

CREACION DE EMPRESA PROYECTO BLOQUE B

JOSÉ EVERSON WILMAR CASTRO GARZÓN

EDWIN SANTIAGO JAIMES SUARES

DAVID PERDOMO ALFONSO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

AGOSTO DE 2020

COLOMBIA

Copyright © 2020 por David Perdomo Alfonso, José everson wilmar castro garzón, &
Edwin Santiago james Suarez Todos los derechos reservados.

Dedicatoria

ii

Dedicamos este trabajo a todos los docentes y estudiantes de la corporación unificada de educación superior cun

Agradecimientos

iii

Gracias por su por leer este trabajo, no olviden recomendarnos con sus colegas y
compañeros

Abstract

iv

Este es un documento de Word que contiene un trabajo de creación de empresas que puede llegar hacer tangible y volverlo realidad

Tabla de Contenidos

v

Logo Nombre de Proyecto.....	1
ESLOGAN.....	2
1.....	2
2.....	2
3.....	2
4.....	2
5.....	3
Necesidades y oportunidades.....	4
Los estándares de sostenibilidad y el desarrollo.....	5
SEMANA 4.....	8
SEMANA 5.....	11
2 DESARROLLA.....	11
3 INVESTIGA.....	12
4 ANALIZA LAS ALTERNATIVAS.....	13
5 ANALIZA.....	15
6 Selecciona y describe la idea más prometedor e innovadora.....	15
SEMANA 6.....	16
Fuerzas de la industria.....	16
CONTAINERS:.....	18
RODAR CARGA SOCIEDAD ANÓNIMA:.....	19
AMERICAN CARGO LOGISTIC S A S:.....	20
SEMANA 7.....	20
1. Describa 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona.....	20
2. Realice el ejercicio Buyer Persona que se encuentra en la guía:.....	23
3. Describa lo siguiente:.....	23
4. Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.....	25
SEMANA 8.....	27
Perfil de Cliente:.....	27
Mapa de valor:.....	28
SEMANA 9.....	29
1 LEYES Y NOMATIVAS DE TRANSPORTE DE CARGA:.....	29
2 materiales y maquinaria:.....	29
3 diagrama de bloque:.....	31
4 10 indicadores de calidad de servicio:.....	32
Lista de referencias.....	41

INTRUDUCION

Nuestro proyecto va enfocado en crear empresa para el desarrollo personal y académico de cada uno de sus integrantes, nuestro proyecto está enfocado, sea sostenible e innovador y creativo nuestro proyecto se denomina de la siguiente manera enfocado en el sector de transportes y tecnología enfocado en todos los sectores de transporte de carga, transporte intermunicipal, transporte de servicios especiales nuestra idea como emprendedores es lograr crear nuestra empresa de transporte para poder llegar a cada uno de los sectores económicos del país y lograr colocar nuestros conocimientos en práctica, y lograr ser pioneros en sector logístico,

Logo Nombre de Proyecto

Soluciones Logísticas W.D.S .S.A.S



ESLOGAN

Transportamos tus sueños

1.

Con base en la temática de la semana, plantee como mínimo tres problemas, retos, Oportunidades, o necesidades que percibe en el entorno en el que se desenvuelve. (Puede ser a nivel social, económico, político o ambiental)

- a. reto: ser sostenibles en el mercado
- b. Retos: innovar como empresa
- c. Retos: fidelizar clientes
- d. problemas: disponibilidad de vehículos
- e. Problemas: estados de las vías
- f. Oportunidad: asociarse para generar alianzas estratégicas
- g. Problema: contaminación de dióxido de carbono al medio ambiente

2.

Cómo su idea de negocio puede solucionar un problema social, económico, Político o ambiental existente en el entorno.

Problema: contaminación de dióxido de carbono al medio ambiente

Solución: Implementar filtros para reducir emisión de gases contaminantes (CO2) al medio ambiente

3.

Enuncie de manera resumida a cuál (es) de los objetivos de desarrollo sostenible Se puede relacionar el problema, reto, necesidad u oportunidad previamente Identificados, o que aplica a su idea de negocio. :

RTA: Este problema se relaciona al objetivo de desarrollo sostenible número: 13 Acciones por el clima el cual abarca la emisión de gases.

4.

Describa brevemente como desde la teoría del valor compartido, se podría abordar el problema, necesidad, reto u oportunidad pensado o que aplica a su idea de negocio

RTA: Realizando trazabilidad a cada uno de los vehiculos para identificar posibles factores de contaminación

5.

Acorde a lo visto en la sesión elabore el análisis PESTEL: análisis político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal. Se describe en la Guía Del Proyecto.



* Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.

Contaminación al medio ambiente

*¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

Problema: emisión de gases problemas de ruido contaminación al medio ambiente puede generar contaminación a fuentes hídricas y enfermedades respiratorias en nuestro entorno y demás

Necesidades y oportunidades

Criterio	Problema 1: ser sostenibles en el mercado	Problema 2: disponibilidad de vehículos	Problema3: asociarse para generar alianzas estratégicas
Conocimiento o experiencia	3	4	5
Asesoramiento de un experto (Si se requiere, ¿lo tenemos?)	5	3	3
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿Puedo darle alguna solución?)	3	5	4
Tiempo (posible solución)	5	2	3
Costos (posible solución)	2	1	2
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	4	5	3
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	3	4
TOTAL	27	23	24

- Desarrolle el árbol de Problemas

- Para profundizar realice una investigación acerca del problema elegido, puede utilizar adicionalmente entrevistas, encuestas, focus grupo otros.

RTA= PROBLEMA: Ser sostenible en el mercado

Para el comercio sostenible cuando abarca diferentes tipos de comercio como lo son el comercio justo y biológico, cuando se intercambia un comercio de bienes y servicios se generar aquellas ventajas sociales, económicas y ecológicas con esto aplicamos las condiciones para un desarrollo sostenible:

-Crear un valor económico

-Disminuir la pobreza y la desigualdad

-conservar y reutilizar los recursos sostenibles

Entrevista a Ulrich Hoffmann: <https://nuso.org/articulo/los-estandares-de-sostenibilidad-y-el-desarrollo/>

Los estándares de sostenibilidad y el desarrollo

- ¿Quiénes son los involucrados?

RTA= se encuentra el foro de las naciones unidas sobre los estándares de sostenibilidad (UNFSS) que es la iniciativa que cinco agencias pertenecientes a la ONU (FAO, CCI, UNCTAD, PNUMA y ONUDI) este foro intergubernamental que apoya un dialogo sobre unas políticas planteadas para la mejorar en beneficios y hacer llegar a menos los desafíos y los costos en los estándares sostenibles privados.

- ¿Cuáles son las condiciones negativas percibidas por los involucrados?

RTA= La complejidad y multidimensionalidad de que se presentan en los requisitos de los estándares que tienden aumentar el riesgo de marginación a pequeños productores y a los países menos desarrollados. Esto causaría un efecto agravante a las debilidades ya existentes hablando de términos como los son capacidades técnicas, institucionales y de recursos humanos.

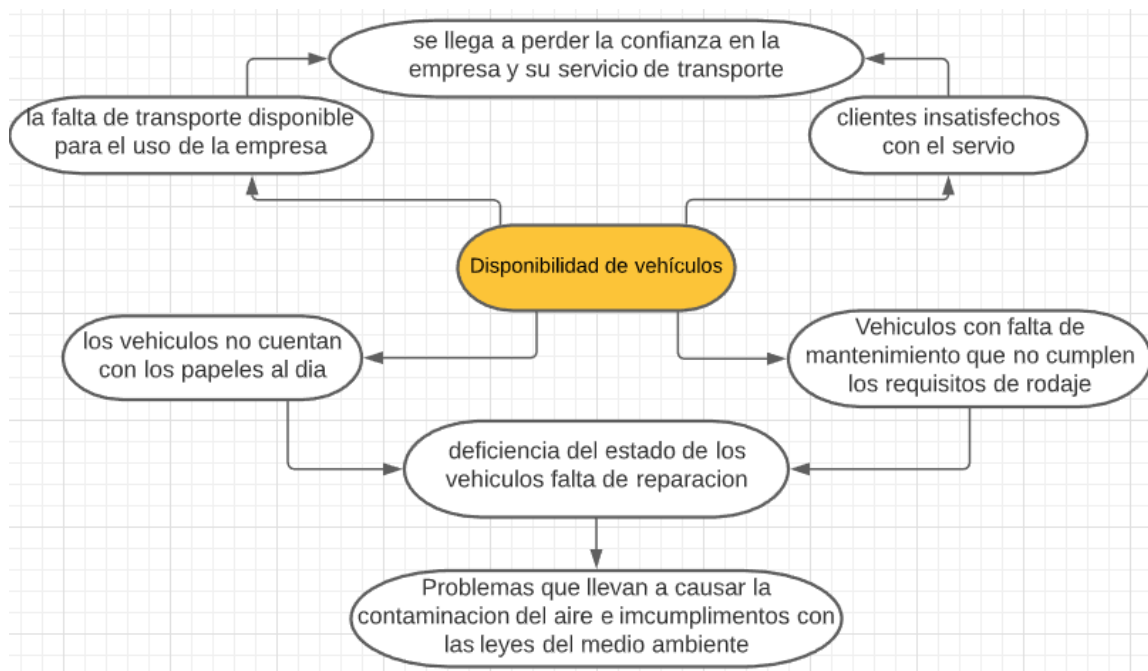
-Defina el problema central, bajo la condición de que sea una situación actual y su redacción es en negativo.

