldos y salario	139.768,70	1.397.687,00	1.712.166,58	2.097.404,05	2.569.319,97	3.147.416,96		
Gastos pre-operativos	15.250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
Gasto de Servicios	2.064,00	20.000,00	24.500,00	30.012,50	36.765,31	45.037,51		
COSTO DE ADQUISICION DE IMPLEMENTOS	41.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
ADQUISICIONES DE MAQUINARIAS	7.250.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
ADQUISICION DE IMOB Y EQUIPOS	1.224.410,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
Depreciación de Mobiliario y equipo	0,00	3.359,50	4.115,39	5.041,35	6.175,65	7.565,18		
DEPRECIACION DE IMPLEMENTOS	0,00	7.362,50	9.019,06	11.048,35	13.534,23	16.579,43		
Depreciación de Maquinaria	0,00	390.000,00	477.750,00	585.243,75	716.923,59	878.231,40		
Intereses	0,00	1.996.398,48	1.748.350,53	1.440.771,07	1.059.372,55	586.438,37		
TOTAL EGRESOS	8.672.692,70	3.814.807,48	3.975.901,56	4.169.521,08	4.402.091,30	4.681.268,85		
UTILIDAD OPERATIVA	-354.365,70	8.951.659,40	10.613.984,25	12.634.829,20	15.091.140,55	18.076.284,54		
L.S.L.R 30%	-106.309,71	2.685.497,82	3.184.195,28	3.790.448,76	4.527.342,16	5.422.885,36		
UTILIDAD NETA	-248.055,99	6.266.161,58	7.429.788,98	8.844.380,44	10.563.798,38	12.653.399,18		
Dividendos (95%)	-235.653,19	5.952.853,50	7.058.299,53	8.402.161,42	10.035.608,46	12.020.729,22		
Reserva Legal (5%)	-12.402,80	313.308,08	371.489,45	442.219,02	528.189,92	632.669,96		

Flujo de efectivo proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL	0,00	-354.365,70	299.184,02	379.184,75	452.710,30	541.326,00
Ingresos						
Préstamo Bancario	8.318.327,00	-1.033.533,12	-2.315.114,19	-3.904.274,72	-5.874.833,77	-8.318.327,00
Ventas	0,00	13.800.000,00	16.905.000,00	20.708.625,00	25.368.065,63	31.075.880,00
TOTAL INGRESOS	8.318.327,00	12.766.466,88	14.589.885,81	16.804.350,28	19.493.231,85	22.757.553,00
TOTAL DISPONIBLE	8.318.327,00	12.412.101,18	14.889.069,83	17.183.535,03	19.945.942,15	23.298.879,00
Egresos						
Gastos pre operativos	15.250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mobiliario y Equipo	1.224.410,00					
costo de adquisición de implementos	41.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Adquisición de maquinaria	7.250.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto de Servicios	2.064,00	20.000,00	24.500,00	30.012,50	36.765,31	45.037,00
Sueldos y Salarios	139.768,70	1.397.687,00	1.712.166,58	2.097.404,05	2.569.319,97	3.147.416,00
Intereses	0,00	1.996.398,48	1.748.350,53	1.440.771,07	1.059.372,55	586.438,00
TOTAL EGRESOS	8.672.692,70	3.414.085,48	3.485.017,11	3.568.187,62	3.665.457,83	3.778.892,00
UTILIDAD OPERATIVA	-354.365,70	8.998.015,70	11.404.052,72	13.615.347,41	16.280.484,32	19.519.986,00
I.S.L.R 30%	0,00	2.699.404,71	3.421.215,82	4.084.604,22	4.884.145,30	5.855.996,00
UTILIDAD NETA	-354.365,70	6.298.610,99	7.982.836,90	9.530.743,19	11.396.339,03	13.663.990,00
Dividendos (95%)	0,00	5.983.680,44	7.583.695,06	9.054.206,03	10.826.522,08	12.980.791,00
Reserva Legal (5%)	0,00	299.184,02	379.184,75	452.710,30	541.326,10	649.039,00
FCN	-354.365,70	299.184,02	379.184,75	452.710,30	541.326,10	649.039,00

Punto de equilibrio

Descripción	Costo Variable	Costo Fijo
Gasto de personal	1.294.440,00	103.247,00
Gasto de Servicios	20.640,00	
Depreciación de Maquinarias y mantenimiento		362.500,00
Depreciación Equipos, Mobiliarios y Herramientas		9.702,00
Depreciación de implementos		7.362,50
Intereses		1.996.398,48
Total	1.315.080,00	2.479.209,98
Ventas	13.800.000,00	
P.E=Punto de Equilibrio		
C.V=Costo Variable		
C.F=Costo Fijo		
$P.E=C.F/(1-C.V/V)$	2.740.353,78	
$P.E(\%)=P.E(Bs.)/Ingresos$	19,86	

Valor Actual Neto.

VAN = Bs. 475.005,17

Se descontara a una tasa del 32% que tiene una prima del 8% sobre la inflación promediada del país.

TMAR = 32%

Tasa Interna de Retorno.

