



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGO SUPERIOR EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA

**PROPUESTA DE UN PLAN DE CONTINGENCIA PARA LA
EMPRESA MINERA “ROCOHANO”, DE LA COMUNA SAN
ANTONIO DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS**

Autora:

Rocohano López María Viviana

Tutor:

Econ. Andrés Freire Paredes

Guayaquil, Ecuador

2020

DEDICATORIA

El proyecto realizado no fue más que un esfuerzo en conjunto de los seres que me apoyaron para realizar un estudio superior y que a partir de ello he dado todo de mí para poder ser merecedora de su apoyo, se los dedico a ellos y más que todo al rey de reyes y señor de señores que gracias a su misericordia infinita nos ha proveído de sus bendiciones y ha derramado sobre nosotros la fuerza y los recursos necesarios para seguir adelante.

María Viviana Rocohano López.

AGRADECIMIENTO

Estoy profundamente agradecida con las personas que nos han ayudado proveyéndonos a mis compañeros(as) y a mí de conocimientos necesario para desarrollar una vida profesional: los maestros(as) que sin dudar dieron lo mejor de ellos y lo depositaron en cada uno de sus estudiantes.

Les agradezco a mis compañeros(as) que hicieron de cada sábado no solo un día extenso de estudios, si no que convirtieron de esos días normales en aventuras de conocimientos sin fin.

María Viviana Rocohano López.

RESUMEN

La empresa RocoHano es una empresa dedicada a la comercialización, transporte de pétreos y demás servicios, está ubicada en la comuna San Antonio, esta se vio obligada a la disminución de sus actividades por crisis económica y gubernamental, por lo cual sus ventas decayeron, lo que llevo a una paralización y suspensión de personal.

El proyecto se desarrolló en la creación de un plan de contingencia para el aumento de las ventas en situaciones donde por agentes externos, gubernamentales o económicos hacen que estas decaigan, teniendo así una disminución en el efectivo que ingresa a la empresa por falta de ventas.

Se dio solución a la problemática usando herramientas como las encuestas que fueron aplicadas a sus clientes y a su personal donde se pudo detectar la falta ciertas implementaciones necesarias para el mejoramiento de los procesos llevados en la empresa.

También a través de los diferentes diagramas y metodologías usadas se pudo detectar los problemas principales a los cuales la empresa de transporte y comercialización de pétreos “RocoHano” enfrentaba, conociendo estos se logró hacer un análisis para determinar cuál era la mejor solución para cada uno de ellos esto dio como resultado un plan de contingencia.

La viabilidad del plan y su eficacia se garantizaran si el plan es ejecutado correctamente, también dependerá de la socialización del mismo dentro de la empresa, de la retroalimentación, capacitaciones además de la realización de las implementaciones, esto garantizará a la empresa una sostenibilidad optima en tiempos de crisis.

ABSTRACT

The Rococono company is a company dedicated to the commercialization, transportation of stone and other services, it is located in the San Antonio commune, it was forced to decrease its activities due to economic and government crisis, for which its sales fell, which led to a stoppage and suspension of personnel.

The project was developed in the creation of a contingency plan to increase sales in situations where external, governmental or economic agents cause these to decline, thus having a decrease in the cash that enters the company due to lack of sales.

The problem was solved using tools such as the surveys that were applied to its clients and its staff where it was possible to detect the lack of certain implementations necessary for the improvement of the processes carried out in the company.

Also through the different diagrams and methodologies used it was possible to detect the main problems that the stone transport and marketing company "Rococono" faced, knowing these it was possible to carry out an analysis to determine which was the best solution for each of them this resulted in a contingency plan.

The viability of the plan and its effectiveness will be guaranteed if the plan is executed correctly, it will also depend on its socialization within the company, feedback, training in addition to carrying out the implementations, this will guarantee the company optimal sustainability in Crisis times.

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Portada-----	i
Dedicatoria-----	ii
Agradecimiento-----	iii
Carta de Aceptación del Tutor-----	iv
Resumen -----	vii
Abstract-----	viii
Índice General-----	x
Índice de Tablas-----	xi
Índice de Figuras-----	xii

LISTADO DE CAPÍTULOS

CAPÍTULO 1.....	1
EL PROBLEMA	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Ubicación del problema	1
1.2 Situación conflicto.....	2
1.5 Formulación del problema.....	6
1.6 Variables de investigación.....	6
1.7 Delimitación del problema	6
1.8 Objetivos de la investigación.....	6
1.9 Justificación e importancia.....	7

CAPÍTULO 2.....	8
MARCO TEORICO	8
2.1 Antecedentes históricos.....	9
2.2 Antecedentes referenciales.....	9
2.3 Fundamentación legal.....	11
2.4 Definiciones conceptuales.....	12
CAPÍTULO 3.....	13
METODOLOGIA.....	13
3.1 Estructura organizativa y trabajadores:	14
3.2 Proveedores.....	14
3.4 Clientes.....	15
3.5 Competidores.....	16
3.6 Análisis económico.....	17
3.7 Diseño de la investigación.....	20
3.8 Tipos de investigación	21
3.9 Población.....	22
3.10 Muestra.....	25
3.11 Tipos de muestra	26
3.12 Métodos teóricos.....	27
3.13 Técnicas e instrumentos.....	28

CAPÍTULO 4.....	35
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	35
4.1 Antecedentes	40
4.2 Planteamiento de propuesta.....	41
4.3 Objetivos generales y específicos.....	43
4.4 Aspectos claves de propuesta.....	43
4.5 Implementación de la propuesta.....	46
4.6 Plan de acción.....	47
4.7 Cronograma de implementación.....	52
4.8 Cronograma final.....	53
4.9 Aspectos financieros.....	54
4.10 Financiamiento.....	55
Conclusiones.....	56
Recomendaciones	57
Bibliografía.....	58
Anexos.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Controversias.....	7
Tabla 2 Prototipo.....	25
Tabla 3 Cuantificación.....	28
Tabla 4 Universo.....	29
Tabla 5 Instrumentación.....	32
Tabla 6 Financiamiento.....	59

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1 Diagrama de causa y efecto.....	7
2 Cuadro jerárquico.....	17
3 Estado de resultado.....	20
4 indicadores financieros.....	21
5 propuesta.....	49
4.6 Plan de acción.....	50
4.7 Cronograma de implementación.....	55
4.8 Cronograma final.....	56

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Las economías en estos últimos años se ha mantenido estable, tanto que en 2019 el FMI proyectó un nivel de crecimiento europeo del 2.3% en 2018 y 1.4% en el 2019 y para el 2020 iba hacer de 1.8%, pero todo esto cambió debido a la crisis que azotó a este continente a principios de año tanto que su PIB es de (-12.8%) en España.

El FMI ha propuesto a Europa medidas de contingencia como: bajar impuestos, aumentar el gasto público, reducir los superávits entre otras, con el fin de lograr una sostenibilidad y poder hacer frente a las situaciones por las que pasa. España se propuso invertir en tecnologías para tener un rendimiento más eficiente en sus empresas y destinar fondos de recuperación para afrontar las futuras crisis de una mejor manera.

1.2 Ubicación del problema

La CEPAL realizó un estudio en las minerías desarrolladas en américa latina, donde se dio a la conclusión que la volatilidad de los precios, la decadencia de la economía mundial, las diferentes medidas de contención aplicadas en los diferentes países de América latina, han afectado al sector minero.

La pandemia ha generado una recesión económica donde muchos gobiernos no cuentan con el efectivo necesario para lograr su recuperación. Por lo tanto muchas empresas mineras se han visto en la necesidad de reducir sus operaciones y por lo consiguiente al despido del personal quedándose solo con el necesario para poder sostenerse.

1.2 Situación conflicto

El personal minero que labora en la comuna San Antonio se ha visto en la obligación de reducir el nivel de sus operaciones, ya que las empresas que solicitaban sus pétreos dejan de requerirlo o bien lo piden en menor medida, puesto que estas no cuentan ya con el despacho habitual a sus clientes debido a afecciones de la recesión económica global.

Por ello se busca desarrollar un plan para poder saber qué acciones tomar y de ese modo saber cómo afrontar cualquier crisis futura.

El proyecto se basa en la creación de un plan de contingencia para poder hacer frente a las situaciones anormales que se presenten las cuales ayudaran para disminuir el riesgo de tener una baja en ventas y por lo consiguiente una baja en el poder adquisitivo de la empresa Rocohano

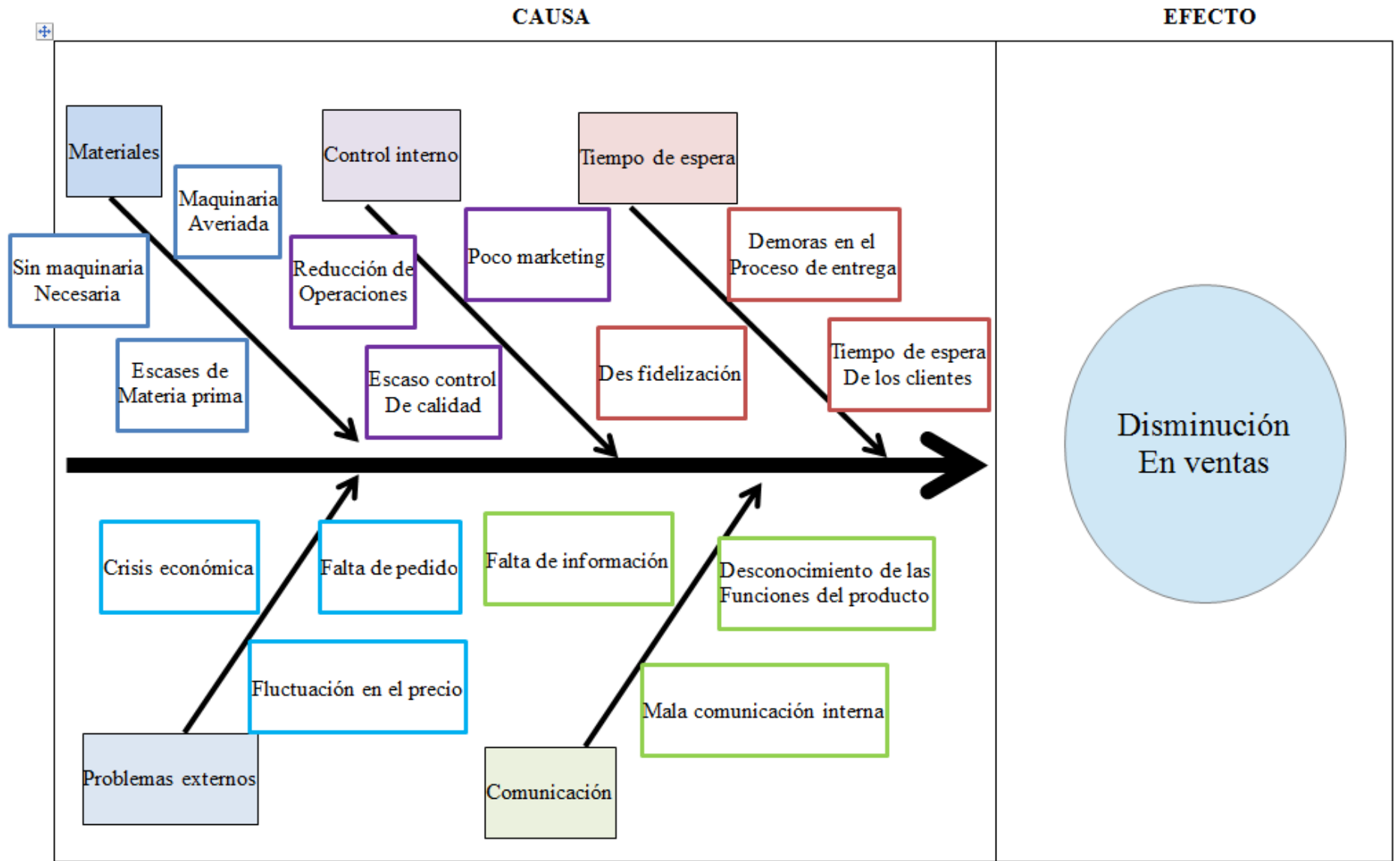
Que debido a esta crisis mundial la empresa Rocohano paso por una época muy dura a nivel económico puesto que los compradores ya no estaban adquiriendo mercadería ni solicitando el servicio de transporte, por lo que la empresa se vio obligada a reducir el nivel de actividades y de ese modo no perdería efectivo por mantenimiento de las maquinarias.