RTA= la discriminación y el comportamiento contrario a las competencias en los mercados internacionales. En los acuerdos de la OMC sobre los Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) y Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF), que tanto esfuerzo costaron, los países en desarrollo o no se reflejan o se reflejan inadecuadamente en los criterios de los estándares y los destinados puntos de control.

-Defina de manera apropiada las relaciones de causalidad-efecto de los problemas. Deben ser actuales e igualmente se redactan en negativo.

RTA= si hablamos de estándares en sostenibilidad del comercio que afecten a pequeños productores, tomaría el ejemplo en las zonas rurales del país en que hay muchas veces que el valor por las cosechas llegan a hacer una burla para los productores que se les presenta varios retos durante el periodo de siembra que pueden llegar a hacer más costosas el mantenimiento de las cosechas que la misma venta de ellas llegando al extremo de que los productores ya no les sea conveniente seguir con las cosechas para venderlas.

- Presente en el esquema de Árbol de problemas su análisis como en el siguiente ejemplo, teniendo la precaución que para su proyecto no sobren ni falten problemas a indicar:



- Una vez terminado el esquema del Árbol de problemas se debe formular la pregunta problema, tome el problema central y plantéelo a manera de pregunta.

RTA= ¿Qué tenemos que llegar a hacer para llegar a tener más disponibilidad de vehículos en la empresa?

-Convierta todas las condiciones negativas en objetivos (condiciones positivas) deseables y factibles. Se comienza de arriba hacia abajo.

RTA=

-plantear estrategias de sustitución de transporte ya cuando este tenga problemas (papeles y mecánicos)

-los clientes tendrán un descuento si algún automotor falla con el cumplimiento del trayecto con pedido

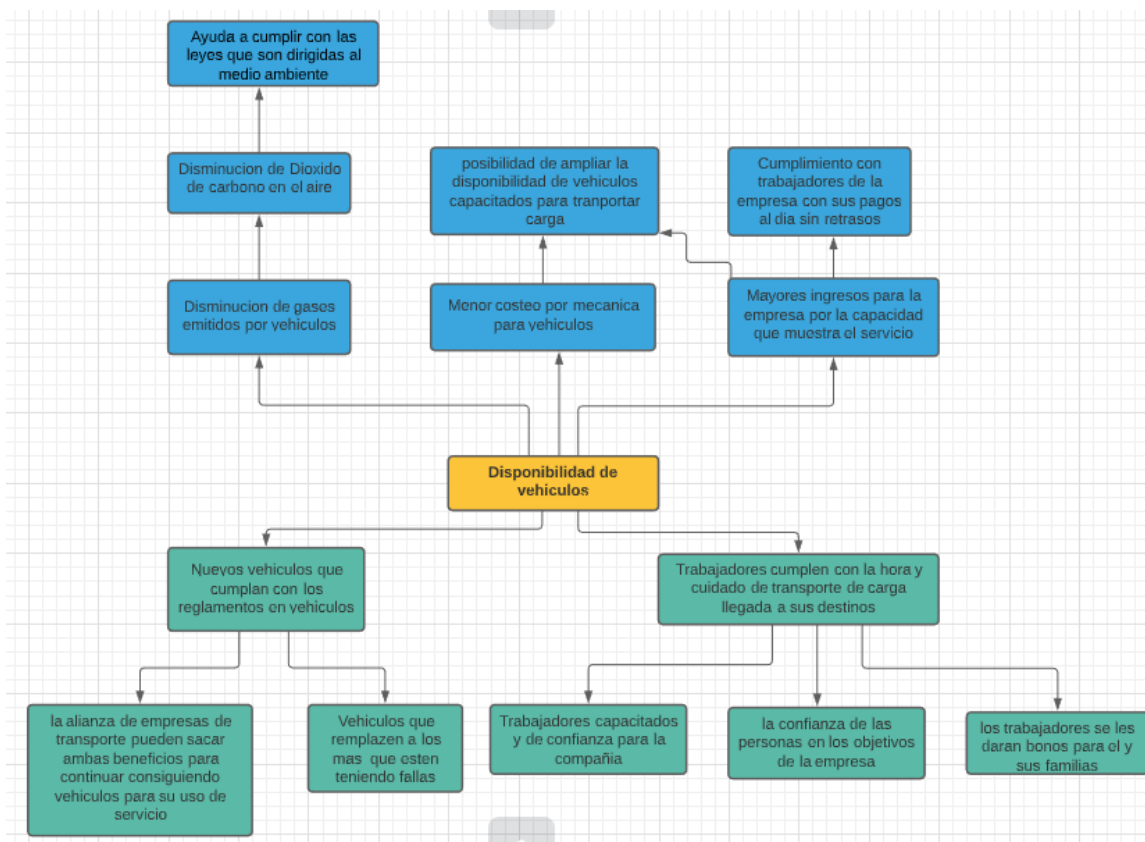
-Agregar alianzas vehiculares con las que se pueda cubrir la falta de disponibilidad

-Reglamentar normativas que ayuden a la empresa a identificar vehículos que no cumplan con papeles e imponerles sanciones hasta que pueda tener el papeleo al día en regla

-Crear talleres mecánicos en donde se les suministre atención a los vehículos y se puedan reparar o ser remplazados dependiendo de las fallas que se le encuentren.

-contratar personas que ayuden con las leyes y políticas de la empresa que verifiquen que todo esté de acuerdo con las leyes que plantean los ministerios y autoridades automovilísticas

-Establezca las relaciones medio-fin y construya el árbol.

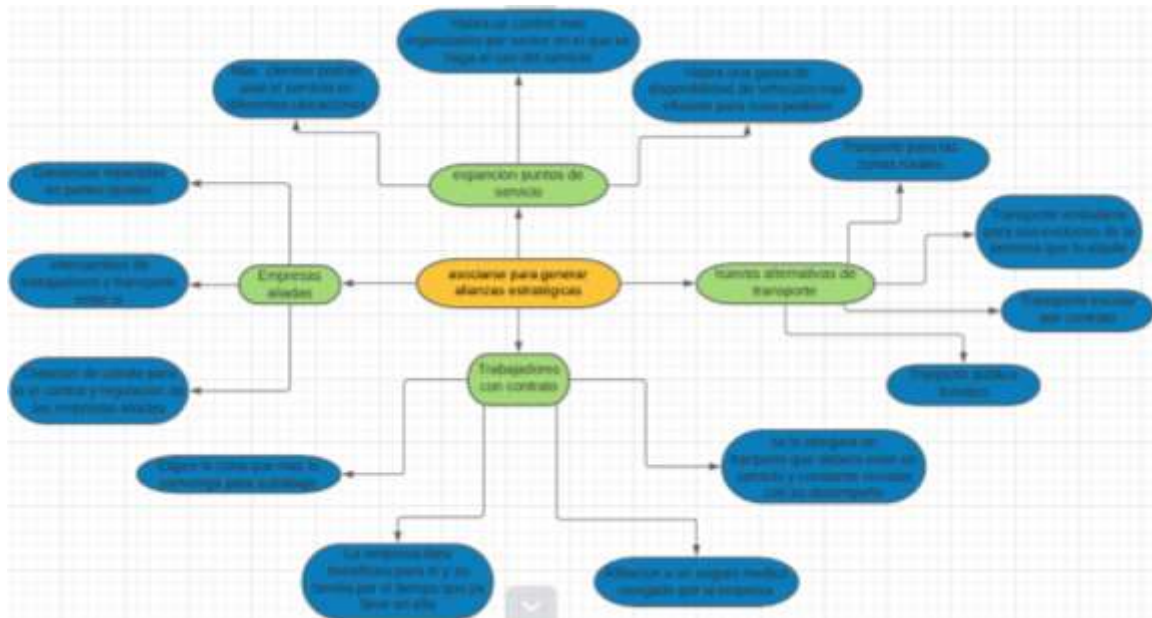


-Es probable que para lograr un objetivo en un nivel superior tenga que reformular o eliminar objetivos innecesarios o poco realistas.

RTA=probablemente puede suceder que se necesite reformular un objetivo, pero se debe tener sus razones y efectos que puedan causar esos cambios para la empresa ya que es muy importante cuidar la imagen de la empresa.