TIR= 100.20%

CARGO	COSTOS DE PERSONAL									
	Cantidad	Sueldo Mensual	Total del Mes	Sueldo Anual	Utilidades y Vacaciones Anuales.	Pasivo Laboral (45 días)	Aporte Patronal Anual	Total Erogaciones Anuales		
Administrador	1	3.500,00	3.500,00	42.000,00	1.750,00	2.625,00	7.560,00	53.935,00		
Supervisor	1	3.200,00	3.200,00	38.400,00	1.600,00	2.400,00	6.912,00	49.312,00		
Choferes	20	4.200,00	84.000,00	1.008.000,00	42.000,00	63.000,00	181.440,00	1.294.440,00		
Total	22	10.900,00	90.700,00	1.088.400,00	45.350,00	68.025,00	195.912,00	1.397.687,00		

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Solicitud de Préstamo 8.318.327,00
 Numero de Cuotas 5
 (anual)
 Tasa anual de interés 0,24
 Cuota a pagar 3.029.931,60

Periodo	Saldo Inicio del Periodo	Saldo al final del Periodo	Cuota	Interes del Periodo	Amortización del Periodo	Saldo Final del Periodo
1	8.318.327,00	7.284.793,88	3.029.931,60	1.996.398,48	1.033.533,12	7.284.793,8
2	7.284.793,88	6.003.212,81	3.029.931,60	1.748.350,53	1.281.581,07	6.003.212,8
3	6.003.212,81	4.414.052,28	3.029.931,60	1.440.771,07	1.589.160,53	4.414.052,2
4	4.414.052,28	2.443.493,23	3.029.931,60	1.059.372,55	1.970.559,05	2.443.493,2
5	2.443.493,23	0,00	3.029.931,60	586.438,37	2.443.493,23	0,00

Cantidad	Descripción	COSTOS DE ADQUISICIÓN, DEPRECIACIÓN Y MANTENIMIENTO DE ACTIVOS (MAQUINARIAS)			Vida Útil	Monto Anual Depreciación Unitaria	Monto Anual Depreciación Total
		Costo Unitario Bs.	Total	Total			
10	Camiones	400.000,00	4.000.000,00	20 años	200.000,00	200.000,00	
10	Vehículo de escoltas	70.000,00	700.000,00	20 años	35.000,00	35.000,00	
8	Lowboy	250.000,00	2.000.000,00	20 años	100.000,00	100.000,00	
5	Batea	110.000,00	550.000,00	20 años	27.500,00	27.500,00	
0		0,00	0,00	20 años	0,00	0,00	
	Total		7.250.000,00			362.500,00	

COSTOS DE IMPLEMENTOS ADQUISICIÓN Y DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS (HERRAMIENTAS Y OTROS ACCESORIOS)						
Cantidad	Descripción	Costo Unitario Bs.	Total	Vida Útil	Monto Depreciación Unitaria	Año
15	Cadenas	700,00	10.500,00	10,00		70
2	Prensa	4.000,00	10.000,00	10,00		400
15	Perros	350,00	6.750,00	15,00		23
30	Cascos	30,00	900,00	5,00		6
30	Guantes	20,00	600,00	2,00		10
35	Lentes	20,00	700,00	2,00		10
30	Botas	150,00	4.500,00	3,00		50
35	Bragas	150,00	5.250,00	4,00		37

2.1.7 Plan de Ejecución

CRONOGRAMA DE EJECUCION PROYECTO DE EXPANSION TRANSPORTACION OLOGAR, C.A.	ACT.	PREC.	TE
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	ACT.	PREC.	TE
SE SOLICITA PRESTAMO BANCARIO A BANESCO BANCO UNIVERSAL	A	0	30
COMPRA DE UNIDADES DE TRANSPORTE	B	A	120
REMODELACION DE LAS OFICINAS Y PATIO DE MAQUINAS	C	B	14
COMPRA DE MATERIALES Y EQUIPOS	D	C	2
COMPRA DE EQUIPO DE OFICINA	E	C,D	1
SOLICITUD DE LOS PERMISOS NECESARIOS PARA OPERAR LAS UNIDADES EN EL TERRITORIO VENEZOLANO	F	0	45
CAPACITACION DEL PERSONAL NECESARIO PARA OPERAR LAS UNIDADES DE TRANSPORTE	G	B	10
CAPACITACION SOBRE LA SEGURIDAD LABORAL A LOS TRABAJADORES	H	E,G	7
INICIO DE ACTIVIDADES DEL PERSONAL	I	H	1
APERTURA DE CAJA PARA INICIAR ACTIVIDADES	J	I	1
INICIO DE ACTIVIDADES DE LA EMPRESA EN EXPANSIÓN	K	J	1
RUTA CRITICA			
A-B-C-E-H-I-J-K			
30- 120- 14- 1- 7- 1- 1- 1: 175 DIAS PARA PONER EN FUNCIONAMIENTO TRANSPORTACION OLOGAR, C.A.			

2.1.8 Análisis de Riesgo y Sensibilidad.

Dentro de las empresas de transportación se manejan diversos tipos de riesgo, riesgos que deben ser conocidos y manejados para el correcto funcionamiento de la organización; en la empresa de transportación Ologar C.A se encuentran los siguientes riesgos:

Riesgo de accidentes en la vía:

Es el mayor riesgo para este tipo de empresa de prestación de servicios, este riesgo es palpable ya que en cualquier vía se puede presentar un accidente en la ejecución de un viaje, el riesgo de accidente puede venir dado por diversos factores; desde fallas en la unidad de transporte, incapacidad o poca experiencia del conductor o en varios casos los accidentes ocurren por agentes externos y no tienen nada que ver con razones controlables por la empresa.