Tabla 1 Controversias

Clasificación	Causas	Efecto
Problemas de comunicación	Falta de información	No se tiene del conocimiento del mercado en que se trabaja
Problemas de comunicación	Desconocimiento de las funciones del producto	El cliente no sabe cómo sacar provecho del material entregado
Tiempo de espera	Demoras en el proceso de entrega	El cliente se lleva mala imagen de la compañía
Tiempo de espera	Tiempo de espera de los clientes	El cliente puede cambiar de proveedor que le confirme de manera anticipada
Materiales	Maquinaria averiada	Demoras en el proceso
Materiales	Escases de material	No se puede cumplir con el pedido del cliente
Problemas externos	Fluctuación en el precio	Menor o mayores ganancias
Problemas externos	Crisis económica externa	Bajo poder adquisitivo
Problemas externos	Falta de pedido	No hay ventas/no hay utilidad
Tiempo de espera	Des fidelización de los clientes	Baja en la demanda de pedidos
Control interno	Poco marketing	No conocen la compañía/ no hay clientes potenciales
Materiales	Sin maquinaria inmediata	Retrasos en los pedidos
Problemas de comunicación	Mala comunicación interna	Demoras en el proceso de confirmación y entrega del producto o/y servicio
Control interno	Escaso control de calidad	Llega producto de malo para el cliente
Control interno	Reducción de operaciones	Reducción en ventas

Elaborado Por: Rocohano M. (2020)

1 Diagrama de causa y efecto



1.4 Análisis

En la empresa “Rocohano” se encontraron diferentes tipos de problemas como son: un problemas en los materiales y maquinarias como la escases de la materia prima o maquinaria que no hay o está averiada, esto aumenta los gastos en caso de averío y al no haber maquinaria no se vende

En control interno el poco marketing provoca que no haya ventas puesto que la empresa “Rocohano” no se da a conocer y además a no ejercer un control de calidad se arriesga a que salgan productos en mal estado.

Tiempo de espera: esto se da tanto de manera interno al demorarse el proceso de entrega y esto aumenta el tiempo que el cliente espera por el producto ocasionando que una baja satisfacción y por ende una des fidelización, al cliente al desfidelizarse no compra y al no comprar se disminuyen las ventas.

Los problemas externos como crisis económica ocasionan una falta de pedidos y bajas en el poder adquisitivo de los diferentes clientes y por adaptarse el precio de venta fluctúa de acuerdo al mercado.

La comunicación es esencial en toda empresa y al haber desfases ocasionan una serie de problemas, tanto internos como externos.

Ejemplo: El cliente al no saber cómo funciona el producto lo suele emplear de mala manera y no funciona como desea entonces piensa que el producto es malo cuando en realidad está mal empleado, esta falta de información ocasiona que el cliente no vuelva a comprar por creer que la calidad es precaria.

Es preciso decir que estos problemas anteriormente mencionados se pueden resumir en tres principales: falta de maquinaria, fidelización del cliente y el factor externo.

1.5 Formulación del problema

¿Cómo estructurar un plan de contingencia para afrontar la disminución de las ventas de la empresa minera “Rocohano”, ubicada en la comuna San Antonio del cantón General Villamil Playas, provincia del Guayas, en el año 2020?

1.6 Variables de investigación

Variable independiente: Plan de contingencia

Variable dependiente : Disminución de las ventas

1.7 Delimitación del problema

Campo : Administrativo

Área : Ventas

Aspectos : Plan de contingencia disminución de las ventas

Tema : Propuesta de un plan de contingencia para la empresa minera “ROCOHANO”, de la comuna San Antonio del Cantón General Villamil Playas.

1.8 Objetivos de la investigación

Objetivo general

Diseñar un plan de contingencia para afrontar la disminución de las ventas, en la empresa “ROCOHANO” de la comuna San Antonio del Cantón General Villamil Playas.

Objetivos específicos

- Investigar las teorías con enfoque administrativo que sustente los planes de contingencia, orientados a la disminución de las ventas en las empresas mineras.
- Detectar los factores metodológicos que influyen en el mercado y en desarrollo de ventas en de la comuna San Antonio del Cantón General Villamil Playas.

- Elaborar un plan de contingencia que contribuya a afrontar la problemática de la disminución de las ventas en la empresa “ROCOHANO”, de la comuna San Antonio del Cantón General Villamil Playas.

1.9 Justificación e importancia

Se busca identificar acciones a tomar en respuesta a los riesgos de un panorama anormal a través de un plan de contingencia.

Por medio de este se busca aumentar las ventas y que la empresa “ROCOHANO” pueda seguir existiendo dentro del mercado minero por medio de un plan que nos permita conocer las acciones a tomar para un aumento de ventas y por qué no a posicionarse en el mercado y/o también a conocer mejor los requerimientos de los clientes.

En el proyecto se propondrá un plan que nos ayude a saber qué acciones tomar al momento de pasar por otra crisis ya sea de: falta de maquinaria o por un mal clima que dañe la mercadería, cambios a nivel gubernamental, mundial y económico o problemas internos propios de la empresa.

Este plan nos ayudara a conocer cuáles son los factores que pueden influir en la empresa RocoHano de modo que esta tenga una baja en ventas y por ende una disminución del efectivo y en el caso de que se halle saber qué acciones tomar para afrontarla.

Los principales beneficiarios de la aplicación del plan de contingencia es la empresa RocoHano mediante medidas para el aumento de sus ventas y por lo consiguiente del activo en medio de un panorama anormal.

Por ello se precisa un plan que ayude a la organización de manera sistemática de las medidas que se propondrán y se tomarán en acción en medio de una contingencia para que esta afecte en menor medida a la empresa RocoHano garantizando su crecimiento y desarrollo en el mercado minero.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

Un plan de contingencia es un proceso que se elabora y se pone en ejecución cuando la empresa atraviesa por momentos críticos es decir es el camino alternativo que la empresa va a tomar para lograr un equilibrio.

La aplicación del plan de contingencia permite que la empresa se mantenga en equilibrio aun en momentos de crisis o si alguna de sus funciones internas llegase a fallar.

El plan de contingencia cuenta con 5 fases siendo las tres primeras las preventivas estas son: evaluación de los riesgos, la planificación conforme a los riesgos y las pruebas de viabilidad. Las 2 restantes son la ejecución del plan y la recuperación y/o equilibrio.

Los riesgos que la empresa Rocohano enfrenta se determinaron mediante un estudio sectorial y los tres más recurrentes son: la falta de maquinaria, la fidelización del cliente y el factor externo. Conforme a estos riesgos debemos evaluar y planificar nuestro plan de contingencia, con esto logramos la viabilidad del plan para que cuando se ejecute se logre un equilibrio y si se da el caso la recuperación de la empresa.

Los riesgos se pueden eliminar, transferir, mitigar o aceptar. Mediante el análisis de riesgo se puede decidir qué acción conviene tomar para que este afecte en la menor medida posible al desarrollo de funciones de la empresa ROCOHANO de modo que no correría ninguna amenaza puesto que estas están debidamente controladas por un plan de contingencia.

2.1 Antecedentes históricos

En años pasados las empresas que caían en una situación difícil sean incendios, derrumbes, cambios climáticos, o cambios a nivel gubernamental, mundial y económicos estas empresas del pasado no sabían cómo responder a tales situaciones ocasionando grandes pérdidas dentro de la organización y actuaban como se podía en ese instante ya que no estaban preparados para tal situación.

La industrialización de mediados del siglo XVIII ocasionaba la disminución en ventas de los pequeños comerciantes de la época dando lugar a que pierdan sus pequeños negocios que desarrollaban de forma artesanal, puesto que las grandes industrias los absorbían dado que estas elaboraban los mismos productos de manera masiva.

Esta situación ocasionaba un menor costo por lo que los artesanos se vieron en la obligación de cerrar sus negocios y todo esto se dio por no saber cómo actuar, adaptarse ante un cambio o prever y evolucionar al cambio que se avecinaba.

La falta de un plan adecuado puede causar La disminución en ventas ocasionando que la empresa pierda su equilibrio ya que al no tener ventas la empresa pierde efectivo útil para responder económicamente a sus obligaciones tanto: de la empresa para sus colaboradores, como de la empresa a los organismos de control que la rigen.

Hoy en día las empresas emplean planes de contingencia como una solución dando una respuesta rápida y minimizando sus pérdidas ante un panorama no previsto, por lo que es necesario tener alternativas que nos permitan hacer frente a los problemas que se presentan de manera eficaz y oportuna.

2.2 Antecedentes referenciales

Autor: Daniel Alejandro Argüello Bonilla **Año:** 2015

Tema: Diseño De Explotación De Los Materiales De Construcción

Institución: Universidad Central Del Ecuador Facultad De Ingeniería En Geología, Minas, Petróleos Y Ambiental

Resumen:

Estudio preliminar que justifica la inversión en el desarrollo de un negocio en el ámbito de los materiales de construcción en la zona, con el fin de disminuir el riesgo de la pérdida del capital y optimizar la inversión que el propietario. (Bonilla, 2015)

Diferencia: La principal diferencia radica en que el estudio de Argüello busca un justificante para la inversión y catalogar la menor pérdida del capital además de ver la viabilidad del proyecto, a diferencia que lo que se busca en el proyecto presente es la creación de un plan de contingencia que proporcione medidas viables para minimizar las pérdidas ante una disminución en ventas.

Autor: Denise Francisca Valles Cajas **Año:** 2011

Tema: desarrollo de un plan de marketing para la empresa “Wileselzu Cia.Ltda.” dedicada a la comercialización de materiales de construcción y prestación de maquinaria pesada.