SEMANA 4

-Con el problema u oportunidad identificada aplique una técnica de ideación vista en el encuentro (lluvia de ideas, seis sombreros, relaciones forzadas, matrices combinatorias, biónica o analogía)



-Realice una autoevaluación de la idea de negocio con el siguiente cuadro:

INTERES/DIPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
-la idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
-no me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5
-Estoy dispuestos a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	5
-considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	4	5
N. TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	1	1	2

	A	X	B	=	C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	X	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	X	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	1	X	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4:	1	X	4	=	4
Total de afirmaciones valoradas en 5:	2	X	5	=	10

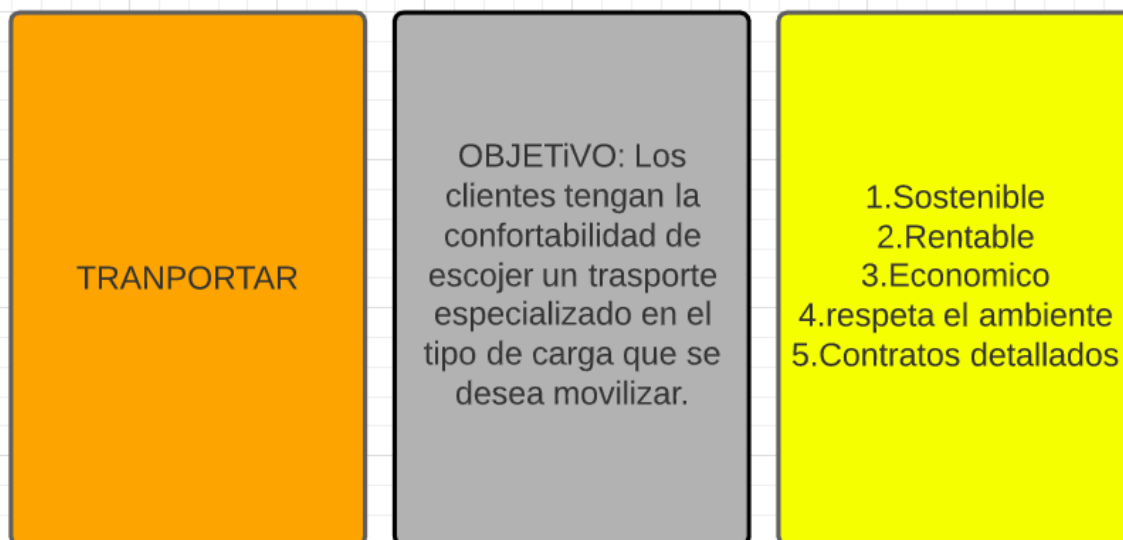
17
PUNTAJE TOTAL

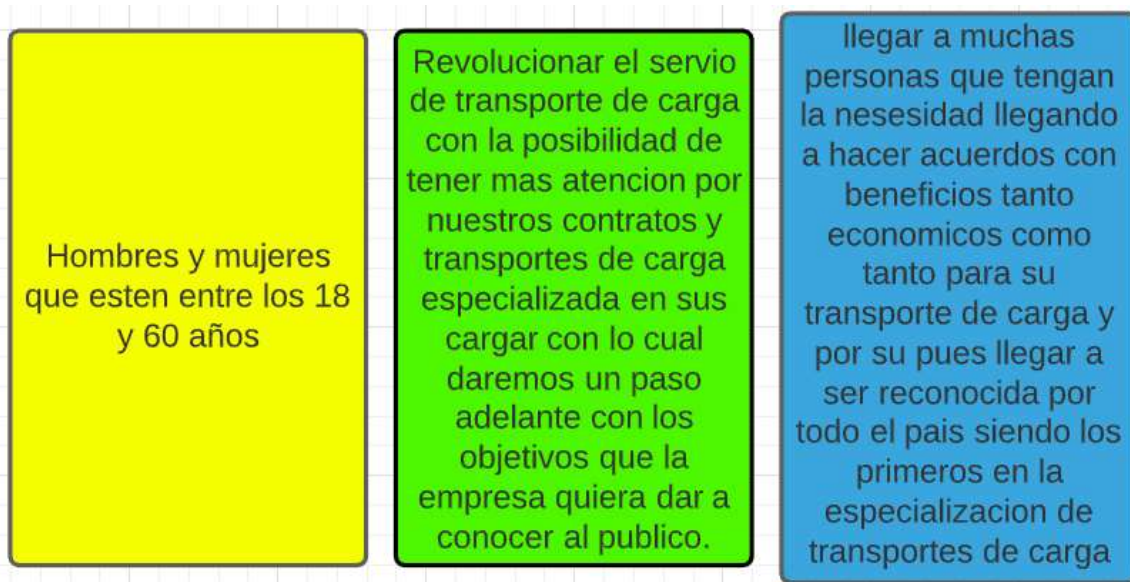
-Estructure la idea de negocio con el siguiente cuadro:

¿Cuál es el producto o servicio?	Transporte de carga especializada
¿Quién es el cliente potencial?	Personas que necesita llevar mercancía cuidadosa que necesita ser trasladada a un punto con un transporte especializado en el tipo de carga.
¿Cuál es la necesidad?	Transportar la carga pedida por cliente el cual debe escoger tipo de transporte de carga (alimentos, carga larga, carga ancha, carga peligrosa, carga de líquidos, carga de solidos)
¿Cómo?	Para la persona que realiza el contrato debe especificar su pedido destino de la carga y el tipo de carga con esto la empresa sabrá cual transporte movilizar para cumplir con la carga y el destino asignado para su entrega.
¿Por qué lo preferirán?	Entendemos mucho la importancia que se tiene trasladar cargas de un lado para otro pero no muchas empresas ofrecen como nosotros un control de eficiencia con el tratamiento de la carga a la hora de ser transportar es decir que tenemos la prioridad de conocer el contenido de la carga proporcionar al cliente el tipo de transporte que necesita para su trasladado lo cual el también tendrá conocimiento de cómo está siendo trasladada su carga y por quien es el conductor con su historial empresarial.

-Finalmente describa la solución idea de negocio estructurada" en el siguiente cuadro:

¿Cómo podemos prestar un servicio de transporte de carga que se especialice en e l tipo de carga y el contrato empresa cliente que detalle y pruebe la fiabilidad del servicio prestado?





SEMANA 5

2 DESARROLLA

Desarrolla por lo menos 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas, teniendo en cuenta que una nueva idea puede salir de combinar diferentes estrategias.

RTA-lograr que el servicio que se brinde la garantía de que el cliente puede tener la elección de transporte requerida dependiendo de la carga que se desea llevar o también el uso público que se le quiere dar, que a la vez pueda adquirir a una tarifa económica si ya es un cliente frecuente vinculado al estatus de la empresa.

- La empresa plantea el desarrollo de un aplicativo tanto para móviles y ordenadores, que busque lograr y aclarar los objetivos de la empresa, como se moviliza, como se contrata el servicio, ver la ruta del pedido con la hora y fecha en que se realiza el contrato de entrega con la hora y fecha también de la entrega, información del transporte, información de los conductores. Toda esta información se almacenará en una base de datos protegida por la empresa y que solo para los contratos con los usuarios (usuarios

con cuenta vinculada a la empresa) pueden tener esta información protegiendo la privacidad del cliente, datos y el pedido. A los que no sean usuario con cuenta vinculada a la empresa solo se le presentara el comunicado explicando lo que hace la empresa, como se contrata, tipos de transporte que utilizan y la habilitación y explicación de las cuentas de usuarios para poder brindar el servicio.

-llegar a expandir la empresa creando puntos de envío y transporte en los departamentos, que primero llegaría a su municipio representante de su departamento luego llegar a tener alianzas con otras compañías con el mismo objetivo, alcanzando expandir con más puntos de la empresa para más municipios (pueblos y ciudades) y cumplir lo ya planteado por el plan de empresa, con la alianza se llega a regular el ingreso económico acordado por ambas empresas, conseguir y actualizar las líneas de transporte de servicios, plantear nuevas estrategias de distribución de servicio.

-crear programas que ayuden a la sociedad en distintos campos como tener la posibilidad de llegar tener contratos con colegios que permita el transporte de rutas auxiliares y a disposición del colegio, alcanzar las zonas rurales para ayudar en las cosechas recogidas para vender en cooperativas con transportes de carga para su movilidad, plantear líneas de turismo por el país para los extranjeros y personas interesadas. La empresa recibiría una buena reseña por parte de instituciones de educación, las personas que viven en zonas rurales y los turistas.

3 INVESTIGA

Investiga y documenta (organiza la información en un documento) que otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos/ servicios similares (competencia).

RTA=

T.D.M TRANSPORTES:

Logística Integral:

La cadena de suministro, integrando procesos de distribución física de mercancías y operación bajo techo, generando aumento en la competitividad, rentabilidad operacional y una rápida respuesta a las necesidades de nuestros clientes.

URL: <https://www.tdm.com.co/segmento/logistica-integral/>

Logística Especializada:

Transporte y almacenamiento a partir del conocimiento de tu industria. Para esto, contamos con procesos estandarizados y las capacidades requeridas para el manejo de las distintas mercancías que movilizamos.

URL: <https://www.tdm.com.co/segmento/logistica-especializada/>

Logística Inteligente:

Conocimiento al servicio de nuestros clientes. Contamos con equipos multidisciplinarios y altamente capacitados, generando soluciones mediante consultoría, diseño de redes, operaciones costo-efectivas y diseños de flotas dedicadas.