Para minimizar este tipo de riesgo es importante verificar que la unidad de transporte este en perfecto estado antes de ejecutar un viaje, para esto es necesario que el mecánico encargado haga una revisión minuciosa del mismo antes del embarque, otro de los factores controlables por la empresa para evitar este tipo de accidentes es la correcta capacitación de los choferes o conductores designados para las tareas en cuestión y se le añade a esto que cada viaje es realizado no solo con el conductor, sino también con un ayudante, factor que respalda la seguridad en cada viaje a realizar.

Es importante manejar este riesgo puesto que en caso de la ocurrencia de accidentes en la vía esto se puede traducir a la perdida material de las unidades y las maquinarias que se transportan, pero lo mas importante y que no tiene reemplazo seria la perdida de vidas humanas, es por esto que la empresa de transportación ologar c.a se ha dedicado al cuidado de su

recurso humano y al resguardo de las normas de seguridad pertinentes a cada viaje.

Riesgo de siniestros dentro de las instalaciones de la empresa:

Debido a que la empresa esta en constante marcha y opera cada dia con equipos eléctricos este es un riesgo que se puede notar no solo en las empresas de transporte, sino en todas las empresas en general.

Lo adecuado para evitar este tipo de riesgos es mantener todos los equipos en correcto mantenimiento y funcionamiento (computadores, electricidad, maquinas de café, maquinarias, unidades de transporte, etc.), apagar todos los equipos al finalizar la jornada y capacitar a los operarios, uno de los principios de la administración de la producción es poseer para cada maquina al personal adecuado y oportuno, el mal manejo de las maquinarias por parte de inexpertos es la razón principal de los accidentes.

Riesgo de siniestros en el cubrimiento de los viajes:

Se puede presentar un siniestro dentro de la unidad de transporte una vez que esta ha emprendido el viaje, la mejor manera de evitarlos es el buen funcionamiento de la unidad de transporte y es de suma importancia verificar que tipo de maquinarias se esta transportando, puesto que pueden constituir maquinarias o equipos que ameritan una mayor seguridad en su transportación, dotar la unidad con una extintor de fuego es un factor que también ayuda.

Riesgo de accidentes naturales:

Toda empresa enfrenta este riesgo, en Venezuela el riesgo de un accidente natural esta más relacionado con terremotos e inundaciones, son riesgos que no se pueden controlar pero que son muy poco probables.

Riesgo de estafa:

El riesgo de estafa esta presente en todas las empresas, pero en la empresa de transportación Ologar c.a es un riesgo muy bajo debido a que se cuenta con un solo socio y único dueño, el señor Cesar López, no existirán fugas de dinero a menos que en el futuro se decida acreditar nuevos socios a la empresa.

No se presenta malversación de fondos ni tampoco información financiera fraudulenta, por tratarse de un único dueño.

Riesgos financieros:

Los riesgos financieros son aquellos que muchas veces no pueden ser controlados por los agentes de la empresa, entre ellos podemos mencionar: Riesgos de mercado, riesgos de crédito, riesgos de liquidez, riesgos operacionales, riesgos legales. Los riesgos de mercado son los cambios que puede presentar el mismo y no son controlados por la empresa, un riesgo de mercado puede ser la implementación de nuevas políticas económicas que afecten la productividad, los riesgos de crédito tiene que ver con la capacidad que tiene la empresa de responder por los créditos otorgados, los riesgos de liquidez son aquellos que afectan la capacidad de pago de la empresa y el manejo de efectivo, los riesgos operacionales son las operaciones de la empresa y estos riesgos se presentan cuando hay un mal manejo de las

operaciones y los riesgos legales se dan cuando no hay una correcta asesoría legal dentro de la empresa, es importante estar al tanto de todas las permisologías y aspectos legales de la empresa.

Análisis de sensibilidad.

Para la realización de este análisis de sensibilidad se tomo en cuenta los posibles escenarios del proyecto de inversión, los cuales se clasifican en los siguientes:

Pesimista

Probable

Optimista

Cuadro 4. Comparación de Escenarios Para Análisis de Sensibilidad

Escenario	Evento	VAN	TIR
Pesimista	Intereses ↑ 28%	464.355,67 Bs.	98,41%
	Gastos ↑ 15%	474.516,05 Bs.	100,08%
	Ventas ↓ 10%	355.018,91 Bs.	84,38%
Optimista	Interés ↓ 20%	484.961,94 Bs.	101.90%
	Gastos ↓ 10%	475.173,95 Bs.	100.22%
	Ventas ↑ 10%	591.467.75 Bs.	114.74%
Probable	Calculado	475.005,17 Bs.	100.20%

2.1.9 Políticas de Calidad

La empresa de transportación Ologar C.A no posee en la actualidad políticas de calidad debidamente plasmadas en manuales, pero dentro de la prestación del servicio es exigido por su dueño cumplir con diversas exigencias para prestar los servicios.

Las empresas de transportación de maquinarias requieren políticas de calidad en cuanto al control de las maquinarias y equipos que se transportan, el cliente o consumidor debe especificar con especial cuidado los requerimientos para el transporte de cada maquinaria, añadido a esto debe solicitar que unidad de transporte es la mas adecuada para cada tipo de maquinaria.