Institución: Universidad Politécnica Salesiana

Resumen:

Requerimiento de instrumentos que le permitan abarcar el mayor número de clientes y ofrecer sus productos y servicios de una manera rápida, este es su mayor problema por lo que se ha visto en la necesidad de presentar a la empresa una planificación estratégica de marketing. (Cajas, 2011)

Diferencia: Denise en su proyecto busca vender sus productos de manera rápida y propone para ello una planificación en marketing mientras la empresa Rocohano busca la elaboración de un plan de

contingencia que proporciones medidas viables para dar solución a los problemas que se presentan en la empresa.

2.3 Fundamentación legal

La (Constitución de la república del Ecuador, 2008) expedida el 11 de octubre.

Art. 313.- El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia. Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley.

El Reglamento Ambiental de Actividades Mineras (2009) publicado el 16 de noviembre.

Art. 1.- Ámbito de aplicación.- El presente reglamento, las normas técnicas ambientales incorporadas a él y aquellas que se expidan sobre su base, regulan en todo el territorio nacional la gestión ambiental en las actividades mineras en sus fases de prospección, exploración inicial y avanzada, explotación, beneficio, procesamiento, fundición, refinación, comercialización y cierre de minas; así como también en las actividades de cierres parciales y totales de labores

Ley de minería (2009) Registro Oficial Suplemento 517 del 29 de enero.

Art. 12.- Empresa Nacional Minera.- Es una sociedad de derecho público con personalidad jurídica, patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica y administrativa, destinada a la gestión de la actividad minera para el aprovechamiento sustentable de los recursos materia de la

presente ley, en observancia a las disposiciones de la misma y sus reglamentos. La Empresa Pública Minera, sujeta a la regulación y el control específico establecidos en la Ley de Empresas Públicas, deberá actuar con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales.

2.4 Definiciones conceptuales

Contingencia : problemas que pueden suceder como no pueden suceder, basada en acontecimientos históricos que se estudian para proponer una solución rápida.

Crítico : la empresa no se encuentra desarrollando sus actividades de manera óptima puesto a factores externos o internos que alteran su correcto funcionamiento estos pueden causar pérdidas.

Disminución : “Acción de hacer o hacerse menor la cantidad, el tamaño, la intensidad o la importancia de una cosa”. (Oxford, 2020)

Estudio sectorial : datos que se extraen de un estudio previo referentes a un sector específico en este caso las problemáticas de la empresa Rocohano.

Ley : norma o estatuto emitida por un organismo de control tales son la constitución, los reglamentos, los decretos y las leyes

Ventas : “es una acción que se realiza al intercambiar un bien o servicio a cambio de dinero”. (Anonimo, 2013)

Plan : “modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla”. (Pérez, 2009)

Experiencia en ventas: es el seguimiento que se le hace al cliente desde el momento en que entra a interactuar con la empresa, con la finalidad de generar en el mismo una alta satisfacción antes, durante y después de la compra.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

La empresa “Transporte Rocohano” es una empresa minera que se dedica principalmente al Proceso de extracción, clasificación y comercialización de los agregados pétreos como: arena, ripio y piedra base, otras de las fuentes de ingreso de la empresa es el servicio de transporte, excavación o desalojos y el alquiler de maquinarias pesadas como gallinetas.

Esta empresa fue constituida por el SRI el cuarto día del mes de febrero del 2016 en el registro único de contribuyentes personas naturales, con actividad económica principal en la venta de productos agrícolas. Tiempo después esta se fue desarrollando en la comercialización de materiales pétreos, transporte y demás servicios.

MISIÓN

Somos una micro-empresa familiar local dedicada a la distribución, extracción y comercialización de materiales pétreos, que busca satisfacer las necesidades del sector de la construcción.

VISIÓN

Dentro de cinco años, convertirnos en una empresa pionera consiguiendo alianzas con organizaciones dedicadas a obras civiles ayudando así al desarrollo de la ciudad comprometidos con el medio ambiente explotando los yacimientos de forma responsable de acuerdo a lo estipulado en la ley vigente.

3.1 Estructura organizativa y trabajadores:

2 Cuadro jerárquico



La empresa se desempeña con 4 trabajadores estables, y para abarcar con toda la demanda de pedidos, que en situaciones puede haber se procede a contrataciones de maquinaria necesaria para cubrir el pedido.

3.2 Proveedores.

San Antonio

Cerro "loma quito"

Piedra caliza

Sucre

Sucre

Silicato o bentonita

Playas-san Antonio

Villamil rock

Cascajo

Triunfo

Arenal el achiote

Ripio, arena

Playas

Tucho

Cascajo, piedra chispa por diámetro

3.4 Clientes.

Los principales clientes son las camaroneras, haciendas, empresas dedicadas a la transformación de materiales pétreos en sus diferentes productos terminados como clientes secundarios están las personas naturales que requieran de algún trabajo o alquiler pero en menor medida.

Chanduy

Fanaqua

Camaronera

Captador Plus

Carbosuín

Progreso

La Colina “Mayor

Cliente”

Piedra Caliza

Servicio De
Transporte

El Morro

Camaronera WEIN

Transporte De
Carbonato De Calcio

Transporte De
zeolita

Cerecita

Gallegos

Piedra Polvo

Carbonato De Calcio

San Lorenzo

Materiales De
Construcción

Engabao

Piedra Base

Ayalán

Camaronera

Guayimar

Transporte De
Cacao Plus

San Antonio

Caleras

Piedra caliza

Transporte De Calcio

3.5 Competidores.

Transporte Julieta

Venta y compra de materiales pétreos (abaratando precios)

Compañía jazman

Contratista y ventas de materiales de construcción

La empresa Rocohano ubicada en la comuna San Antonio llevará a cabo la creación de un plan de contingencia para poder dar solución a: la falta de maquinaria, los factores externos y lograr la fidelización del cliente, este se pondrá en vigencia al momento que el volumen de ventas este por debajo de lo habitual.

- Se recibe ingresos semanales de 1000 dólares
- En tiempos de falta de ventas se obtiene la misma cantidad mensual y en tiempos difíciles alrededor de 500 dólares mensuales, valor extremadamente bajo.
- El sueldo del chofer es de 20 dólares por días trabajados y el pago se realiza quincenal o semanal
- El retraso por cobros de ventas suele generar molestias, por retrasos en pagos de: compra de material, pagos por servicio de transporte en caso de contratación.
- Los tiempos de entrega varían según de donde venga el material, se suele retrasar por problemas en la maquinaria

Para la realización de este plan de contingencia llevaremos a cabo tres acciones a realizar: la primera un análisis financiero, segundo una entrevista y tercero un diagnóstico.

Análisis financiero

Con esto se darán cuenta sobre la situación de la empresa a nivel económico, para ello es preciso realizar un análisis vertical y horizontal del estado de resultado y un análisis de los indicadores.

Entrevistas

Estas serán aplicadas a dos grupos con el fin de saber los pensamientos sobre los procesos realizados de las partes que intervienen en la venta que son los vendedores y los compradores.

Diagnostico

Es una especie de cuestionario de preguntas cerradas donde se logrará saber los parámetros de cumplimiento de la empresa.

3.6 Análisis económico

3 Estado de resultado

Transporte Rocohano						
Análisis horizontal y vertical						
Estado de Resultado						
	AÑO 2019	AÑO 2020	Análisis Vertical		Análisis	
			2019	2020	Horizontal	
INGRESOS POR VENTAS	\$ 126.000,00	\$ 8.360,00	100%	100%	-93%	
(-) COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS	\$ 102.000,00	\$ 4.000,00	81%	48%	-96%	
UTILIDAD BRUTA	\$ 24.000,00	\$ 4.360,00	19%	52%	-82%	
GASTOS OPERACIONALES						
(-) De administración y ventas	\$ 2.600,00	\$ 800,00	2%	10%	-69%	
Otros ingresos (gastos), neto	\$ 650,00	\$ 200,00	1%	2%	-69%	
	\$ 1.950,00	\$ 600,00	2%	7%	-69%	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 22.050,00	\$ 3.760,00	18%	45%	-83%	
Gastos financieros, neto	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	1%	12%	-33%	
Otros gastos	\$ 200,00	\$ 2.500,00	0%	30%	1150%	
UTILIDAD ANTES DEL IMP. RENTA	\$ 20.350,00	\$ 260,00	16%	3%	-99%	
Impuesto a la renta	\$ 500,00	\$ 36,40	0%	0%	-93%	
UTILIDAD NETA DEL AÑO	\$ 19.850,00	\$ 223,60	16%	3%	-99%	
UTILIDAD NETA Y RESULTADO INTEGRAL DEL AÑO	\$ 19.850,00	\$ 223,60	16%	3%	-99%	

En el análisis del estado de resultado de la empresa Rocohano se observa como los valores de las cuentas ha ido decreciendo debido que

atravesó por una recesión económica donde por meses las ventas se mantuvieron en cero, luego se retomaron en un 25%, pero esto no fue suficiente para generar una utilidad neta significativa.

Las ventas que antes eran de \$126.000 ahora son de \$8.360 dando una variación horizontal de un 93% en contra con respecto al año anterior 2019.

Las utilidades decrecieron debido a la falta de ventas y la utilidad neta del resultado paso a descender de un 16% de participación sobre el nivel de las ventas a un 3% con una variación de un año a otro del -99%.

4 indicadores financieros

Transporte Rocohano			
Indicadores Financieros			
		año 2019	año 2020
razones de utilidad			
	margen de utilidad	16%	3%
	rendimientos sobre los activos	78%	1%
	rendimiento sobre el capital contable	89%	1%
razones de utilizacion de los activos			
	rotacion de cuentas por cobrar	25,2	2,508
	periodo promedio de cobranza	14,29	143,54
	rotacion de inventario	315	17,42
	rot. de inv. periodo prom. de cobranza	1,14	20,67
	rotacion de los activos	6,3	0,42
	rotacion de los activos totales	4,93	0,37
razones de liquidez			
	razon circulante	9,68	6,58
	razon rapida	9,26	6,07
razon de utilizacion de deudas			
	deuda activos totales	13%	15%
	rotacion iteres ganado	16	4,36
	cobertura de los gastos fijos	12	4,21

Los ratios son indicadores que ponderan y evalúan el desempeño operativo de la empresa, por ello se han tomado en cuenta en el análisis de la empresa Rocohano.

En las razones de utilidad se puede observar el evidente desfase entre el año 2019 y 2020, la empresa pasa de tener un rendimiento menor de la utilidad con respecto a las ventas, los activos y del capital.

Las razones de utilización de los activos muestran la rotación de las diferentes cuentas de la empresa. En comparación con el año 2019 se cobra menos y los procesos de cobranza demoran más tiempo por lo que da a notar que no se está vendiendo o si se vende tarda mucho, por eso no está rotando el activo ni el inventario de manera significativa.

Razones de liquidez esta mide la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a los rubros de que genera. Mientras en el año 2019 manejaba índices de nueve en su razón circulante y razón rápida, pasa a generar índices de seis para el año 2020, por lo que tiene una capacidad menor para afrontar sus obligaciones.