URL: <https://www.tdm.com.co/segmento/logistica-inteligente/>

Transportes centro valle S.A:

Transporte de carga terrestre de materias primas y productos terminados para la industria nacional. Estamos presentes en las principales ciudades y puertos del país para ofrecer soluciones efectivas y confiables a cada uno de nuestros clientes. Nuestros servicios cumplen con altos estándares de calidad y seguridad que contribuyen a la productividad y al desarrollo de nuestro país, reduciendo el impacto de nuestras actividades con respecto al medio ambiente y siendo socialmente responsables.

URL: https://www.transportescentrovalle.com/quienes_somos/oferta-de-valor/

4 ANALIZA LAS ALTERNATIVAS

Analiza las 4 alternativas tu idea de negocio (desarrolladas en el numeral 2 de esta actividad), con respecto a la competencia y escribe las conclusiones.

RTA=-las empresas de transporte no son muy cuidadosas con la mercancía que se les encarga teniendo retrasos de entrega y no comunicarlo al cliente, malas condiciones en las que se recibe el producto, problemas del automotor con papeles al día etc. nuestra empresa lograría dejar esto a un lado aportándole al cliente la información al completo de las condiciones de contrato.

-Nosotros queremos lograr con la ayuda de la aplicación se controle la información de usuario, su tipo de pedido y el transporte específico que ofrecemos para la movilidad de ser mercancía a la vez tener conocimiento de la persona que la transporta y la ruta que se decide transportar. A diferencia de otras que llegan a tener un mal control de aplicaciones, no dan opciones de transporte de mercancía, no se tiene información de la persona que la transporte por si se quiere presentar una queja, no se presenta un reporte por parte del conductor en ruta.

-al llegar expandir la empresa a nivel nacional en puntos por municipio logramos que muchas más personas soliciten este tipo de servicio de transporte teniendo los mismos principios que se planteó la empresa para cada uno de ellos. Con esto cumplir el objetivo de la empresa con nuestros clientes en pueblos y ciudades en las que se encuentren situados estos puntos. Viéndolo desde otra empresa muchos puntos esparcidos por el país pero que no cuentan con la misma capacidad para brindar el servicio como en sus puntos principales incumpliendo lo que quieren llegar a hacer en sitios de sociedad con la necesidad de estos servicios de transporte.

-planteamos programas de servicio de transporte que cumplan con las normas impuestas en un contrato específico para su uso encontramos soluciones a la falta de rutas escolares para los colegios con rutas que no alcanzan a cubrir el abordaje de los estudiantes por toda ciudad o municipio, los campesinos y sus cosechas muchas veces necesitan transporte para enviar las cosechas a las cooperativas a la hora de contratar transporte se ve que tiene que hacer más de una sola ida y vuelta para cargar la carga desde la finca a la cooperativa llegando a cobrar pesos absurdos y que es muy escaso el transporte de carga por distintas zonas por las que se encuentra situada la finca por último un plan solo para turistas fijado rumbo a distintas zonas del país en donde se cree una organizada sesión de eventos por temporada del año.

5 ANALIZA

Analiza nuevamente tu idea de negocio; Si aún tu idea no se diferencia lo suficiente de lo que ya existe en el mercado, reformúlala con otras estrategias de Innovación, para hacerla más interesante y diferente o combina diferentes estrategias.

RTA=

- Al encontrar los métodos de expansión en el área nacional queremos llegar a mostrar que la empresa está preparada para recibir las ofertas de transporte que lleguen por parte de los usuarios a sus destinos haciendo que cada punto de la empresa situada por la ruta que pasa el transportador de un informe de llegada control de horarios para cada punto del país situado por la ruta de este. en el cual se tenga el estado de la carga y dar el informe al punto de llegada de ese transportador y que la persona encargada a recibirlo pueda ver el monto de la travesía.

6 Selecciona y describe la idea más prometedora e innovadora.

RTA=

(Crear programas que ayuden a la sociedad en distintos campos como tener la posibilidad de llegar tener contratos con colegios que permita el transporte de rutas auxiliares y a disposición del colegio, alcanzar las zonas rurales para ayudar en las cosechas recogidas para vender en cooperativas con transportes de carga para su movilidad, plantear líneas de turismo por el país para los extranjeros y personas interesadas. La empresa recibiría una buena reseña por parte de instituciones de educación, las personas que viven en zonas rurales y los turistas.)

Cambiar el sistema de transporte en todo tipo sea de mercancía y de servicio público de transporte y de carga ya que ayudamos y apoyamos a la gente de las zonas rurales con el transporte de sus cosechas haciendo más económico su gasto de transporte, los colegios encontramos que muchos estudiantes como también el difícil acceso o incluso que las rutas no alcanzan a cubrir las rutas para recoger los estudiantes se les brinda un contrato

con la institución que lo solicita para permitir el que nuestros transportadores cumplan oficialmente con la contratación del servicio por parte de la institución, el plan de turismo está basado en que la empresa cada temporada del año presente una propuesta de viaje a los clientes en donde puedan escoger ir a eventos, carnavales que se celebren dentro de algún municipio con esto se planea la ruta y sus destinos

SEMANA 6

1) Desarrolle las siguientes actividades, con base en lo visto en la semana 6 (fuerzas de la industria), en el archivo de Word con normas APA, en el cual va conformando el proyecto empresarial semana a semana:

Fuerzas de la industria

A) Contextualización de la empresa: escriba el nombre de la empresa, actividad económica, tamaño, lugar de ubicación.

RTA= Soluciones Logísticas W.D.S. S.A.S, transporte de carga terrestre especializado, grande de empresa (empresa pública, sector primario), Bogotá D.C punto principal (puntos de la empresa distribuidos en la zona geográfica del país)

B) Análisis de la demanda: investiga las influencias internas, externas; determina el tamaño del mercado e identifica el Poder negociador de los clientes.

Nota: tome como guía las siguientes preguntas: ¿Cómo es la personalidad de mis usuarios? ¿Cómo se comportan? ¿Cuáles son sus creencias? ¿Cuál es el tamaño del mercado? ¿Habrá espacio para mi idea de negocio?

RTA=

¿Cómo presentar la imagen empresa a las personas?

-plantear estrategias de publicidad vistosas y que llaman la atención de las personas cuando sepan de ella tendremos la capacidad de informar ya sea en foros virtuales nuestras principales expectativas del transporte de carga que queremos dar a conocer por nuestro servicio con la iniciativa de que las personas puedan conseguir mejores desempeños de transporte de carga con nuestra idea.

¿Qué objetivos se tiene la implementación del servicio?

-principalmente queremos demostrar que somos especialistas con el manejo de las cargas de transporte estudiando cada propiedad para que el cliente y la carga tengo un total cubrimiento de detalle indicando como se debe transportar la carga, en qué tipo de transporte debe hacerse y claro el objetivo de ruta del destinatario.

¿Cuál es su idea de negocio?

-presentar al público que tenemos prioridad de la empresa sea ser concisos e instructivos a la hora de realizar un contrato con nuestro servicio de transporte de carga que refleje las oportunidades que le damos a los clientes con todo lo que presentamos para prestar el servicio brindando viabilidad en lo que las personas crean en nuestra empresa sabiendo todo lo que representamos y le damos valor a nuestro trabajo, también así ser más reconocidos en la sociedad actual estudiando el progreso que podamos llegar a alcanzar.

¿Qué alcance llega a tener en el mercado?

-nos presentamos como una empresa nacional que busca encabezar el mercado de transporte de carga planteando estrategias para distintas zonas del país buscando también alianzas con el mismo tipo de empresas del mercado para llegar a ser más sostenibles tanto como para nosotros como para ellos logrando objetivos que se establezcan en estas alianzas ganando reconocimiento por país ajustando la economía que se presente en el campo del mercado en el que estamos poder aumentar nuestra productividad y colaboración con la sociedad y las personas que lo requieran.

C) Análisis de la oferta: analice a sus competidores y a los posibles bienes sustitutos. Describa brevemente varios de sus competidores más próximos e importantes.

RTA=

Aliados Carga: Trabajan en equipo con el cliente adaptándose a diferentes proyectos, oportunidades de negocio y licitaciones. están en la capacidad de adaptarse a las necesidades y retos de nuestros clientes, siendo un aliado estratégico para el logro de sus objetivos.

Herramientas de apoyo logístico innovadoras.

Vehículos especializados que facilitan cargue y descargue de mercancías.

-Transporte especializado de equipos tecnológicos

-Transporte especializado de equipos médicos

-Transporte de Mercancía corporativa y mobiliarios

-Transporte de carga pesada

CONTAINERS:

Cuentan con un equipo humano con amplia experiencia en el mercado, con quienes han consolidado su portafolio gracias a la credibilidad y confianza construida con sus clientes.

Son una compañía sólida que evoluciona siendo un referente en el sector de transporte de carga internacional con una logística integral, abarcando todo tipo de productos como: carga seca, carga refrigerada, break bulk, granel, carga peligrosa y más. Contamos con una infraestructura que está en permanente innovación en soluciones tecnológicas que favorecen la optimización de su operación ya la construcción del tejido social, donde los valores infundidos se muestran en su gestión como compañía.