Entre las políticas de calidad de la empresa de transportación Ologar C.A se pueden mencionar muchos aspectos importantes y de cuidado a la hora de prestar un servicio, lo principal es la exigencia de la empresa de contratar choferes que laboren con eficiencia y eficacia, dentro de la empresa se exige experiencia en el trabajo a realizar, los choferes inexpertos o novatos pueden resultar en accidentes o poca calidad del servicio; lo mas adecuado para evitar esto es contratar operadores experimentados para así minimizar los márgenes de error.

Las políticas de calidad exigen además puntualidad en la entrega de las maquinarias, cuidado en el embarque de las mismas y además respetar las fechas de entrega, de carga y de descarga de las maquinarias y equipos.

Es importante para toda empresa que transporta maquinaria pesada poseer exigencias de seguridad, necesarias para que la empresa pueda desenvolver sus actividades satisfactoriamente, exigencias tales como el

adecuado resguardo de la maquinaria, asegurarla en la unidad de transporte de manera que este segura en el trayecto.

Es necesario que las empresas posean políticas de calidad especificada y sobretodo que todos los trabajadores de la empresa conozcan y estén familiarizados con las mismas para de este modo minimizar lo errores y las perdidas, así como también el descontento por parte de los clientes, las políticas de calidad son importantes porque se evitan los errores y posibles represalias por parte de clientes inconformes, es de especial importancia las políticas de calidad dentro de este tipo de empresas debido a que se trata de una empresa de servicios dedicada al transporte de maquinarias y equipos altamente costosos, por lo tanto su transporte es delicado y puede ocurrir por falta de calidad la perdida o el daño de las mismas, ocasionando daños a la empresa, desde el reembolso de dinero por concepto de daños hasta demandas a la empresa.

2.1.10 Evaluación del Impacto Ambiental

En la ejecución de las operaciones de la empresa de transportación Ologar C.A es importante conocer, estudiar y evaluar el impacto ambiental que la misma tiene, como parte comprometida de la responsabilidad social dentro de las políticas de la empresa se hace de gran peso el impacto que puede tener las operaciones para el ambiente.

Las unidades de transporte son grandes vehículos que emiten gases tóxicos que pueden afectar al ambiente, la emisión de gases como el dióxido de carbono es un impacto ambiental palpable y conocido.

El impacto ambiental que producen las emanaciones de estos gases es minimizado cuando se le hace el correcto mantenimiento a las unidades, este

mantenimiento debe ser a tiempo y cuando corresponda, es decir, no se trata de reparaciones o mantenimientos extraordinarios, sino de mantenimiento preventivo para que la emanación de las gases en cuestión sea mucho menor.

Como otro beneficio de este mantenimiento preventivo esta alargar la vida de estos grandes activos, al mantener la unidad por la mano de expertos se gana que la unidad de transporte no se desgaste tan rápidamente.

Cabe destacar que las emanaciones tóxicas que desprenden las unidades son menos dañinas cuando la unidad ha sido mantenida adecuadamente.

2.1.11 Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social de las empresas de transporte de maquinarias y equipos pesados se desprende de una cantidad considerable de factores, entre los cuales están la salud de los empleados, evitar enfermedades profesionales relacionadas con el desempeño del trabajo, garantizar la seguridad de los mismos en cada recorrido, garantizar el bienestar de los trabajadores en viajes que impliquen pasar días de recorrido, la correcta remuneración y tomar en cuenta a su vez a las familias de los empleados entre otras cosas.

Como primer paso se hace necesario el chequeo médico de cada individuo antes de comenzar con sus labores, se debe constatar que las personas encargadas de transportar las maquinarias no padecen de afecciones en la columna, de riñones o de próstata, cabe señalar que las enfermedades profesionales relacionadas con este tipo de trabajo tienen que ver con la cantidad de tiempo que estas personas pasan sentadas en las

unidades de transporte, las cuales son poco estables y cuyas vibraciones pueden causar daños al cuerpo humano, se hace necesario no sólo condicionar las unidades para que sean confortables sino también poseer un tiempo de descanso cada cierto tiempo de viaje, es por ello que los conductores cuentan con diversas paradas a lo largo del recorrido dependiendo de la distancia.

Dentro de la ley orgánica del trabajo existen una serie de artículos que tienen que ver con estos factores:

Artículo 185. El trabajo deberá prestarse en condiciones que:

- a) Permitan a los trabajadores su desarrollo físico y síquico normal;
- b) Les dejen tiempo libre suficiente para el descanso y cultivo intelectual y para la recreación y expansión lícita;
- c) Presten suficiente protección a la salud y a la vida contra enfermedades y accidentes; y
- d) Mantengan el ambiente en condiciones satisfactorias.

Artículo 236. El patrono deberá tomar las medidas que fueren necesarias para que el servicio se preste en condiciones de higiene y seguridad que respondan a los requerimientos de la salud del trabajador, en un medio ambiente de trabajo adecuado y propicio para el ejercicio de sus facultades físicas y mentales.

El Ejecutivo Nacional, en el Reglamento de esta Ley o en disposiciones especiales, determinará las condiciones que correspondan a las diversas formas de trabajo, especialmente en aquellas que por razones de insalubridad o peligrosidad puedan resultar nocivas, y cuidará de la prevención de los infortunios del trabajo mediante las condiciones del medio ambiente y las con él relacionadas.

El Inspector del Trabajo velará por el cumplimiento de esta norma y fijará el plazo perentorio para que se subsanen las deficiencias. En caso de incumplimiento, se aplicarán las sanciones previstas por la Ley.