Las razones de utilización de deudas ayuda a darse cuenta que tan capaz es la empresa de administrar sus deudas. En deudas de activos totales se puede observar que el año 2019 el activo total estaba financiado un 13% con recursos externos y en el año 2020 necesita financiarse un 2% más. En los ratios siguientes se observa que la utilidad antes de impuesto e intereses cubre menos sus obligaciones con respecto al año 2019.

3.7 Diseño de la investigación

Documental : “Proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Éste es conducente a la construcción de conocimientos”. (Sánchez, 1994)

Este proceso ayuda a la recolección de información con la que se construirá una base para el desarrollo de la investigación, con la cual se puede ver toda la información de los temas de relevancia documentando sus variaciones, conforme a los acontecimientos ocurran.

Con la información documentada y sistematizada se tendrá un panorama de acontecimientos pasados y como se han ido desarrollando, esto sirve para darse una idea de cómo se mueve el mercado minero cuando ocurre alguna anomalía, permitiendo a la empresa Rocohano generar un plan que contrarreste los efectos de la anomalía en el caso de ser necesario.

Observacional: “Los estudios observacionales (EO) corresponden a diseños de investigación cuyo objetivo es "la observación y registro" de acontecimientos sin intervenir en el curso natural de estos”. (Black, 1996)

Mediante la observación se investigará cómo se comporta el mercado exterior minero no solo fuera de los límites en donde se desarrolla la empresa sino en otros países, que acciones toman para tal medida dada en ese país, que nuevas medidas gubernamentales se implementarán en Ecuador y como responden las empresas mineras a ellos.

Se toma un registro sobre cada uno de los acontecimientos que ocurran y se pondera los datos para conocer su nivel de relevancia y que podría afectar directamente a transporte Rocohano.

3.8 Tipos de investigación

Tabla 2 Prototipo

Exploratoria	Descriptiva	Explicativa
Este método parte del estudio de fenómenos poco estudiados, no se apoya tanto en la teoría, sino en la recolección de datos que permitan detectar patrones para dar explicación a dichos fenómenos. (Cazau, 2006)	La investigación descriptiva consiste en la recopilación de datos que describen los acontecimientos y luego organiza, tabula, representa y describe la recopilación de datos (Glass, 1984)	Es el tipo de investigación más común y se encarga de establecer relaciones de causa y efecto que permitan hacer generalizaciones que puedan extenderse a realidades similares. (Cazau, 2006)

Elaborado Por: Rocohano M. (2020)

Mediante la exploración tendremos una vista panorámica de los problemas que atraviesa la empresa, esto dará una idea de la situación en que se encuentra y como se está desarrollando dentro del mercado minero, las exploraciones corresponderán solo a una base para las siguientes investigaciones.

Por medio de la descripción de los hechos recogidos se puede hacer una realidad del hecho que se investiga. Para la correcta descripción de los hechos se debe dar con un lenguaje apropiado y tabulando la información.

En este tipo de investigación se dará el análisis de los hechos a más de actuar sobre ellos, con esto se conocerá la magnitud que tienen y permitirá desarrollar un análisis de las posibles soluciones para que el nivel de proporción en que sucede el hecho sea menor.

En la investigación explicativa se trata de dar solución al ¿Por qué? de los diferentes problemas que atraviesa la empresa Rocohano, permitiendo conocer cuál es el origen del problema de falta de maquinaria, y conocer cómo actuar frente a los factores externos que afectan a las empresas mineras y su efecto en la empresa Rocohano.

Este tipo de investigación nos va a permitir poder relacionar dos hechos de la misma índole, y de esa manera se podrá ver las variaciones que tendría al momento de la aplicación de un plan de contingencia y si estas son capaces de dar una solución a los problemas.

Los siguientes tipos de investigación ayudarán a poder analizar el problema haciendo una exploración de los fenómenos poco estudiados, recopilando los datos para su tabulación, descripción y análisis para luego explicar la causa de los fenómenos y sus efectos.

3.9 Población

“Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”. (Arias, 2006).

Un método para la investigación es la utilización de entrevistas y por ende es necesario definir la población sobre la cual se va a dar la ejecución de la entrevista.

La clasificación de clientes permitirá segmentar y seleccionar las estrategias a aplicar además de definir nuestra población finita e infinita, se mostrará las actividades a desarrollar, y en última estancia, los esfuerzos y recursos que se dedicarán a cada tipo de cliente acorde al tipo de relación que se desee tener con cada uno.

El análisis por tipo de clientes permitirá identificar los clientes de mayor proyección para el crecimiento y sostenibilidad del negocio con lo que se podrá definir los posibles clientes potenciales.

La entrevista también se aplicará a los diferentes colaboradores encargados de las ventas de la empresa Rocohano, con el fin de entender cómo interactúan con el cliente, que piensan de la empresa y sus productos, también se podrá detectar las fallas mejorando las ventas y desarrollar estrategias para los clientes de la empresa Rocohano, garantizando la fidelidad del mismo.

Población infinita :” Es donde no se sabe el número exacto de unidades del que está compuesta la población”. (Moguel, 2005)

La población infinita serían todas las personas o entidades que adquieren o podrían adquirir el producto y/o servicio fuera del sector donde se desarrolla la empresa.

Estas se tomarían en cuenta en el caso que la investigación de mercado sea dirigida a una ampliación, por lo que optarían por extender el radio de alcance de la Empresa Rocohano, dirigiéndose a todas las provincias y regiones.

Población finita : “Es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total”. (Moguel, 2005)

Nuestra población finita se centrará en los clientes potenciales e inactivos del sector en que se desarrolla la empresa Rocohano, y en los colaboradores encargados de la comercialización de nuestros productos y/o servicios.

Nuestro propósito con este grupo es afianzar la relación empresa-cliente proponiendo métodos donde todos salgamos ganando ya sea ofreciendo beneficios especiales o formas de pago más módicas también haciéndole saber el nivel de calidad que tienen nuestros productos y de esa manera ganarnos la confianza y la fidelidad de los consumidores para que puedan convertirse en clientes actuales, top o frecuentes.

Saber el cómo piensan los colaboradores de la empresa es esencial para que por medio de estrategias podamos dotar un personal capaz de entender y poner en práctica labores diarias que contribuyan al cumplimiento de metas corporativas.

Se trabajará con población finita

la población infinita no formará parte de los datos registrados en el análisis del proyecto, puesto que se trabajará con la población finita, y a esta población se le aplicará la entrevista garantizando la veracidad de las mismas obteniendo datos que ayuden en la obtención de resultados favorables.

Compradores potenciales e inactivos

Lo conforman camaroneras, haciendas, empresas dedicadas a la transformación de materiales pétreos en sus diferentes productos terminados. Las poblaciones involucradas son: Chanduy (4), Cerecita (1), Progreso (2), San Antonio (6), San Lorenzo (1), Engabao (2), Morro (3), Ayalán (1).tenemos en total una población de 20 empresas.

Tabla 3 Cuantificación

GEOGRAFÍA	CUANTAS HAY	A CUANTAS LE VENDEMOS
Chanduy	4 empresas	1 empresa
Cerecita	1 empresa	1 empresa
Progreso	2 empresas	1 empresa
san Antonio	6 empresas	3 empresas
san Lorenzo	1 empresa	1 empresa
Engabao	2 empresas	2 empresas
Morro	3 empresas	1 empresa
Ayalán	1 empresa	1 empresa
TOTAL	20 EMPRESAS	11 EMPRESAS

Elaborado Por: Rocohano M. (2020)

Colaboradores en la venta de productos o servicios de la Empresa Rocohano

La empresa Rocohano es una empresa familiar por lo tanto quienes participan de la venta son todos los que conforman la entidad “transporte Rocohano”. El grupo al cual conforma la población es: Presidente, Socio economista, Asistente general y el Supervisor de choferes, todos estos son encargados de ejercer el papel de vendedores, dando una población total de 4 personas.

Tabla 4 Universo

Elementos	Cantidad
Administración	3
Compradores	4
Empresas que dejaron de comprar debido a recesión económica por pandemia	7
Clientes potenciales	9
Personal de campo	1
Total	24

Elaborado Por: Rocohano M. (2020)

3.10 Muestra

“Una muestra es entendida como un subconjunto de la población conformado por unidades de análisis”. (Velasco, 2003)

La muestra será elegida de acuerdo al sector seleccionado para dirigir la investigación que son: el personal de venta, clientes Inactivos y potenciales.

El Tamaño de la población por empresas consta de 20 organizaciones dedicadas a la compra de pétreos y usos de los servicios de la empresa “Transporte Rocohano”, de las cuales 5 localidades (Chanduy, san Lorenzo, Engabao, morro, Ayalán) que constan de 16 empresas han reunido las características para que la entrevista se lleve a cabo

La muestra será compuesta por clientes inactivos 7, clientes potenciales 9, y personal en ventas 4, dando un tamaño de muestra de 20 posibles participantes para la entrevista a realizar sobre este grupo.

3.11 Tipos de muestra

Muestreo por conglomerados : “es una técnica utilizada cuando hay agrupamientos "naturales" relativamente homogéneos en una población estadística”. (Hansen, 1953).

Se ha elegido el muestreo por conglomerados que mide cuando hay grupos con las mismas necesidades es decir un grupo homogéneo. Por ello se han conglomerado grupos de aplicación a entrevistas.

Grupo 1. Clientes potenciales y clientes inactivos estos hacen un conglomerado de 16 empresas a aplicar un tipo de entrevista, esta entrevista dotará de las preguntas correspondientes para la evaluación de este grupo.

Grupo 2. Personal de venta estos hacen un conglomerado de 4 personas a las cuales se les aplicara la entrevista referente al área de ventas, y estas serán evaluadas sin juntarse con la evaluación del grupo 1.

Muestreo no probabilístico : “es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados”. (Explorable.com, 2009)

Este fue aplicado porque se excluyeres ciertos participantes de la población total, por lo que solo se tomó en cuenta los que cumplían con las características para que la entrevista arrojara datos verídicos sobre los temas de relevancia para la resolución de la investigación.

Por lo que solo hemos elegido el grupo de interés como los clientes inactivos, potenciales y vendedores.

3.12 Métodos teóricos

El Método Histórico: “Caracteriza al objeto en sus aspectos más externos, a través de la evolución y desarrollo histórico del mismo”. (Martínez, 2000).

Anteriormente las empresas que entraban en crisis sean incendios, derrumbes, cambios climáticos, o cambios a nivel gubernamental, mundial y económicos, no sabían cómo responder a tales situaciones esto ocasionaba grandes pérdidas dentro de la organización.

Hoy transporte Rocohano desea evitar esas grandes pérdidas como se vio reflejada en el año 2020 en los meses de auge de la recesión económica. Por lo que ha optado en la implementación de un plan para evitar sucesos de baja o cero en ventas y que los factores externos, no causen mayor variación dentro de la empresa.

El Método Lógico:” Reproduce en el plano teórico la esencia del objeto de estudio, investigando las leyes generales y primordiales de su funcionamiento y desarrollo”. (Martínez, 2000)

El mercado de comercialización de materiales pétreos tiene una acogida favorable en la localidad de San Antonio ya que en ella se encuentra la mina principal de piedra caliza y a 15 km en playas.