-Consolidación y desconsolidación de carga

-Emisión de los documentos de transporte

-Red de agentes Internacionales

-Tarifas preferenciales

Nombre del competidor	producto	precio	Servicio (Ventaja competitiva)	ubicación
ALIADOS CARGA	Transporte de carga (Nacional)	500.000 a 1'000.000	Esta distribuido en todas las zonas regionales del país.	Medellín
CONTAINERS	Especialización de transporte de carga (internacional)	700.000 a 4'500.000	La alta gama de vehículos que presentar para brindar servicios	Bogotá D.C

D) Análisis de la comercialización y de los proveedores: investigue cuáles son los proveedores que se requieren para la producción de su producto o servicio, que tipos de proveedores está usando su competencia y defina unos criterios para seleccionarlos. De igual forma defina los canales para la distribución del producto o servicio.

Nota: para definir los criterios de selección de proveedores puede tener en cuenta las siguientes variables a modo de ejemplo:

Precio, Localización, geográfica, Experiencia, Posibilidad de alianzas, Conocimiento del mercado, Cumplimiento legal.

RODAR CARGA SOCIEDAD ANÓNIMA:

Consolidado como proveedor de servicios de transporte de mercancías reconocido por su seriedad y eficiencia, comprometido con las exigencias de nuestros clientes en el manejo y entrega oportuna, segura y responsable de las mercancías. Bogotá-Colombia. Prestar un servicio de transporte y manejo de mercancías a nivel nacional oportuno y seguro, con un

seguimiento continuo e información precisa, apoyado en un equipo humano calificado y un adecuado recurso tecnológico

AMERICAN CARGO LOGISTIC S A S:

Está constituida como una SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA. Si desea conocer más información sobre esta empresa. Bogotá - Colombia. Esta empresa fue constituida como SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA y se dedica a Otras actividades complementarias al transporte. Estamos Autorizados para operar a nivel nacional, tenemos presencia en las principales ciudades con Aduanas de Colombia, y estamos en la capacidad de ampliar nuestra cobertura internacional gracias a las redes de agentes de carga a las que pertenecemos en el mundo.

SEMANA 7

1. Describa 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona.

RTA=

-Mejor imagen: la empresa trate a los clientes de una forma positiva, que la imagen va a proyectar a otros prospectos de clientes, esto implica estar en una mejor posición para prestar un mejor servicio y conseguir la reputación de esta tendrá efectos trascendentales con el tiempo.

-Mejor clima de trabajo: es favorable para los empleados, mostrar una imagen de concordia y confianza, que muestre un buen ambiente con los clientes para tener tratos con el negocio, se pretende seguir progresando para avanzar en los mercados competitivos.

-Aceptación y confianza: una buena gestión de servicio al cliente, los índices de aceptación y de confianza con los consumidores se incrementarán, reduciendo significativamente las quejas y reclamaciones que puedan presentarse, lo que implica menos recursos dedicados posteriores a las ventas de servicio.

-Más ventas individuales: a los clientes se les da una excelente atención y que logran estar satisfechos, suelen alquilar más continuamente el servicio, dando por resultado de un alto nivel de venta individual por cada usuario y generando así más tráfico comercial.

-Mayor lealtad de los consumidores: aquellos usuarios que han tenido la experiencia de recibir un excelente trato durante la atención al cliente que brinda la empresa, que suelen quedar satisfechos con una probabilidad de volver consumidor y recomendar los servicios a otras personas.

-Aumento de ingresos: cuando el servicio al cliente cumple o supera las expectativas de los clientes, este puede confiar en las habilidades de la compañía y por lo tanto inclinarse a gastar más dinero comprando servicios.

-Empleados involucrados: un buen servicio al cliente que los empleados están gastando tiempo usando sus habilidades para mejorar el negocio. Al enfrentarse al mismo problema repetidamente, los empleados toman los pasos necesarios para satisfacer al cliente, pero también para prevenir que el problema se repita de nuevo, un empleado logra dar una impresión buena para el cliente, lo que afecta en las operaciones realizadas por la compañía y gana un sentido de logro.

-Lealtad de los clientes: si la empresa realmente cumple y excede las expectativas del cliente, el cliente dudará sobre usar los servicios de un competidor. Los competidores ingresan en la industria y ofrecen el servicio a un precio mucho más bajo. Evitar una guerra de precios ofreciendo y manteniendo un servicio al cliente de calidad, la confianza de los clientes que confían en este servicio, se mantienen leales a la compañía.

-Mejor reputación: cuando los clientes tienen una mala experiencia con una compañía, se lo contarán a sus amigos, vecinos y a cualquiera que lo escuche. Cuando se logra tener una interacción positiva, también compartirán la información. A través del uso de blogs. Páginas web y redes sociales, los clientes comunican sus interacciones con una compañía y sus servicios.

-Mejora el conocimiento de tus clientes: mantener una relación estrecha con nuestros clientes a través de las redes sociales nos permite conocer de primera mano sus gustos,

necesidades, características. Toda esta información te permitirá ir mejorando el servicio y reorientando el negocio a la larga hacia esos gustos y necesidades.

-Medición de resultados: las acciones en medios sociales, el servicio de atención al cliente en redes sociales podrás acceder de forma sencilla e inmediata a métricas que te permitan verificar si las acciones puestas en marcha están teniendo los resultados deseados.

-Ayuda a proteger la reputación de la empresa por internet: dar este servicio en las redes sociales va a ayudar no solo a la reputación, en tanto en cuanto a lo que opinen los usuarios, sino también a la reputación online respecto al posicionamiento y como se perciben el servicio. Como ya hemos

Comentado, los clientes van a expresar sus dudas y sentimientos en relación con el servicio quieras o no.


-Amabilidad y paciencia: un servicio representa la imagen de la empresa y sus valores, por muy complicado que sea la situación y duras las quejas del cliente, responder con el mejor nivel de educación y atención y calidez cuando se trata de una consulta que de una queja, mantener siempre presenta los valores de tu marca a la hora de entablar cualquier conversación con los clientes y no dejar que la situación complicada te desvíe del objetivo.

-Se creativo en tus soluciones: a veces los problemas pueden tener una solución más sencilla de lo que pensamos si simplemente le ponemos ganas y creatividad. Ofrece soluciones creativas y no dudar en apoyarte en imágenes y recursos multimedia si con ello ayudas a solucionar dudas que tengan los clientes.

-Empatiza con el cliente: para esto tenemos que verlo desde la piel del cliente. A lo mejor su sentimiento no está provocado directamente por la empresa, pero igualmente es importante para el.

No hay nada peor que cuando escuchamos un “no es culpa nuestra, lamentamos no poder ayudarle”. Trata de ayudarlo en la medida de lo posible y ofrécele alternativas

2. Realice el ejercicio Buyer Persona que se encuentra en la guía:

<p>Inserte una foto del cliente</p> 	<p>Describe los miedos frustraciones y ansiedades</p> <ul style="list-style-type: none"> -No obtener el suficiente reconocimiento laboral quedarse estancado profesionalmente. -Pasar poco tiempo con la familia -Atravesar problemas económicos. 	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Incrementar sus ahorros en un 30% durante los próximos 3 años -Combinar estabilidad laboral y familiar -montar su propia productora en 4 años
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Vive en: Bogotá Sector profesional: informática Ocupación: Soporte informático Nivel del cargo: Empleado Nivel educativo: universitario</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porque es importante para ellos?</p> <ul style="list-style-type: none"> -quieren conocer su experiencia y sus valores los cuales podrían mejorar desde dentro de la empresa con un mejor desempeño con los trabajadores y sus jefes de área con sus ideas. 	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <ul style="list-style-type: none"> -Debes tener un trabajo donde estés motivado a alcanzar metas profesionales... De eso, parte lo demás. tener claro hasta dónde tu trabajo te permite plantearte y alcanzar objetivos. Lo digo porque hay trabajos que sólo se hacen por dinero y que no ofrecen incentivos ante el crecimiento o las buenas ideas.
<p>Frases que mejor definen sus experiencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Nunca te das cuenta de lo que has hecho; sólo puedes ver lo que queda por hacer. -El trabajo y la lucha llaman siempre a los mejores 	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<ul style="list-style-type: none"> -las experiencias que ya haya tenido con otros trabajos que pueda compartir con los otros trabajadores de la empresa para mejorar su comunicación y afianzar un vinculo de confianza con los demás. 	

3. Describa lo siguiente:

a. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? ¿Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente?

RTA=

-en foros, redes sociales, blogs de transportes de carga que frecuenta la persona interesada con la necesidad de transportar una carga de un lugar a otro con precios que van de acuerdo con lo que busquen con la inclusión de lo que de nuestra actividad de tratamiento de carga para nuestro cliente para su carga y su medio de transportar su mercancía con seguridad y apoyo por parte de la empresa

-tenemos planteadas plataformas en redes sociales, pagina web propia, blog de transportadores en donde presentamos todo nuestro operativo y control de transporte de carga, tenemos personal a disposición para responder dudas y situaciones que se les presente al cliente a la hora de dar nuestro servicio a él.

b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5

RTA=

-Sea una persona que tenga muy en claro lo que hacemos.