Artículo 237. Ningún trabajador podrá ser expuesto a la acción de agentes físicos, condiciones ergonómicas, riesgos sicosociales, agentes químicos, biológicos o de cualquier otra índole, sin ser advertido acerca de la naturaleza de los mismos, de los daños que pudieren causar a la salud, y aleccionado en los principios de su prevención.

Artículo 327. El trabajo de los conductores y demás trabajadores que presten servicios en vehículos de transporte urbano o interurbano, sean estos públicos o privados, de pasajeros, de carga o mixtos, se regirá por las disposiciones de esta Sección además de las contenidas en esta Ley que les sean aplicables, en cuanto aquellas no las modifiquen.

Artículo 329. El salario podrá estipularse por unidad de tiempo, por viaje, por distancia, por unidad de carga o por un porcentaje del valor del flete, siempre que dicha estipulación no viole el límite máximo de la jornada, ni infrinja normas de seguridad.

Parágrafo Primero: Cuando el salario se haya estipulado por viaje, si éste sufre retardo o prolongación en su duración por causa que no le sea imputable, el trabajador tendrá derecho a un aumento proporcional de su salario, pero no podrá disminuirse si el tiempo de viaje se reduce.

Artículo 330. Cuando por necesidades del servicio el trabajador deba pernoctar fuera de su residencia, el patrono deberá pagarle los gastos de comida y alojamiento.

Artículo 331. Los patronos y los trabajadores del transporte terrestre deberán cumplir las disposiciones legales y reglamentarias en materia de tránsito y de seguridad.

El trabajador no podrá ser obligado a operar el vehículo si éste no reúne las condiciones de seguridad para garantizar la vida y la integridad física de los usuarios, del público en general y de los propios trabajadores.

Artículo 332. Se prohíbe a los trabajadores:

- a) La ingestión de bebidas alcohólicas durante la prestación de servicios; y
- b) Usar drogas dentro y fuera de sus horas de trabajo, sin prescripción médica que acredite que su ingestión no altera su capacidad de servicio.

La ley no sólo ampara al trabajador, además le exige presentarse en su medio ambiente de trabajo bajo condiciones saludables que no pongan en riesgo el desempeño de las actividades, a su vez exige al patrono condiciones específicas que garanticen la seguridad y la buena alimentación de los empleados, la prestación del servicio en este caso esta determinada por los viajes realizados, es decir su pago vendrá determinado por cada viaje que realice y dependerá de la distancia.

Se debe tomar en consideración además las indemnizaciones que el patrono estará obligado a cancelar por causa de infortunios en el trabajo, según la ley orgánica del trabajo y cuyos montos están plasmados en dicha ley. **Artículo 560:** Los patronos, estarán obligados a pagar a los trabajadores y aprendices ocupados por ellos, las indemnizaciones previstas en este Título por los accidentes y por las enfermedades profesionales, ya provengan del servicio mismo o con ocasión directa de él, exista o no culpa o

negligencia por parte de la empresa o por parte de los trabajadores o aprendices.

La responsabilidad social de la empresa además se rige por las especificaciones de la LOPCYMAT (ley orgánica de protección, condiciones y medio ambiente de trabajo) y por los estándares internacionales como lo son las leyes ISO 26000 de responsabilidad social empresarial en donde la principal premisa es el bienestar de los trabajadores y sus familias, este tipo de trabajo supone riesgos no sólo por enfermedades sino también por la ocurrencia de accidentes en los viajes, es por esto que se exige a la empresa contar con todas la herramientas que permitan el correcto y adecuado mantenimiento de las unidades de transporte, añadido a esto es necesario acatar que ningún viaje se realiza sin la presencia de dos vehículos escoltas y que estos recorridos son ejecutados por individuos altamente calificados que han pasado por diferentes pruebas de manejo.

En Venezuela la LOPCYMAT es una ley orientada a la seguridad de los trabajadores en el ambiente de trabajo, con respecto a los estándares internacionales es pertinente mencionar que la responsabilidad social de las empresas poseen muchos matices y van desde la seguridad del trabajador y garantizar su salud e indemnizaciones en caso de accidentes hasta la seguridad que proviene o se desprende de la familia de todas aquellas personas que laboran en cualquier empresa, transportación Ologar C.A esta comprometida con sus trabajadores en todos los ámbitos es por esto que es importante mantener las unidades de transporte en perfecto estado y tener claro cada una de las especificaciones de seguridad y además la seguridad monetaria de los trabajadores con pagos justos que le den cabida a la protección de las familias que de una u otra manera poseen el sustento y beneficios a través de la prestación de los servicios.

ETAPA III

CONSIDERACIONES FINALES

CONCLUSIONES

Los diseños mixtos de investigación pretenden responder diversas preguntas con respecto a variables presentadas tales como las económicas y financieras que giran en torno de factores como la inflación y las fluctuaciones de la economía tanto nacional como la internacional, con un soporte bibliográfico y herramientas de campo el manejo de estas variables pueden controlarse, el diseño de un proyecto con etapas proyectivas es de amplio uso para diversas ramas. El diseño un plan de negocios para la expansión de la empresa de transportación Ologar C.A ha sido producto del estudio de una serie de estas variables y de la misma manera el control de las mismas.