Y se encuentra también una fuente de ripio, es decir la zona geográfica es conveniente para la dedicación de un negocio de ventas de materiales pétreos además conocer de dónde salen los productos que se vende da la seguridad de garantizar la calidad a los consumidores.

Al tener productos pétreos de calidad y al disponer de maquinarias que estén en óptimas condiciones brindando al cliente una atención de calidad, por lo que se podría garantizar la fidelidad del consumidor y el posicionamiento de la marca en ellos pasando de clientes potenciales e inactivos a clientes fijos y recurrentes.

3.13 Técnicas e instrumentos

Tabla 5 Instrumentación

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Formulario
Documental	Base de datos

Elaborado Por: Rocoano M. (2020)

La encuesta ayudará a conocer con exactitud cuáles son los pensamientos del cliente y su percepción en cuanto al producto y la marca, por medio de la entrevista se recolecta datos necesarios que obtendrán mediante el diálogo con los entrevistados, las medidas llevadas a cabo se llevarán en un registro cargado a una base de datos para monitorear su evolución.

De las tres técnicas que se muestran en el cuadro superior, se decide para la realización de esta investigación la utilización de la encuesta, porque permite entender al encuestado de una forma más abierta, dado que esta técnica permite al encuestado expresarse con total libertad al momento de contestar las preguntas.

Para la ejecución de la entrevista se debe crear un instrumento que ayude para la realización de la misma, en este caso un cuestionario, en el cual constarán una serie de preguntas necesarias para conocer mejor al cliente y al vendedor.

El cuestionario a realizar va dirigido a dos grupos: Grupo 1 “clientes inactivos y clientes potenciales” (16 empresas). Grupo 2 “personal de ventas” (4 personas)

Cada grupo constará con un cuestionario de 7 preguntas, con el objetivo de no extender el tiempo de la entrevista y esta resulte molesta para el entrevistado.

Entrevista grupo 1.

1. ¿Qué características genera o asocias a la empresa transporte Rocohano?
2. ¿Conoces todo lo que ofrece transporte Rocohano?
3. ¿Qué te gustaría que transporte Rocohano implementara?
4. ¿Por qué comprar en transporte Rocohano y en que podríamos ayudarle?
5. ¿Qué tan probable es que compres o vuelvas a comprar en transporte Rocohano?
6. ¿La calidad y el precio del producto o servicio te parece la adecuada?
7. ¿La atención recibida durante la encuesta que tal le parece?/ ¿la atención recibida en ventas anteriores que tal le apreció?

Pregunta 1

Esta pregunta ayudara a entender como el consumidor percibe a la empresa, estas características pueden ser buenas o malas. Si son malas se procede a tomas acciones para mejorar y que la empresa se proyecte a sus clientes de mejor manera.

Pregunta 2

Ayuda a entender el nivel de conocimiento que el cliente tiene con respecto a los productos y servicios que ofrece transporte Rocohano, y abre una brecha para informar al cliente en el caso que este no este del todo informado.

Pregunta 3

Ayudará a conocer las carencias que tiene transporte Rocohano con lo que respecta a innovación y de qué manera cree el cliente que estas carencias pueden ser disueltas.

Pregunta 4

Con esta pregunta se tendrá una visión más amplia de cuál es el motivo principal que animaría a clientes potenciales e inactivos a comprar y volver a comprar en transporte Rocohano además de ofrecer ayudar para que la compra que realice el cliente sea una experiencia de compra y no que la perciba sólo como una compra más.

Pregunta 5

En esta se pregunta se podrá medir la probabilidad de que compren o vuelvan a comprar en transporte Rocohano, de ese modo se podrá confirmar si se cuenta o no con el cliente en un caso futuro.

Pregunta 6

Se podrá saber cuan satisfecho está el cliente con lo que transporte Rocohano le brinda, además de saber si tiene alguna incomodidad con algún servicio y/o producto en tanto al precio o calidad.

Pregunta 7

Ayudará a saber que tan cómodo se siente el cliente inactivo o potencial con el personal que atiende sus necesidades o ejerce la entrevista.

Entrevista grupo 2.

1. ¿con cuanta frecuencia vendes el producto o servicio?
2. ¿conoces el producto y los servicios que vendes?
3. ¿Qué es lo que te ayuda en el proceso de venta?
4. ¿Cómo le explicas al cliente un retraso o un problema ocurrido en el momento de la venta?
5. ¿Tratas de generar una experiencia de venta en el cliente?
6. ¿Cómo incentivas o incentivarías a un cliente potencial a comprar?
7. ¿Prefiere vender a clientes nuevos o a los inactivos?

Pregunta 1

Se sabrá cuan eficiente es a la hora de vender, si la respuesta es favorable sabremos que tenemos un buen vendedor que podría enseñar a mejorar a sus compañeros, y si la respuesta es que su nivel de ventas frecuente es malo, se sabrá a quien enseñar y capacitar más, para resolver sus falencias a la hora de vender.

Pregunta 2

Tener conocimiento del producto que se vende es esencial, porque entre mayor información tengas de lo que vender, mayor seguridad tendrá a la hora de vender. No solo información de precios o de variedad de los productos y servicios, sino también los ámbitos de aplicación, sus características. De esta manera ayudara al cliente a resolver sus dudas y les brindara una mejor manera de aplicar o utilizar el producto o el servicio.

Pregunta 3

Se conocerá cual es lo que mejor ayuda al momento de vender, que funciona con unos clientes y que funciona con otros clientes y generalizarlo con todos.

Pregunta 4

Se verá la capacidad del vendedor de resolver problemas, que tan rápido piensa o actúa en una situación de presión de parte del cliente y que tan eficaz es para mantener al cliente tranquilo y seguro a pesar de tener un retraso en venta.

Pregunta 5

Se logrará saber que tanto se esfuerza el vendedor para captar la atención del cliente potencial, sus interacciones con el cliente y en el seguimiento post venta en caso de darse la venta.

Pregunta 6

Ayudará a saber que tan hábiles son a la hora de vender, como cada cliente es diferente esta pregunta ayudará a saber que tanto se adaptan a las necesidades que presenta cada uno además de conocer sus tácticas de venta.

Pregunta 7

En esta pregunta se conocerá en que ámbito se siente más cómodo el personal de venta y el porqué de su elección, también se podrá separarlos en grupos, y en ventas futuras se podrá distribuirlos mejor de acuerdo a sus preferencias.

Diagnóstico a la empresa “transporte Rocohano”

Con el fin de conocer de manera general los parámetros de cumplimiento, desarrollo y en qué estado se encuentra la empresa.

Preguntas cerradas y mixtas hechas al dueño de la compañía señor Aurelio Rocohano.

1. ¿Consideras apto al personal que labora en transporte Rocohano?
2. ¿Has recibido quejas del personal que trabaja para la empresa?
3. ¿Consideras que la compañía se interesa por sus clientes?
4. ¿Cómo ves a tus clientes como dinero o como ente importante de tu empresa?
5. ¿Inviertes en medios para que el cliente se sienta satisfecho? ¿en qué medios inviertes?
6. ¿Por qué cree que tiene clientes inactivos? ¿le preocupa tenerlos?
7. ¿Con que estrategias cuenta su empresa para recuperar y atraer clientes?
8. ¿Cree que su empresa esta adecuada para cumplir con el nivel de demanda en tiempos de alto pedido?
9. ¿Conoce sobre sus competidores y el precio estándar del mercado, del servicio y producto que comercializa?
10. ¿Cree que su empresa es totalmente eficiente en sus procesos?
11. ¿Es rentable el negocio o ya no lo es?
12. ¿Cómo catalogas a tu empresa, crees que es relevante para el mercado?
13. ¿Consideras que a tu empresa le falta maquinarias?
14. ¿Cómo sustentaría la inversión en maquinaria?
15. ¿Sabe qué uso le dan sus clientes a los materiales pétreos que les vende?
16. ¿Conoce todos los ámbitos de aplicación de los materiales que vende?

17. ¿Confías plenamente en los servicios y productos que comercializas?
18. ¿Cuáles consideras que son los factores que podrían afectar el negocio?
19. ¿Revisas las noticias de cómo se desarrolla el mercado minero en otros países?
20. ¿Está al día con las implementaciones del gobierno en cuanto al sector minero?
21. ¿Conoce la ley de minerías y su contenido?
22. ¿La empresa cuenta con publicidad y de qué tipo?
23. ¿La empresa cuenta con base de datos para alquiler de maquinaria?
24. ¿En qué mejoras o implementación desearías invertir?
25. ¿La empresa cuenta con toda su reglamentación en pago de impuestos y demás rubros?
26. ¿tu personal cuenta con sus documentos licencias al día?
27. ¿tu maquinaria está en condiciones óptimas?
28. ¿le das a tu personal utensilios de protección para dentro de mina?
29. ¿Cómo ve a su empresa en 5 años?
30. ¿se afiliaría a otras empresas y de ser el caso a qué tipo de empresas?

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el desarrollo del capítulo se hablara de los resultados obtenidos después de la realización de las encuestas realizadas en el capítulo anterior, según los resultados que estas arrojen se tomaran medidas que ayudarán a generar un plan de acción óptimo para la empresa en cuestión.

Se desarrollaran propuestas e implementaciones que serán llevadas a cabo en planes de acción y cronogramas para determinar el costo de la inversión además que se tendrá una visión amplia y organizada de cómo se ejecutaran los procesos para generar mejoras ante contingencias.

Grupo 1

Los datos que se obtuvieron de la entrevista al grupo 1 donde se midió la relación empresa cliente, las posibles mejoras a implementar en la empresa para un mejor rendimiento y satisfacción del consumidor.

La encuesta se le realizo a la muestra de 16 empresas que se escogió del muestreo no probabilístico cabe resaltar que de esas 16 entidades, 7 son consumidores inactivos y 9 consumidores potenciales, las preguntas que se plantaron en la entrevista son:

1. ¿Qué características genera o asocia a la empresa transporte Roco hano?

En esta pregunta destacaron palabras como: que es una empresa amistosa de confianza, que es franca, que es cordial, que es de fácil acceso, que es una empresa manejable, que el nivel para comunicarse es muy bueno y que con una llamada puede aclarar todas sus dudas o preguntar sobre sus productos o el trabajo en el caso de que la empresa realice un servicio.

Los consumidores potenciales que no habían tenido relación con la empresa destacaron que esta se veía cordial y amable puesto que no tenían un conocimiento a fondo de como es el trato cuando se establece un relación de trabajo.

2. ¿Conoces todo lo que ofrece transporte Rocohano?

7 empresas de las entrevistadas nombraron la mayoría de productos y servicios que ofrece transporte Rocohano mientras que las 9 restantes solo añadieron que se realiza servicios de transporte y venta de piedra caliza y ripio. Dejando por fuera la mayoría de servicios y variedad de restos de productos pétreos, por lo que se recomienda la creación de catálogos.

3. ¿Qué te gustaría que transporte Rocohano implementara?

De las implementaciones que sugirieron los entrevistados se destacaron las siguientes: la digitalización del negocio, el poder hacer tratos mediante la web, publicidad en redes de comunicación sobre productos, servicios y precios.