-Tenga preferencia por como movilizamos la carga.

-Que se relacione con nuestro entorno empresarial.

-interactúe con nuestras plataformas y nos dé a conocer a sus amigos y familiares etc.

-Se establezca como cliente frecuente para poder ser beneficiario de tarifas.

c. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.

RTA=damos entrada a personas con la decisión de como manejamos el transporte de carga le explicamos nuestros principales objetivos, mostramos la gama disponible de vehículos de carga la rutas por las que transitamos con sus cargas, como se formula nuestro contrato de renta para el servicio detallando todo lo que se prevé para la movilidad de su mercancía damos conocer nuestro equipo de trabajo forjando lazos de confianza de empresa a cliente, transportador a cliente buscando lograr la satisfacción del cliente.

d. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

RTA=el presupuesto económico con el que el cliente cuenta para alquilar nuestros servicios con todo lo que se halla requerido con el tipo de transporte de carga, el tipo de carga y su contrato con la empresa.

4. Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.

Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades de este.

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

RTA=las compañías transportadoras de carga tienen un alto desempeño de movilidad de carga pero no con el desempeño de cuidado que se tiene que tener sobre ella haciendo que los costos de alquiler de servicios no lleguen a ser lo que los clientes busquen ya que muchas veces si una carga tiene algún contratiempo o la carga no llega en un buen estado dependiendo de lo que sea esa carga, las empresas no llegan a responder por esos daños y no hay forma de hacer reclamos ya que muchas no dan en incentivo de daño a la carga cuando se les contrata.

2. Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.

RTA=podrían ser las empresas de mercado, centros comerciales, hospitales, material de construcción etc. Ya que es la forma como normal mente se abastecen estos sitios llegando a ser más frecuente el acompañamiento de empresas transportadoras que ayuden con la movilidad de su mercancía llegando a formar convenios para que sigan con esta actividad que se necesita para cumplir con ese abastecimiento.

3. Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

RTA=todos los negocios que necesitan abastecerse de materiales para seguir en su venta ya que esos negocios no cuentan con su propia línea de transporte de mercancía y lo que hace que se formen convenios entre negocios y las empresas de transporte de carga.

4. Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto

RTA= las que tengan un negocio de mercado de cadena con mucho material de carga que necesiten ser transportados son los que buscan el esparcimiento de abastecimientos para sus locales situados por toda una ciudad o ciudades con el cual se presentan las empresas transportadoras de carga ya que ellas son las que tienen más conocimiento de lo que se tiene que hacer a la hora de movilizar carga por el territorio nacional y seguridad de comercio transportador.

5. Cuantas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto

Con lo anterior, acaba de definir su mercado potencia, disponible, meta y objetivo, siendo este último al que finalmente vale la pena realizar TODOS los esfuerzos para alcanzarlo (logística, mercadeo u otros esfuerzos promocionales)

Siempre tenga presente que segmentar conlleva a optimizar recursos y maximizar ingresos, pues sin dejar de ofrecer/vender productos a otros, ese segmento de clientes es el que representará la porción más representativa de ingresos o rentabilidad por cliente a nuestra compañía.

RTA= mercado de comercio (supermercados, centro comerciales, centros de cadena), llegar acuerdos con transportadores de carga y a la empresa principal para acordar convenio para el abastecimiento de cadena de negocios vinculadas a ella, llegar a cumplir con lo que el negocio necesite con transportar carga y se tenga pactado un convenio que beneficie tanto al negocio como la empresa transportadora queriendo maximizar el desempeño de distribución que se haya planteado con los años anteriores, publicitar en carteles publicitarios por las vías que llame la atención de los transmitentes por las vías y hacer más convenios con más negocios comerciales.

SEMANA 8

1. Define los elementos del Perfil de cliente y Mapa de valor para tu idea de negocio.

RTA=

Perfil de Cliente:

- el cliente tiene el conocimiento de lo que se quiere lograr al contratar el servicio sabiendo su funcionalidad
- hacer que el cliente se sienta como cuando habla con un empleado que lo trata de la mejor manera resolviendo sus inquietudes y dudas
- el cliente tiene el convencimiento y confianza necesaria para seguir apoyándonos en nuestro servicio

¿Cómo logramos que el cliente se sienta satisfecho con el servicio?

¿Qué problemas puede presentar el cliente con el servicio?

¿La empresa respalda todo cuando el cliente acuerda el contrato?

¿Atendemos adecuadamente sus opiniones?

- al cliente tendré el gusto de conocer el tratamiento de su carga como conocer el automotor y el planteamiento de ruta
- siempre es importante crear un vínculo de empresa cliente que logre llegar a todas las expectativas que se busca lograr para el cliente
- nuestro cliente brinda desafíos que la empresa estudia y actúa al transportar carga de cualquier tipo

¿Logramos cumplir nuestros objetivos principales con el cliente y destacamos contra las demás empresas que brindan el mismo servicio?

¿Las cargas que son transportadas cumplen y llegan con en la condición en las que sale de principio de pedido?

¿Qué es lo que busca más un cliente cuando hablamos de transporte de carga?

Mapa de valor:

-Mejorar los diseños de nuestro servicio nuestro alcance más amplio para las personas que lo necesiten y tengan experiencias con más empresas transportadoras y poderles hacer una entrevista opcional que nos digan que problemas han tenido con esto evaluaremos cada opinión para mejorar en ese campo que el cliente no se halla sentido satisfechos convencer a las personas que estamos capacitados para desenvolvemos en cada situación que senos presente en un futuro y tener planes de respaldo contra la problemática.

¿La empresa tomara sus precauciones y responsabilidades a la hora de que se contrate?

¿El cliente tendrá la garantía de que si la carga es afectada la empresa responderá?

¿Cómo planteamos nuevas estrategias que ayuden a un mejor progreso?

¿El modo de transporte de carga tendrá un cambio que influencia a más empresas de carga?

SEMANA 9**1 LEYES Y NOMATIVAS DE TRANSPORTE DE CARGA:**

-**Ley_1005_2006:** la cual se adiciona y modifica el código nacional de tránsito terrestre Ley 769 de 2002.

-**Ley_336_1996:** se unifican los principios y los criterios que servirán de fundamento para la regulación y reglamentación del Transporte Público Aéreo, Marítimo, Fluvial, Férreo, Masivo y Terrestre y su operación en el Territorio Nacional.

-**Ley_105_1993:** se dictan disposiciones básicas sobre el transporte, se redistribuyen competencias y recursos entre la Nación y las Entidades Territoriales, se reglamenta la planeación en el sector transporte y se dictan otras disposiciones.

-**Ley_1150_2007:** se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos.

Normativa:

-Constitución Nacional artículos 1, 56, 58, 333, 334, 336 y 365

-Código de Comercio artículos 981 a 1035 Contrato de Transporte

-(1993) Ley 105 de 1993 Disposiciones Básicas Sector Transporte

-(2002) Ley 769 de 2002 Código Nacional de Tránsito, modificado por las Leyes 1005 de 2006 y 1383 y 1397 del 2010

-(1996) Ley 336 de 1996 Disposiciones Generales para los Modos de Transporte

*Modificada

-(2011) Ley 1450 de 2011, modifica el artículo 46 de la ley 336 de 1996 y fija amnistía para pago de multas de tránsito

2 materiales y maquinaria:

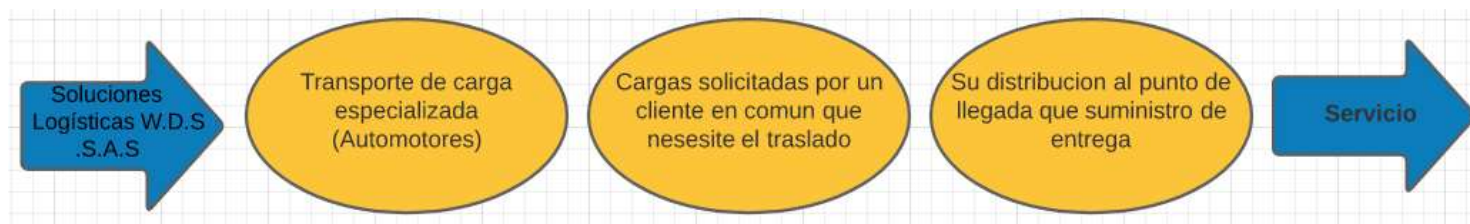
- lote para la primera instalación de la empresa
- diseño de la instalación y construcción de la empresa (oficinas, taller mecánico, garajes de almacenamiento y transporte, recepción)
- mueblado para adecuado para cada una de las instalaciones de la empresa.
- archiveros para información de contratos transportes y empleados.
- anuncios publicitarios en para darnos a conocer.
- herramientas y repuestos.
- bodegas de procesamiento y tratamiento de carga
- Embarque para subir las cargas a los camiones.

Maquinaria:

- computadoras para las oficinas y recepción.
- transporte de carga 4 camiones de distinto tipo de carga (luego se traerán nuevos con el crecimiento de la empresa)
- grúas de soporte para los embarcaderos y bodegas para instalación de cargas con el transporte.
- antenas de rastreo y localización de ruta.