Para una primera etapa del estudio se realizo un análisis estratégico global que fue dividido en análisis interno y análisis externo, con este análisis se ahondo en las fortalezas y debilidades y en las oportunidades y amenazas, la empresa de transportación Ologar C.A posee grandes fortalezas tales como su amplia trayectoria en el mercado pero a la vez fue primordial el estudio interno de sus debilidades para de este modo hallar estrategias para minimizar los mismos, con respecto a los análisis externos los hallazgos demostraron grandes oportunidades con la inyección de recursos y debilidades con respecto a los cambios constantes que puede sufrir el mercado.

El estudio de mercado para todo proyecto factible determina entre otras cosas si existe una demanda insatisfecha en la rama en la que se

desenvuelve la empresa y esto es importante debido a que se estudia o determina si el proyecto de expansión es factible o no con respecto a los sectores del mercado que se quiere cubrir, asimismo, la oferta determinara que cantidad de recursos son los necesarios para la expansión, otro aspecto importante porque es indeseable en el caso de nuestra empresa expandirnos a grandes escalas si los motivos de esta expansión serán injustificados, la razón de este estudio no es más que la de evitar desperdicios y excesivos costos que en un futuro no se puedan cubrir, el estudio de mercado arrojo resultados en los cuales es necesaria la expansión dentro del municipio Maturín debido a la existencia de demanda insatisfecha.

El plan de marketing son estrategias de mercado utilizadas para que el negocio sea conocido y aceptado por los posibles consumidores del servicio, se observo, mediante el uso de estrategias tales como las 7 P de los servicios que el mercadeo para las empresas prestadoras de servicios de transporte de maquinarias tiene que ver con las relaciones personales y la creación de una imagen corporativa la cual dé a conocer y posicione a la empresa en uno de los puestos codiciados dentro del mercado, el desarrollo de este plan de marketing ha sido producto de estudios que determinaron la manera más adecuada para el desarrollo de las necesidades. El plan de marketing es una estrategia sumamente importante porque a través de esta la empresa capta clientes, confianza y espacio dentro de este mercado tan competitivo.

Para la expansión de las operaciones de la empresa se empleo un análisis técnico, operativo y de recursos humanos, un apartado que describe las operaciones y las etapas de las operaciones para la empresa, el orden lógico que debe llevar realizar un servicio de transporte de maquinarias y equipos pesados, el terreno donde actualmente se labora es suficiente para el proyecto de expansión y además, se ha implementado como nuevas

políticas de la empresa la ardua tarea de capacitar más y mejor a los empleados cuyos trabajos será el de transportar las maquinarias, lógicamente para las necesidades de expansión se contratarán un mayor número de trabajadores y a su vez para un mayor control y seguridad del proceso se contrato a un supervisor de las operaciones, persona conocedora del proceso productivo el cual garantice la seguridad y entrega a tiempo de los servicios. Se ha concluido que para este análisis no es de gran dificultad hallar los instrumentos necesarios para maximizar las operaciones, tanto en recurso humano como en recursos materiales. Además se proponen nuevas maneras de liderazgo y de la misma manera canales de comunicación entre trabajadores y figuras líderes.

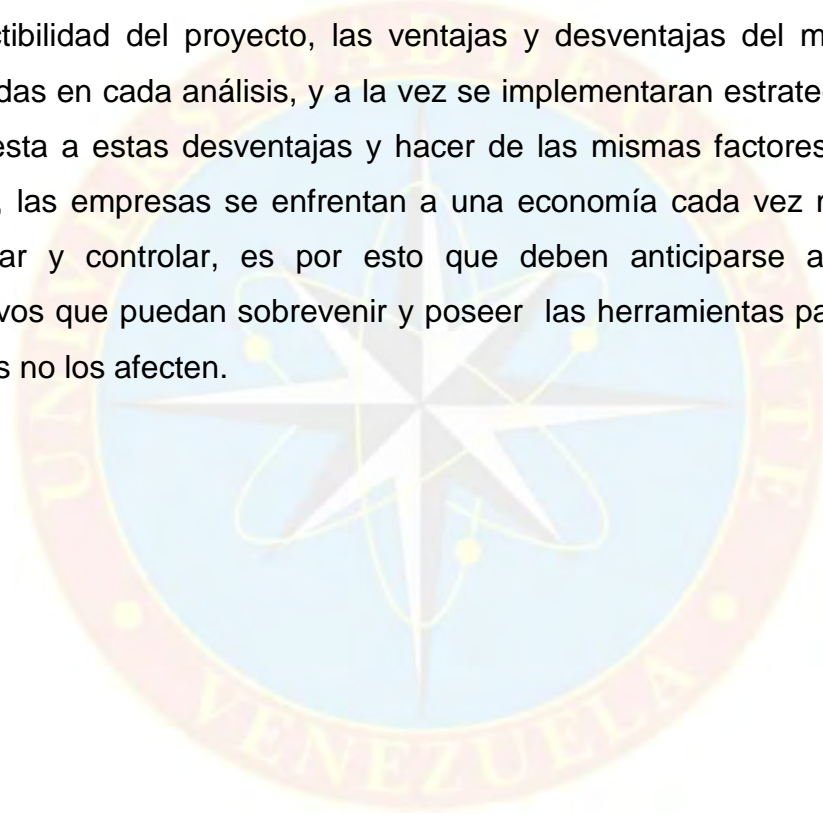
La proyección del estado económico financiero de la empresa de transportación Ologar C.A se realizo con la finalidad de proyectar ganancias y pérdidas para el futuro, el estudio incluyo herramientas financieras que son indicadores de factibilidad en el negocio, se llevo a la conclusión que factores tales como el punto de equilibrio, la tasa interna de retorno y el valor actual neto arrojaron resultados deseables y por tanto atractivos para inversionistas.