4. ¿Por qué comprar en transporte Rocohano y en que podríamos ayudarlo?

La mayoría de las empresas decidieron que era bueno comprar en transporte Rocohano ya que la atención es personalizada y la calidad del producto es buena mientras que la minoría destacaba que no conoce la calidad del producto y eso le genera desconfianza ya que puede alterar los productos que expenden.

Estos requirieron que una forma de ayudarle sería brindándole una muestra del producto para hacer análisis del mismo en cuanto a propiedades y pureza.

Otras empresas requieren ayuda en información producto-servicio-precio y otras un ajuste de precios módicos de los productos y servicios.

5. ¿Qué tan probable es que compres o vuelvas a comprar en transporte Rocohano?

De las 16 empresas a las cuales se les aplicó la entrevista 5 de las empresas inactivas anunciaron que es muy probable que vuelvan a requerir los servicios de transporte Rocohano.

Mientras que 6 de los potenciales anunciaron que también comprarían en un futuro a la empresa dejando por fuera a 5 empresas que afirmaron que no es muy probable que vuelvan a requerir a transporte Rocohano, puesto que ya cuentan con un proveedor en su sistema.

6. ¿La calidad y el precio del producto o servicio te parece la adecuada?

De las 16 empresas 8 afirmaron que les parecen precios razonables los que maneja transporte Rocohano, 5 mostraron que una rebaja no estaría mal para ajustarse más a sus presupuestos, y 3 si les pareció un poco excesivo los precios.

7. ¿La atención recibida durante la encuesta que tal le parece?/ ¿la atención recibida en ventas anteriores que tal le apreció?

La atención brindada a los entrevistados se describió como amable, cordial y divertida, y que se pudo generar un ambiente adecuado durante la entrevista.

La atención en ventas se describió como formal, accesible, clara y cómoda.

Grupo 2

Los datos que se obtuvieron de la entrevista al grupo 2 donde se midió la efectividad del personal de venta además de sus esfuerzos para lograr la satisfacción del cliente y sus habilidades como vendedor, la encuesta se le realizó a la muestra de 4 colaboradores que se escogió del muestreo por conglomerados no probabilístico, las preguntas que se plantaron en la entrevista son:

1. ¿con cuanta frecuencia vendes el producto o servicio?

1 de los 4 vendedores afirmó que vende muy frecuentemente el producto, dos de ellos que lo venden regularmente o con normalidad y 1 que lo vende con muy poca frecuencia.

2. ¿conoces el producto y los servicios que vendes?

Todos los colaboradores contestaron que conocen los productos y servicios que se ofrecen, pero no conocen la totalidad de los ámbitos de aplicación del producto.

3. ¿Qué es lo que te ayuda en el proceso de venta?

Los colaboradores afirmaron que lo que los ayuda a vender es crear confianza al cliente de los productos que se vende, además de que les permiten observar el producto para que sean ellos los que determinen la calidad de los mismos.

4. ¿Cómo le explicas al cliente un retraso o un problema ocurrido en el momento de la venta?

Los entrevistados dieron como primera opción llamar al cliente e informar que hay retrasos en la carga del producto o de donde se extrae el petróleo, y como segunda opción que llaman al cliente y aplazan la entrega proporcionándole una hora de entrega diferente a la acordada con anterioridad.

5. ¿Tratas de generar una experiencia de venta en el cliente?

2 de los 4 colaboradores dijeron que se esfuerzan por ofrecerle al cliente lo que ellos requieran además de atenderlos con cordialidad y brindarle confianza para que tengan una experiencia reconfortante.

Y los otros dos solo se delimitan a sus funciones como vendedores, sin tratar de generar una experiencia, sin olvidar el buen trato al cliente.

6. ¿Cómo incentivas o incentivarías a un cliente potencial a comprar?

Todos afirmaron que lo que ellos hacen es de informar a cliente potencial de los que transporte Rocohano ofrece como: sus precios, calidad, servicios y 1 de ellos se ayuda de las redes sociales publicando anuncios sobre la empresa.

7. ¿Prefiere vender a clientes nuevos o a los inactivos?

Dos prefieren vender a clientes inactivos, uno a clientes nuevos, y el último no tiene preferencia pues se desarrolla bien con ambos tipos de clientes.

4.1 Antecedentes

La falta de un plan adecuado puede causar La disminución en ventas ocasionando que la empresa pierda su equilibrio y no responda económicamente a sus obligaciones.

En años pasados las empresas que caían en una situación difícil a nivel gubernamental, mundial, externo o económico no sabían cómo responder a tales situaciones un ejemplo de ellos es la industrialización de mediados del siglo XVIII donde grandes empresas consumían a empresas artesanales, dado que las industrias elaboraban los productos de manera masiva a menor costo.

Hoy en día las empresas emplean planes de contingencia como una solución dando una respuesta rápida y minimizando sus pérdidas ante un panorama no previsto, por lo que es necesario tener alternativas que nos permitan hacer frente a los problemas que se presentan de manera eficaz y oportuna.

El personal minero que labora en la comuna San Antonio se ha visto en la obligación de reducir el nivel de sus operaciones, ya que las empresas que solicitaban sus pétreos dejan de requerirlo o bien lo piden en menor medida debido a afecciones de una recesión económica no prevista.

Debido a esa crisis la empresa Rocohano paso por una época muy dura a nivel económico puesto que los compradores ya no estaban adquiriendo mercadería ni solicitando sus servicios, por lo que la empresa se vio obligada a reducir y en ocasiones parar sus actividades.

Por ello se busca desarrollar un plan que prevea situaciones de riesgo y proporcione acciones a tomar para afrontar cualquier crisis futura.

El proyecto se basa en la creación de un plan de contingencia para poder hacer frente a los factores externos que se presenten y disminuir el riesgo de una baja en ventas.

4.2 Planteamiento de propuesta

En el proyecto se propondrá un plan que nos ayude a saber qué acciones tomar al momento de pasar por otra crisis ya sea de: falta de maquinaria o por una mal clima que dañe la mercadería y porque no a la conocer en mejor medida los requerimientos del cliente.

Este plan nos ayudara a conocer los factores que pueden influir en la empresa Rocohano de modo que esta tenga una baja en ventas y por ende una disminución del efectivo y en el caso de que se halle alguno saber qué acciones tomar para afrontarla.

A lo largo del proyecto se han detectado tres problemas principales a la hora de realizar el diagrama de Ishikawa y su tabulación los cuales son: la falta de maquinaria, fidelización del cliente y el factor externo.

Los problemas a dar solución en el plan de contingencia se detallaran uno a uno con su respectiva propuesta.

Falta de maquinaria

- Problema en los materiales pétreos como la escases de la materia prima
- No ejercer un control de calidad salen productos en mal estado o no aptos para el uso que el cliente desea darle.
- Falta de maquinarias o maquinaria averiada

Propuesta

- Compra de material a otras minas/ dar fecha tentativa a cliente para que reciba su producto/ postergar él envió.
- Ver el producto antes de la entrega/ pedir disculpas y ofrecer un material más apto para su necesidad.
- Contratación de maquinaria/ presupuestar

Factor externo

- Crisis económica ocasionan una falta de pedidos y bajas en el poder adquisitivo de los diferentes clientes
- El precio de venta fluctúa de acuerdo a los cambios en el mercado por factores externos.
- Cambios gubernamentales referentes al sector minero ya sea en la ley de minería o por ARCOM y sus disposiciones en la mina “loma viva Quito”.
- Afecciones en el ámbito climático o circunstancias catastróficas.

Propuesta

- Disminuir actividades/ paralización
- Reestructurar precios para obtener ganancia aunque esta sea mínima manteniendo la calidad.
- Revisión constante de las políticas dadas tanto dentro del país como políticas dadas fuera de este y que el país pueda adoptar en el caso que haya que se exponga una medida analizar que tanto afecta a la empresa y mitigar su impacto por medio de acciones oportunas.
- Generar presupuesto de riesgo.

Fidelización del cliente

- Poco marketing provoca que no haya más ventas puesto que la empresa “Rocohano” no se da a conocer.
- Tiempo de espera del cliente al haber demoras en el proceso de entrega
- Baja satisfacción y por ende una des fidelización

Propuesta

- Implementación del marketing digital
- Personal apto para que brinde la confianza al cliente en el proceso de espera
- A través de la encuesta se podrá saber con exactitud lo que ocasiona una baja satisfacción y de ese modo solucionarlo.

4.3 Objetivos generales y específicos

Objetivo general

Desarrollar un plan que pueda dar solución a los principales problemas que presenta la empresa Rocohano de manera que esta pueda hacer frente a un panorama anormal evitando la disminución en venta.

Objetivos específicos

- Analizar la propuestas dadas para la solución de los problemas
- Determinar su viabilidad para garantizar resultados oportunos al momento de su ejecución
- Programar la exposición del plan de contingencia y socialización en la empresa Rocohano
- Aplicación y obtención de resultados

4.4 Aspectos claves de propuesta

Sintetización de las propuestas planteadas con anterioridad con sus beneficios.

Falta de maquinaria

- Compra de material a otras minas/ dar fecha tentativa a cliente para que reciba su producto/ postergar él envío.

Beneficio

Brinda al cliente la certeza que el producto que ha requerido va a llegar a sus manos.

- Ver el producto antes de la entrega/ pedir disculpas y ofrecer un material más apto para su necesidad.

Beneficio

Se busca que el cliente sienta que su requerimiento es importante y que si la empresa cometió un error está para remediarlo.

- Contratación de maquinaria

Beneficio

Se cumple con la demanda del producto o servicio requerido o contratado

Factor externo

- Disminuir actividades/ paralización.

Beneficio

Evitar un exceso de gasto sin utilidad del mismo esto garantizará la sostenibilidad de la empresa.

- Reestructurar precios manteniendo la calidad.

Beneficio

Garantizará la venta dentro del mercado y la adaptabilidad de la empresa conforme a los precios.

- Revisión constante de las medidas que tome gobierno analizar que tanto afecta a la empresa y mitigar su impacto.

Beneficio

La empresa estará preparada para cualquier cambio referente a las medidas gubernamentales en el sector minero y transporte de estos.

- Generar presupuesto de riesgo.

Beneficio

Estar preparado para un evento que requiera la utilización de este fondo y poder responder ante cualquier caso de riesgo.

Fidelización del cliente

- Implementación del marketing digital.

Beneficio

La empresa se dará a conocer ante empresas y personas naturales que requerirán el producto y de este modo se aumentaran las ventas.

- Personal apto para que brinde la confianza al cliente en el proceso de espera.

Beneficio

El cliente se sentirá en todo momento respaldado por un personal capacitado y sentirá confiado de que su petición está siendo atendida, garantizando su fidelidad.

- A través de la encuesta se podrá saber con exactitud lo que ocasiona una baja satisfacción y de ese modo solucionarlo.

Beneficio

Conocer al cliente, satisfacer sus necesidades brindándole una experiencia en venta que se sientan importantes.