- sistemas GPS en camiones y los puntos de empresa cuando se logre expandir en la zona nacional.
- cámaras de seguridad

3 diagrama de bloque:



-Cadena de distribución

-Costos de Servicio:

Costos de Servicio	
Transporte de carga larga:	220.000 - 800.000
Transporte de carga ancha:	315.000 - 860.000
Transporte de carga peligrosa:	500.000 - 1'000.000 - 1'500.000
Transporte de carga de alimentos:	180.000 - 720.000
Transporte de carga de lácteos:	100.000 - 420.000 - 810.000

4 10 indicadores de calidad de servicio:

- Creación de un plan de gestión
- Importancia del seguimiento orientado a la mejora continua.
- Necesidad de actualización para una mejor adaptación a la realidad empresarial.
- Integración de los sistemas de calidad en la estrategia corporativa
- Involucración de los accionistas.
- Participación a todos los niveles.

- Características y tendencias de los procesos y servicios, incluyendo las oportunidades para acciones preventivas.

-La conformidad con los requisitos del servicio.

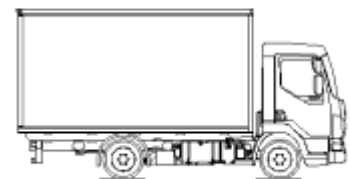
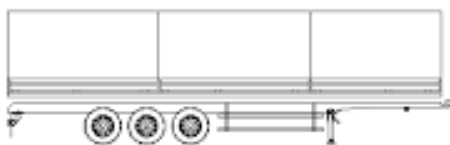
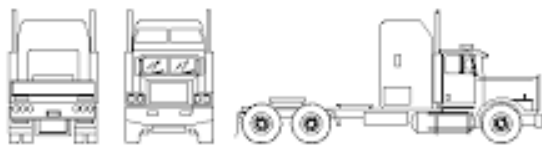
-Transformaciones y evolución del objetivo a medir a lo largo del tiempo, que permiten ejercer un mayor control.

- Preocupaciones potenciales en relación con la calidad.

SEMANA 9

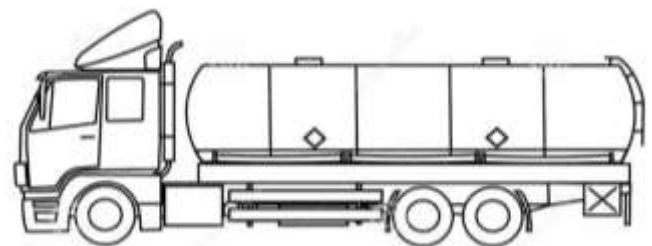
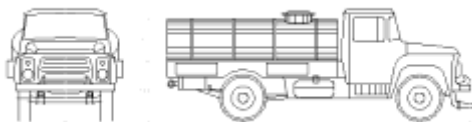
Transporte de carga larga cubierta

Transporte de alimentos con temperatura



Transporte de carga peligrosa

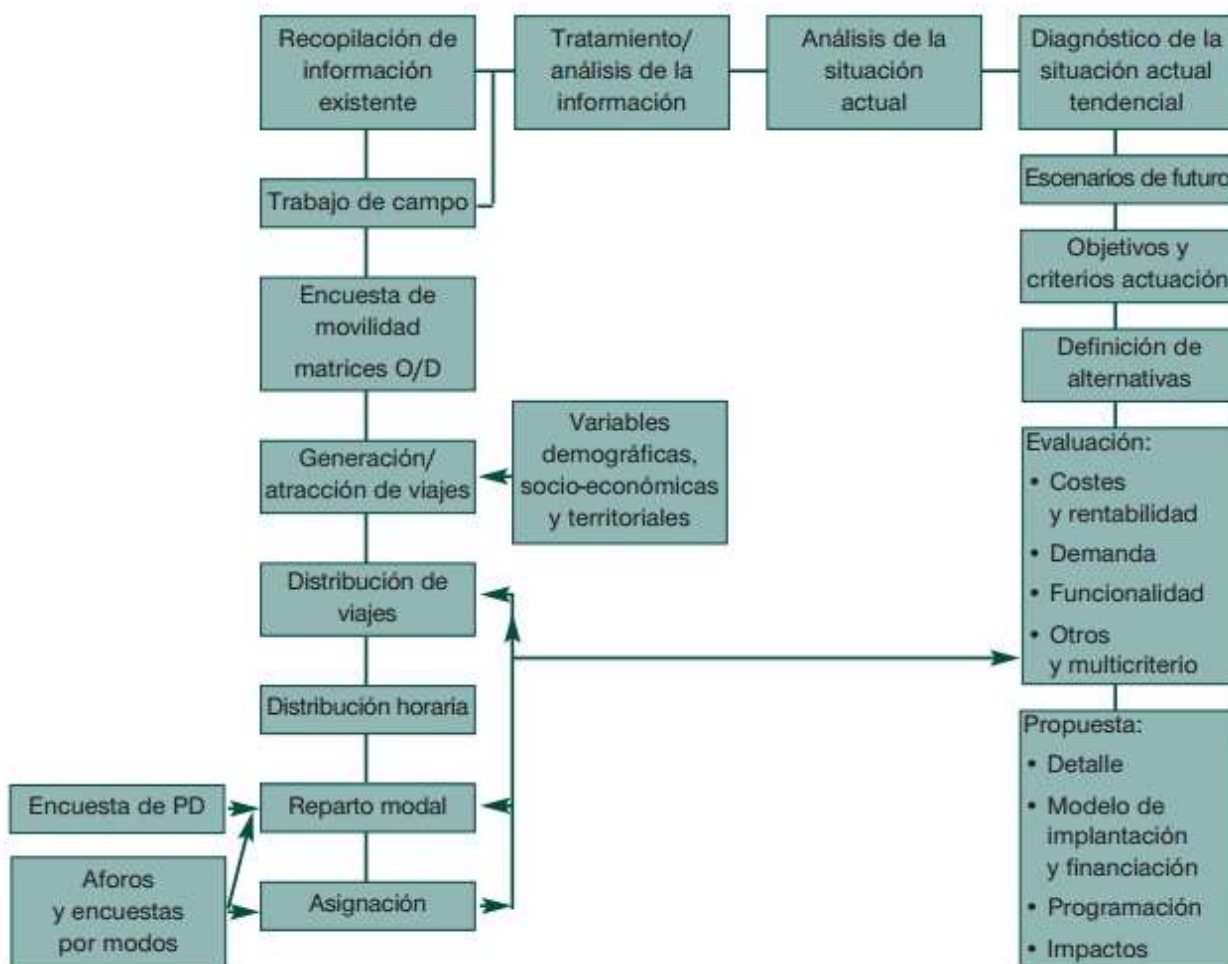
Transporte de lácteos



FICHA TECNICA

Ficha técnica: Soluciones Logísticas W.D.S .S.A.S Artículo y leyes de transporte de carga	
Denominación del servicios:	Prestación de servicio de transporte de carga especializada en distintas clases de carga (larga, ancha, líquidos, peligrosa, alimentos).
Denominación técnica del servicio:	Servicio integral de transporte, arrendamiento de transporte especializado en carga.
Unidad de medida:	Personal: un operativo en la sede administrativa del dirección operativa del servicio en Bogotá. Con entrenamientos y experiencia certificada mínima de 4 meses en la operación del servicio en el área administrativa
	Equipos: 22 automotores , de los cuales estarán organizados de la siguiente forma: -Larga 5 -ancha 3 -líquidos 4 -peligros 4 -alimentos 6
Descripción general:	Presentación del servicio integral de transporte de carga, el arrendamiento del servicio va desde que tipo de carga se desea transportar a si dando la opción de escoger el transporte indicado para el tratamiento y movilidad de la carga de un punto a otro en el territorio nacional.
Especificaciones:	-tipo de carga -cantidad -tecnología -22 automotores -carga máxima -tiempo de llegada y requerido

CICLO DE VIDA DEL SERVICIO



SEMANA 10

PROTOTIPO

Características del producto o servicio: empezamos por la primera edificación con todo nuestro espacio ya distribuido, mostramos nuestros objetivos como empresa a la sociedad, el servicio está valorado a lograr que los automotores sean se integran a su carga con ello brindamos las opciones de los tipos de carga que sean compatibles con su transporte, el contrato será muy detallado en estos aspectos el cliente tendrá la confianza de que la empresa también responde a su necesidad sin tener inconvenientes en el proceso de contratación.

Características del prototipo: habrán unidades de automotores con sus conductores al día con la empresa estos automotores contarán con la supervisión en mecánica y papeleo, los recepcionistas están dispuestos a responder y explicar el paso a paso para la contratación

la clase de contrato que le proponemos, resaltamos opciones, sugerencias, quejas para mejorar y adquirir más variables de atención de servicio todo será llevado a los directivos generales que darán la aprobación e influenciarán a nuevos proyectos en la empresa.

Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo: el cliente es el que nos da su carga y nosotros somos los que la tratamos las personas, el tratamiento constará de la carga y arreglar el empaquetado de carga para su y transporte en vías importante que el cargamento no tenga complicación en el transcurso de su traslado a punto de destino y que la carga no se vea afectada.

EVIDENCIA DEL PROTOTIPO



SEMANA 11

<p>Problema:</p> <p>-la empresa tiene que llegar a acuerdos de coste que no van de la mano con su alquiler de servicio.</p> <p>-los clientes no están de seguros en contratar el servicio porque no entienden cómo funcionan el manejo de carga y transporte.</p> <p>-si los clientes no aceptan el servicio sin contrato no se podrán quejar por algún problema que surja en medio de su traslado por ruta.</p>	<p>Solución:</p> <p>-la política de la empresa no cambiara pero tendrá la opción de apoyar al cliente y buscar otros medios con empresas aliadas.</p> <p>-planteo de reuniones públicas con el fin de presentar el proceso de contrato y objetivo de la empresa.</p> <p>-hacer que el cliente vea el contrato como un apoyo económico y seguro para su carga que necesite ser transportada.</p> <p>Métrica clave:</p> <p>Cuantos clientes aplican para convertirlos en socios con privilegios.</p> <p>La recurrencia de clientes entre 35 años en adelante son las personas que más nos solicitan.</p>	<p>Proposición de valor única:</p> <p>Hacemos que los clientes tengan la palabra dentro de la empresa ya que ellos dan la iniciativa a un posible cambio sin embargo se tiene en cuenta cuanta viabilidad y perjuicio causaría ese cambio en el servicio muchos de estas opiniones serán seguidas si la persona que la propuso puede seguir su idea y hablarla a los altos directivos de la empresa.</p>	<p>Ventaja especial:</p> <p>“el cliente tiene la palabra y la opinión para seguir progresando en distintas situaciones que se presenten y hace llevar un trato de la mano con la empresa transportadora”</p> <p>Canales:</p> <p>-publicidad (tv, radio, carreteras en carteles) con aliados.</p> <p>-página web desarrollada por nuestros especialistas.</p>	<p>Segmento clientes:</p> <p>Clientes con influencia en mercado comercial y necesita traslado de mercancía.</p> <p>Clientes con base turística que necesite transporte para su actividad.</p>
<p>Estructuras de costes:</p> <p>Trasporte de carga(Nacional): 250.000-500.000-1'000.000</p> <p>Especialización de trasporte de carga: 300.000-600.000-4'000.000</p>		<p>Flujo de ingresos:</p> <p>El planteamiento y tratamiento de carga</p> <p>El trasporte especial de carga con adecua miento de su contenido</p>		

SEMANA 12

-Dado el objetivo, es necesario que empecemos a determinar las hipótesis más importantes para poner en marcha nuestra idea de negocio.

RTA: la empresa de transporte de carga Soluciones Logísticas W.D.S .S.A.S llega como la nueva innovación aplicando distintos métodos en el traslado y transporte de carga, esto para los principales líderes llegan a hacer convenientes en el desarrollo de la sociedad empresarial con sus trabajadores en formación a lo requiere la empresa y sus principales alianzas con las empresas de su mismo mercado compartiendo sus recursos uno con la otra, tener los controlado los beneficios de parte en parte para lograr una estancia amigable y cumplida entre la empresas que estén en la alianza.

-Qué es lo primero que tenemos que validar para poner en marcha nuestra idea de negocio?

RTA: que la idea sea funcional y se pueda empezar a formar los primeros cimientos de ella luego ver con el transcurso del tiempo si la idea llega a hacer viable para no presentar pérdidas a gran escala ya que lo principal será analizar cómo la empresa aporta a la sociedad y que impacto marque para su continuidad, sin embargo el continuo contrato del servicio es el que decidirá ese destino lo que nos llevara a replantear y mejor nuestro negocio.

-Quizás puede ser el problema o la necesidad de nuestros potenciales clientes?

RTA: por parte de problema habría que pensar que muchos clientes no cuentan con mucho respaldo económico lo cual para muchas empresas de tipo transporte de carga no se adecuan a sus estándares de contratación la cual queremos desplegar la necesidad del cliente por medio de tarifas y acuerdos que puedan cumplir los clientes sin afectar su nivel económico haciendo que el cliente se lleve una buena imagen de la empresa y nos recomiende a más personas que tengan esta necesidad.

SEMANA 13

1. Defina el objetivo de la investigación:

Recuerde: los Objetivos de investigación son indispensables, deben especificar que se espera de la investigación y definen la forma en que se alcanzará el resultado. Es importante Trazar un objetivo claro y preciso que les permita alcanzar la meta a la que se aspira llegar mediante la investigación.

RTA: La gestión del transporte y logística aplicada a una empresa de transportes de cualquier bien tiene como principal objetivo mejorar las condiciones del transporte junto a conseguir una mayor competitividad de la empresa dentro de su sector.

- 1 Mayor competitividad.
- 2 Disminuir costes.
- 3 Reducir errores y aumentar la rapidez de las soluciones.
- 4 Búsqueda de la máxima calidad del producto o servicio ofrecido.
- 5 Contar con procesos competitivos.
- 6 Incrementar el rendimiento.
- 7 Aumentar la productividad.

2. Determine el tipo de Investigación a realizar (cualitativo y cuantitativo)

Recuerde:

La Investigación cualitativa Es un proceso que ayuda a comprender los problemas o asuntos en su entorno natural, este es un método de investigación no estadístico.

Ejemplos: entrevista. Focus grupales, casos de estudio etc.

Investigación cuantitativa: cuantitativa utiliza métodos estadísticos y similares para recolectar y analizar datos relacionados con los números.

Ejemplo: Encuesta, cuestionario etc.

Determine el tipo de investigación que va a realizar y justifique su respuesta

RTA: Cuantitativo, ya que ha sido el principal factor para determinar los objetivos y metas de la empresa ya que en ella involucramos a los clientes que son en gran parte los que necesitan y ayudan con la continuidad del servicio, las alianzas porque se busca llegar a un beneficio mutuo por ambas partes que hacen que la confianza llegue a mas posibles y futuras alianzas con mas empresa en el mismo campo lo cual lograremos expandir la capacidad para cada punto en el que opere la empresa. Se determinara por medio de entrevistas con clientes más avituallados al uso del servicio y a las alianzas primarias para conocer como se ha vuelto más eficiente en este negocio de transporte y conocer sus expectativas a futuro.

3. Diseñe el Formulario de encuesta, entrevista o focus grupal

Es indispensable cuidar la redacción de las preguntas que se harán, éstas deben reflejar con precisión el tema de interés de la encuesta.

Dentro de la redacción de preguntas debemos de tener presente el orden que le daremos a nuestro cuestionario. Cada pregunta de una encuesta debe tener un seguimiento. Un orden que le dé lógica.

Tenga en cuenta las características de producto o servicio de las cuales quieren incluir en la encuesta, intereses, precios, frecuencia de compra o de uso, conocimiento del producto/ servicio etc.

Nota: Puede agregar todas las preguntas necesarias para conocer y dar respuesta a su objetivo de investigación planteado

RTA:

Encuesta:

La importancia que la sociedad tiene al respecto de la empresa de transporte de carga como ayuda al traslado de mercancía a muchos sitios en donde se dificulta conseguir este

tipo de servicio o por parte de las personas que no saben cómo relacionarse con ellas y la escases de las mismas por un un territorio.

¿Qué impacto ha logrado la empresa para la sociedad y su desarrollo?

¿La importancia que ha presentado el transporte de carga en abastecimiento de negocios?

Las empresas transportadoras tienen muchos automotores que ayudan a la conservación de carga con distintos medios como lo son automotores específicos para la carga esto se debe a que hay muchos clientes que trabajan en muchas áreas de comercio lo cual necesitan repartir sus recursos para abastecer sus negocios distribuidos en distintos puntos a nivel nacional.

¿Cuál sería su principal necesidad como cliente para usar el servicio?

¿Qué opina del tratamiento de carga el tipo de automotor para su transportación en ruta?

¿Qué sugeriría para realizar el contrato del servicio?

¿Cuáles beneficios están siendo efectuados al cliente?

¿el impacto que causa la empresa contra el servicio de las otras?

¿Qué nos diferencia?

¿Cuál es nuestro fuerte?

Sin embargo esperamos que sea prácticamente más cómodo económico y regulable a la hora de hacer contratos con clientes ya que ayudan a un servicio más eficientes.

4. Determine el Tamaño de la muestra.

Determinar el tamaño de la muestra que va a utilizar en su investigación

RTA: el campo que alcanza a cubrir es incierto ya que cubrir mucho territorio solo sería en el caso de que el servicio no sea muy conocido en una comunidad se realizara debidas estrategias que ayuden a que nos conozcan y logren llegar a contratarnos en sus necesidades lo cual sería un apoyo a que más miembros de la comunidad se unan a la empresa y logren comprender el objetivo que mostramos así ellos.

Lista de referencias

<https://virtual.cun.edu.co/digital/course/view.php?id=8407>
<https://virtual.cun.edu.co/digital/course/view.php?id=8407>