Los análisis de riesgo y sensibilidad permitieron tener una visión clara de cuáles pueden ser los diferentes riesgos que puede correrse con las operaciones de la empresa, los riesgos latentes van desde accidentes en la vía hasta riesgos financieros, el análisis de sensibilidad proyecta hasta qué punto la inversión es rentable.

En cuanto a las políticas de calidad, de responsabilidad social empresarial y las evaluaciones del impacto ambiental que puede causar la empresa han sido del conocimiento para esto las normas de certificación internacionales y se han adaptado para la empresa de servicios, las políticas

de calidad tienen mucho que ver con la seguridad de las entregas, el tiempo y puntualidad, la responsabilidad social de la empresa va dirigida principalmente a los trabajadores de la empresa, a sus bienestar social y las evaluaciones del impacto ambiental vienen dadas por la emisión de gases provenientes de las unidades de transporte que se minimizan con su correcto mantenimiento.

En base a los estudios realizados es importante mencionar el alto grado de factibilidad del proyecto, las ventajas y desventajas del mismo se ven reflejadas en cada análisis, y a la vez se implementaran estrategias para dar respuesta a estas desventajas y hacer de las mismas factores mínimos de riesgo, las empresas se enfrentan a una economía cada vez más difícil de penetrar y controlar, es por esto que deben anticiparse a los hechos negativos que puedan sobrevenir y poseer las herramientas para que estos hechos no los afecten.





ANEXOS

Instrumento de Recolección de Datos

Entrevista

Dirigida a los clientes

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar la expansión de una empresa de transportación de maquinarias cuyas operaciones se efectúan actualmente en Maturín, estado Monagas. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1.- ¿Cuál es el precio que maneja usted para la transportación de sus maquinarias?

2.- ¿Con que frecuencia contrata usted el servicio de transporte?

Diario_____

Semanal_____

Quincenal_____

Mensual_____

3.- ¿Qué tipo de transporte prefiere usted para el traslado de sus maquinarias?

4.- ¿Cree usted que nuestra empresa está ubicada en un sector adecuado?

Si_____

No_____

5.-Al momento de contratar un servicio de transporte ¿qué es lo primero que usted toma en cuenta?:

El precio_____

La distancia a recorrer_____

La seguridad_____

El tiempo en que desea que llegue la maquinaria_____

Otro_____

6.- ¿Cuál es la maquinaria que más se transporta?

7.- ¿Cuáles son los requisitos que usted exige para contratar una empresa de transportación de maquinarias?

Personal capacitado__

Precio__

Tiempo__

Estado del transporte__

Permisos en regla__

Innovación__

Descuentos__

8.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar un precio un poco más elevado a cambio de la prestación de un servicio más confortable y adecuado?

Si__

No__

Otra__

9.- ¿Qué aspectos cree usted que podemos agregar para ofrecer un mejor servicio?

Innovación en los servicios__

Transportes con mayor tecnología__

Menor tiempo en las entregas__

Entrevista

Dirigida al Gerente Actual de la Empresa

1. ¿Considera usted que en la empresa existen algunas debilidades que actúan como barreras para lograr los objetivos?

___ Si

___ No

2. De ser positiva su respuesta; ¿Cuáles de los siguientes ítems considera usted que son la amenaza existente?

___ Resistencia al cambio

___ Recursos y capacidades escasas

___ Problemas de motivación personal

___ Otros (especifique) _____

3. ¿Puede alguna de las amenazas anteriormente mencionadas impedir totalmente la actividad de la empresa?

___ Sí

___ No

4. De las siguientes oportunidades, ¿Cuales considera usted que son las más frecuentes que se presentan en la empresa en la actualidad?

___ Nuevas tecnologías

___ Debilitamiento de los competidores

___ Posicionamiento estratégico

___ Otro (especifique) _____

5. ¿Cuales considera usted que son las fortalezas de la empresa?

___ Recursos económicos

___ Políticas

___ Personal capacitado

___ Otro (especifique)_____

6. ¿Cuántas empresas cree usted que existan en el municipio Maturín que se dediquen a la transportación de maquinarias?

___1

___2

___3

___4

___Más de 5

7. ¿Cuáles son los niveles que se manejan de servicios prestados?

___Muy bajos

___Bajos

___Medios

___Altos

8. ¿Qué políticas de venta utiliza la empresa?

___De Contado

___De Crédito

9. ¿Tiene algún descuento por servicio prestado?

___Sí

___No

10. De ser positiva su respuesta, indique la modalidad

___Por cantidad de maquinarias

___Por tiempo que se requiera de viaje

___Por recorrido

___Pronto pago

___Otro (especifique)_____

11. ¿Con que tipos de publicidad cuenta su empresa?

- Prensa
- Radio
- Internet
- Televisión
- Vallas
- Ninguna

12. ¿Considera usted que la empresa es?

- Pequeña
- Mediana
- Grande

13. ¿Qué tipo de actividad económica realiza la empresa?

- Servicio
- Comercial
- Industrial

14. ¿con cuántos empleados cuenta la empresa?

HOJAS METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 1/6

Título	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DE LA EMPRESA DE TRANSPORTACION “OLOGAR” C.A. AÑO 2011
Subtítulo	

El Título es requerido. El subtítulo o título alternativo es opcional.