4.5 Implementación de la propuesta

5 propuesta



4.6 Plan de acción

	¿Qué hacer?	¿Por qué hacerlo?	¿Cómo hacerlo?	¿Quién debe hacerlo?	¿Dónde hacerlo?	¿Cuándo hacerlo?	¿Cuánto cuesta?	total
materia prima o maquinaria	comprar el material requerido en otras minas	con la escases de materia prima no se logra cumplir los pedidos	Se solicita el producto (piedra caliza) a otras minas que disponen del producto	el encargado de realizar la compra	en el campo de trabajo	cuando no se disponga del producto	piedra caliza a 5\$ el metro por 42m ³ mas \$15 de carga del material	\$ 225,00
	contratar maquinaria y chequeo mensual	para disminuir el tiempo de espera y gastos por falta de maquinaria o averío	contar con contactos para el alquiler de maquinaria y revisiones mensuales	personal que ejerza la logística/dueño de la maquinaria	dentro de la empresa/ en el taller mecánico	cada que se requiera maquinaria extra/ mensualmente	\$25 por hora gallineta/\$200 volqueta/\$140 mantenimiento	\$ 516,40
factor externo	disminución o paralización de actividades y revisión por cambios en el sector minero	por cambios a nivel gubernamental y económico del medio donde se desarrolla la empresa	reestructuración de los precios / análisis y mitigación de impactos	administración	en la empresa	cada que ocurran cambios gubernamentales y económicos	ganancia mínima en temporada de baja economía	\$ 396,00
	generar presupuesto de riesgo	por afecciones climáticas o catástrofes	Destinar un porcentaje sobre las facturaciones que se realicen mensual	la gerencia	en la organización	04/01/21 hasta 30/12/21	porcentaje del 10% de la utilidad mensual	\$ 69,67
fidelización del cliente	aumentar el marketing	para lograr llegar a un mayor numero de posibles clientes	Contratar el servicio de marketing a través de redes sociales como Facebook	asistente general	en redes sociales	01/03/21 hasta 31/03/21	el precio a invertir en publicidad es de \$100	\$ 100,00
	capacitar al personal e implementar mejoras	para que brinde la confianza al cliente en cada uno de los procesos	digitalización del negocio a través de una página web	administración	en la empresa/ medios tecnológicos	capacitaciones: 01/02/21 hasta 26/02/21 implementaciones: 04/04/21 hasta 30/04/21	capacitación \$300/ pág. web \$800/ mantenimiento de pág. \$60 mensual	\$ 1.160,00
								\$ 2.467,07

Esta propuesta se va a realizar con el objetivo de mejorar los procesos que garantizan una sostenibilidad a la empresa con respecto a las ventas. Este es un plan de contingencia que se pondrá en práctica cuando sucedan acontecimientos como los que se detallaran a continuación.

Maquinaria o materia prima

- Escases de la materia prima.

¿Cómo?

Se solicita el producto (piedra caliza) a otras minas que disponen del producto requerido para lograr cumplir con los pedidos del cliente solicitante.

¿Cuánto?

El metro de piedra base caliza es de 9 dólares el metro

Piedra caliza con polvo a 5 dólares el metro

La cargada del material a la volqueta es de 10 dólares

El flete de la volqueta genera un valor que depende de los kilómetros recorridos.

- Salen productos en mal estado o no aptos para el uso que el cliente desea darle.
 - » Ver el producto antes de la entrega y catalogarlo
- Compra de material a otras minas
- Falta de maquinarias o maquinaria averiada
 - » Contratación de maquinaria

¿Cómo?

Se deberá contar con los contactos pertinentes para el alquiler de la maquinaria. El tipo de maquinaria que se contrata con mayor frecuencia son: volqueta de 8 a 12 metros cúbicos, gallinetas 4x4.

¿Cuánto?

Las gallinetas cobran 25 dólares por hora trabajada

Las volquetas cobran la tasa fija de 0.14 centavos por kilómetro recorrido sobre los metros cúbicos transportados.

- » Chequeo mensual de maquinarias

¿Cómo?

Mensualmente la maquinaria propia se debe someter a un chequeo general y a cambios de aceites.

¿Cuánto?

El cambio de aceite tiene un costo de 120 dólares y el chequeo general y engrasado de 20 dólares.

Factor externo

- Disminución de actividades/paralización/suspensión del personal.
- El precio de venta fluctúa de acuerdo a los cambios en el mercado por factores externos.
 - » Reestructurar precios manteniendo la calidad.

¿Cómo?

Del precio base total del producto más el transporte destinar una ganancia mínima. Ejemplo: una volqueta de 8 metros de piedra caliza tiene un costo de \$50 y se la vende a \$100 normalmente, en épocas de crisis el precio puede reducirse a \$70 por volquetada, como costo mínimo.

- Cambios gubernamentales al sector minero, en la ley de minería o por ARCOM y sus disposiciones en la mina "loma viva Quito".
 - » Revisión constante de las medidas que tome gobierno
 - » Analizar que tanto afecta a la empresa y mitigar su impacto.

- Afecciones en el ámbito climático o circunstancias catastróficas.
 - » Generar presupuesto de riesgo.

¿Cómo?

Destinar un porcentaje sobre las facturaciones que se realicen mensual, es decir que de las ganancias mensuales separar un valor que sea utilizado como un fondo de riesgo.

¿Cuánto?

El porcentaje a recaudar para el fondo de riesgo es de 10% mensual.

Fidelización del cliente

- Poco marketing provoca que no haya más ventas puesto que la empresa “Rocohano” no se da a conocer.
 - » Implementación del marketing digital en redes sociales.

¿Cómo?

Contratar el servicio de marketing a través de redes sociales como Facebook e instagram.

¿Cuánto?

El costo de publicidad es de 200 dólares a través de Facebook ads

- Tiempo de espera del cliente por demoras en el proceso de entrega.

- » Personal apto para que brinde la confianza al cliente en el proceso de espera.

¿Cómo?

Capacitación al personal de cómo atender a un cliente y generarle una satisfacción y confianza en los procesos de compra en transporte Rocohano.

¿Cuánto?

El costo de capacitación para el personal de ventas es de 300 dólares.

- Baja satisfacción del cliente y por ende una des fidelización.

- » A través de la encuesta se podrá saber con exactitud lo que ocasiona una baja satisfacción y de ese modo solucionarlo.

- » Implementaciones para mejorar procesos referentes al bienestar de los clientes.

¿Cómo?

Implementando la digitalización del negocio con la creación de una página web, que permita al cliente obtener la información de la empresa y hacer tratos por ese medio.

¿Cuánto?

El costo de implementación es de 800 dólares para la creación de un sitio web y 60 dólares por mantenimiento del sitio.

4.7 Cronograma de implementación

Actividades	Inicio	Fin	Duración	julio				agosto				septiembre				octubre				noviembre				diciembre				enero				febrero				marzo				abril			
				S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4				
recoleccion de datos	18/07/2020	12/09/2020	8 semanas	█	█	█	█	█	█	█	█																																
desarrollo de investigaciones	01/10/2020	18/02/2021	20 semanas									█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█												
realizacion de encuestas	11/01/2021	15/01/2021	1 semana																					█																			
tabulacion de resultados	18/01/2021	22/01/2021	1 semana																					█																			
desarrollo del plan de contingencia	25/01/2021	08/02/2021	3 semanas																					█	█	█																	
socializacion del plan	22/02/2021	26/02/2021	1 semana																							█																	
capacitacion del personal	01/02/2021	12/02/2021	2 semanas																							█	█																
presupuesto de riesgo	04/01/2021	30/12/2021	48 semanas																					█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█								
publicidad en redes	01/03/2021	31/03/2021	4 semanas																									█	█	█	█												
mejoras e implementaciones	04/04/2021	30/04/2021	4 semanas																													█	█	█	█								

4.8 Cronograma final

PLAN DE CONTINGENCIA

Nombre de la compañía
Responsable del proyecto

TRANSPORTE ROCOHANO
MARIA VIVIANA ROCOHANO

TOTAL COS1 \$ 2.467,07
Inicio del proyecto: mar, 23/03/2021
Semana para mostrar: 1

TAREA	RUBRO	ASIGNADO A	PROGRESO	INICIO	FIN	#	#	#	#
						i	m	m	i
ENTREVISTAS	\$ -								
CUENTONARIO DE PREGUNTAS		VIVIANA	100%	10-12-21	12-12-21				
REALIZACION DE ENTREVISTA		VIVIANA	100%	11-1-20	15-1-21				
RESULTADOS		VIVIANA	100%	18-1-21	22-1-21				
MAT. PRIMA O MAQUINARIA	\$ 741,40								
COMPRAR EL MATERIAL A OTRAS MINAS	\$ 225,00	AURELIO	50%	2-3-21	2-3-21				
CONTRATACION DE MAQUINARIA	\$ 376,40	PATRICIA	50%	2-3-21	9-3-21				
CHEQUEO MENSUAL	\$ 140,00	AURELIO	50%	1-1-21	15-1-21				
FACTOR EXTERNO	\$ 465,67								
DISMINUCION O PARALIZACION DE ACTIVIDADES	\$ 132,00	AURELIO	90%	14-2-20	14-6-20				
REESTRUCTURACION DE PRECIOS	\$ 132,00	VIVIANA	80%	15-6-20	19-6-20				
REVICION DE CAMBIOS EN EL SECTOR MINERO	\$ 132,00	KEVIN	100%	20-6-20	25-6-20				
GENERAR PRESUPUESTO DE RIESGO	\$ 69,67	VIVIANA	36%	4-1-21	30-12-21				
FIDELIZACION DEL CLIENTE	\$ 1.260,00								
AUMENTO DE MARKETING	\$ 100,00	PATRICIA	45%	1-3-21	31-3-21				
CAPACITACIONES	\$ 300,00	KEVIN	100%	1-2-21	12-2-21				
IMPLEMENTACIONES	\$ 860,00	AURELIO	4%	4-4-21	30-4-21				

4.9 Aspectos financieros

Humanos

- ✓ Realizado por la estudiante: María Viviana Rocohano López.
- ✓ Colaboradora de campo: Jenny Patricia López Aguayo.

Materiales

Se utilizará para el trabajo de investigación los siguientes materiales:

- ✓ Computadora
- ✓ USB
- ✓ Cuadernos
- ✓ Esferos
- ✓ Lápiz
- ✓ Borrador
- ✓ Hojas para entrevista

Tecnológicos

- ✓ Internet
- ✓ Software Microsoft Excel y Word
- ✓ Red wi-fi
- ✓ Impresora
- ✓ Celular

Técnicos

- ✓ Programas Microsoft Word
- ✓ Programa Microsoft Excel
- ✓ Programa power point
- ✓ zoom

4.10 Financiamiento

Tabla 6 Financiamiento

Ingreso		Egreso	
Ventas de material pétreo	\$ 8360	Compra de materia prima 42 m3	\$ 225
		Contratación de gallinera por hora	\$ 200
		Contratación de volqueta. Tasa fija:0.14* 30km recorridos/14m3	\$ 176.4
		Mantenimiento de maquinaria	\$ 140
		Capacitaciones	\$ 300
		Publicidad	\$ 100
		Implementación de página web	\$800
		Mantenimiento de la página web mensual	\$60
		Presupuesto de riesgo por ganancia mensual 10%	69.67
		Reestructuraciones	396
Total	\$ 8360		\$ 2467.07

El proyecto se va a financiar con recursos propios de “Transporte Rocohano.