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Espinosa Rumay Scarlet Carolina	CVLAC	C.I. 18.004.731
	e-mail	Scarletcarolina11@hotmail.com
	e-mail	
Zanni Alfonzo Carlos Julio	CVLAC	C.I 18.651.035
	e-mail	Carlos_274zanni@hotmail.com
	e-mail	

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres de un autor. El formato para escribir los apellidos y nombres es: “Apellido1 InicialApellido2., Nombre1 InicialNombre2”. Si el autor esta registrado en el sistema CVLAC, se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el numero de la Cedula de Identidad). El campo e-mail es completamente opcional y depende de la voluntad de los autores.

Palabras o frases claves:

Indicadores Financieros
Toma de decisiones
Instrumentos financieros

El representante de la subcomisión de tesis solicitará a los miembros del jurado la lista de las palabras claves. Deben indicarse por lo menos cuatro (4) palabras clave.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Sub-área
Ciencias Sociales Y administrativas	Finanzas
	Economía
	Recursos Humanos

Debe indicarse por lo menos una línea o área de investigación y por cada área por lo menos un subárea. El representante de la subcomisión solicitará esta información a los miembros del jurado.

Resumen (Abstract):

El objetivo principal de esta investigación es diseñar un plan de negocios para la expansión de las operaciones de una mediana empresa dedicada a la transportación de maquinarias y equipos pesados. Para estudiar la factibilidad de dicha expansión se utilizaron diferentes herramientas tales como el estudio de mercado, planes de marketing y diferentes estrategias orientadas al estudio del mismo; el proyecto tiene como finalidad proponer un plan de negocios y la idea del mismo viene dada debido a la creciente demanda del servicio y la falta de recursos de esta mediana empresa que a la vez posee una gran trayectoria en el mercado. Para desarrollar el proyecto se enfatizó un diseño netamente de campo. Las conclusiones del trabajo de investigación se desprenden de la finalización de cada etapa, mostrando así la rentabilidad de la puesta en práctica de la expansión y las estrategias necesarias para su correcto desarrollo.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Prof (o). Miguel Veliz	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input checked="" type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	
	e-mail	@
	e-mail	
Prof (a). Maria Palomo	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	
	e-mail	@
	e-mail	
Prof (a) Argelis Salazar	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	
	e-mail	@
	e-mail	
	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	
	e-mail	
	e-mail	

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres del tutor y los otros dos (2) jurados. El formato para escribir los apellidos y nombres es: "Apellido1 InicialApellido2., Nombre1 InicialNombre2". Si el autor esta registrado en el sistema CVLAC, se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el numero de la Cedula de Identidad). El campo e-mail es completamente opcional y depende de la voluntad de los autores. La codificación del Rol es: CA = Coautor, AS = Asesor, TU = Tutor, JU = Jurado.

Fecha de discusión y aprobación:

Año	Mes	Día
2011	05	03

Fecha en formato ISO (AAAA-MM-DD). Ej: 2005-03-18. El dato fecha es requerido.

Lenguaje: spa

Requerido. Lenguaje del texto discutido y aprobado, codificado usando ISO 639-2. El código para español o castellano es spa. El código para ingles en. Si el lenguaje se especifica, se asume que es el inglés (en).

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 4/6

Archivo(s):

Nombre de archivo
Tesis indicadores financieros. Doc

Caracteres permitidos en los nombres de los archivos: **A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2
3 4 5 6 7 8 9 _ - .**

Alcance:

Espacial: _____ (opcional)

Temporal: _____ (opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciado en Administración

Dato requerido. Ejemplo: Licenciado en Matemáticas, Magister Scientiarum en Biología Pesquera, Profesor Asociado, Administrativo III, etc

Nivel Asociado con el trabajo: Licenciatura

Dato requerido. Ejs: Licenciatura, Magister, Doctorado, Post-doctorado, etc.

Área de Estudio:

Ciencias Sociales y Administrativas

Usualmente es el nombre del programa o departamento.

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente Núcleo Monagas

Si como producto de convenciones, otras instituciones además de la Universidad de Oriente, avalan el título o grado obtenido, el nombre de estas instituciones debe incluirse aquí.

Hoja de metadatos para tesis y trabajos de Ascenso- 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CUN°0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda ***SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009***.

Leído el oficio SIBI - 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.



Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

JUAN A. BOLANOS CUMBELE
Secretario



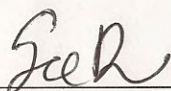
C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/marija

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 6/6

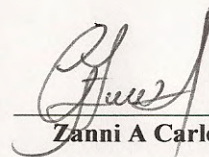
Derechos:

Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicado CU-034-2009): “Los Trabajos de Grado son de exclusiva propiedad de la Universidad, y solo podrán ser utilizados a otros fines, con el consentimiento del Consejo de Núcleo Respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario, para su autorización.”



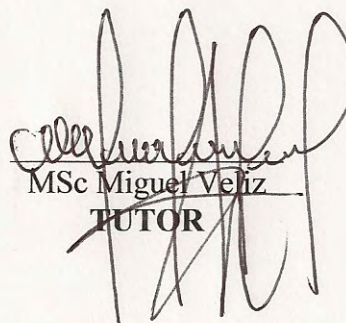
Espinosa R Scarlet C

AUTORA



Zanni A Carlos J

AUTOR



MSc Miguel Veliz

TUTOR