Conclusiones

A pesar de comenzar con un listado de problemas se los pudo sintetizar en tres grupos que abarcaba a todos como lo son: el factor externo con problemas que se dan fuera de la empresa, la maquinaria y materiales con averíos, la falta de materia prima y la fidelización de los clientes con tiempos de espera e implementaciones, esta síntesis nos ayuda a ver el problema de una manera directa para lograr conocer como mitigar los impactos de estas afecciones.

Al Desarrollar un plan se pudo dar solución a los principales problemas que presenta la empresa Rocohano de manera que esta puede hacer frente a un panorama anormal evitando la disminución en venta.

Se analizaron las propuestas dadas y se dio solución a cada uno los problemas que se presentaron en el plan de contingencia de manera objetiva y explícita garantizando su viabilidad para la obtención de resultados favorables y oportunos al momento que se ejecute.

El éxito de este plan solo puede darse si la empresa se compromete a emitir y poner en práctica los pasos a seguir al momento de presentarse una contingencia.

La socialización de este plan es fundamental para que cada uno de los colaboradores sepa de qué modo actuar cuando se encuentre en alguna de las situaciones antes planteadas.

Recomendaciones

Se recomienda dotar al personal del material necesario para que sean capaces de desempeñarse de manera eficaz en su trabajo diario y que estos no presenten problemas.

La creación de catálogos de los productos y servicios es una implementación recomendable, para que cada vendedor cuente con este y al momento de vender proporcionarle al cliente para que este pueda analizar su compra futura con detenimiento y determine su mejor opción de compra en transporte Rocohano.

Las implementaciones tecnológicas son una medida muy importante a implementar en un futuro, para que la atención entre cliente y empresa sea más sistematizada y rápida.

Mejorar la comunicación entre colaboradores y personal contratado sería muy factible para evitar malos entendidos al momento de realizar procesos o trabajos para los cuales se los requiere, además de hacer inducción o reconfirmaciones para una mayor seguridad del cumplimiento o compromiso adquirido con el personal a contratar.

Bibliografía

- constitucion de la republica del Ecuador. (2008). Ecuador.
- Alberto, C. (2019). *lifeder.com*. Recuperado el 09 de 2020, de <https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/>
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de investigación* (5ª ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Black, N. (1996). *Why we need observational studies to evaluate the effectiveness of health care*. BMJ.
- Bonilla, D. A. (2015). *Diseño de explotación de los materiales de construcción*. universidad central del ecuador facultad de ingeniería en geología, minas, petreos y ambiental.
- Cajas, D. F. (2011). *desarrollo de un plan de marketing*. universidad politecnica salesiana.
- Casal, E. (2003). *Tipos de Muestreo*. Barcelona, España.
- Cazau, P. (2006). *introducción a la investigación en Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Tercera edición.
- (s.f.). *diseño de explotación de los materiales de construcción*.
- Explorable.com. (17 de mayo de 2009). *Explorable.com*. Recuperado el 23 de diciembre de 2020, de <https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>
- Glass, G. V. (1984). *Statistical methods in education and psychology*.
- Hansen, M. H. (1953). *Sample Survey Methods and Theor*.
- Hernández Sampieri, F. C. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Ley de minería . (2009). Ecuador.

Martínez, R. (2000). *sdl galerias pdf sitios cielam*. Obtenido de investigaciones: [http://www.sdl.cu/gañerías/pdf/sitios/cielam/manual de metodología de investigaciones](http://www.sdl.cu/gañerías/pdf/sitios/cielam/manual%20de%20metodología%20de%20investigaciones).

Moguel, J. (2005). población infinita.

Oxford. (2020). Significados.

Pérez, J. (2009). definición de plan.

Reglamento Ambiental de Actividades Mineras . (2009). Ecuador.

Sánchez, A. (1994). *Técnicas de investigación bibliográfica*. Caracas : Contexto Ediciones.

Velasco, R. M. (2003). *Muestreo y tamaño de una muestra*. Buenos Aires: E-libro.net.

Anexos

Maquinaria utilizada en la extracción y comercialización de los pétreos.



Punto de distribución “la colina”



Bodegas de la fábrica la colina con derivados de la piedra caliza.



Productos derivados del carbonato de calcio.



Calizas San Antonio M100



Calizas San Antonio M40

Piedra caliza de “loma viva Quito”



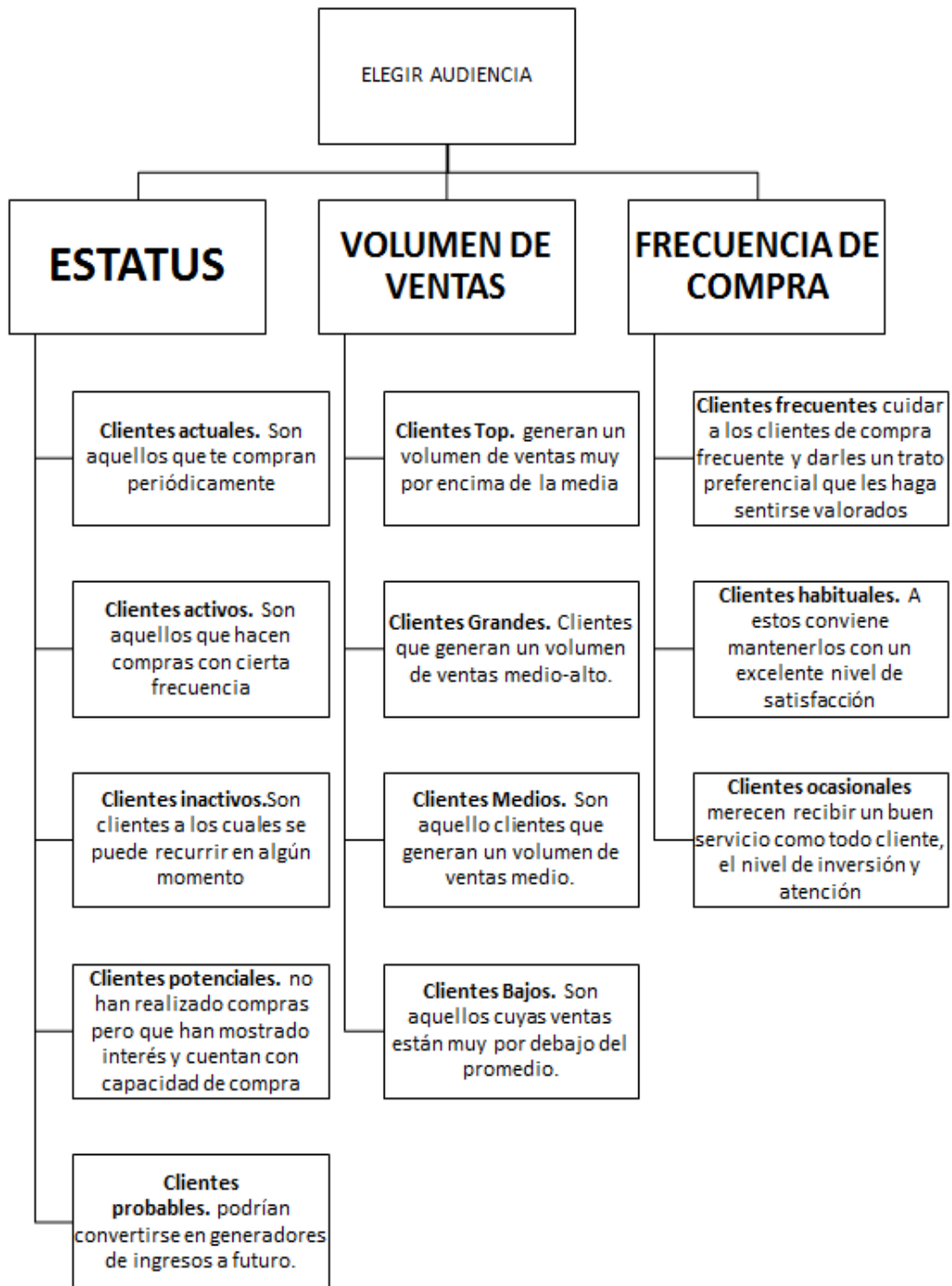
Punto minero “Loma viva Quito”



Accidente de volqueta en barranco



Tabla de segmentación de clientes





Diagnostico a la empresa “transporte Rocohano”

Señor Aurelio Rocohano Representante De Transporte Rocohano.

1. **¿Consideras apto al personal que labora en transporte Rocohano?**
Si, puesto que de otro modo no procedería a contratarlos. Y al personal interno también lo considero apto.
2. **¿Has recibido quejas del personal que trabaja para la empresa?**
En ciertas ocasiones me han reportado quejas, pero no de gravedad, pero con personal que se contrata.
3. **¿Consideras que la compañía se interesa por sus clientes?**
Sí, siempre tratamos de ofrecerle lo mejor.
4. **¿Cómo ves a tus clientes como dinero o como ente importante de tu empresa?**
Como a gente importante, parte fundamental para el crecimiento de la empresa
5. **¿Inviertes en medios para que el cliente se sienta satisfecho? ¿en qué medios inviertes?**
Si, en ocasiones incentivo a los clientes. En Agendas, canastas.
6. **¿Por qué cree que tiene clientes inactivos? ¿le preocupa tenerlos?**
Porque cambiaron de proveedor, no lo considero grave
7. **¿Con que estrategias cuenta su empresa para recuperar y atraer clientes?**
No cuento con estrategias concretas, pero me apoyo en la publicidad.

8. **¿Cree que su empresa esta adecuada para cumplir con el nivel de demanda en tiempos de alto pedido?**
Si
9. **¿Conoce sobre sus competidores y el precio estándar del mercado, del servicio y producto que comercializa?**
Sí. Para desarrollar estrategias a nivel de precios o brindar un mejor servicio
10. **¿Cree que su empresa es totalmente eficiente en sus procesos?**
Trato de cumplir con todos los requerimientos de mis clientes, para lograr que se sientan satisfechos con la calidad del servicio o producto.
11. **¿Es rentable el negocio o ya no lo es?**
En estos tiempos no es muy rentable
12. **¿Cómo catalogas a tu empresa, crees que es relevante para el mercado?**
Si es relevante en el mercado principalmente en la agricultura.
13. **¿Consideras que a tu empresa le falta maquinarias?**
Sí.
14. **¿Cómo sustentaría la inversión en maquinaria?**
Con préstamos a bajo enteres, pero actualmente el exceso de papeleos y los altos intereses hacen desistir de la idea.
15. **¿Sabe qué uso le dan sus clientes a los materiales pétreos que les vende?**
En la agricultura, en la construcción y en el área vial.
16. **¿Conoce todos los ámbitos de aplicación de los materiales que vende?**
Sí.
17. **¿Confías plenamente en los servicios y productos que comercializas?**
Si
18. **¿Cuáles consideras que son los factores que podrían afectar el negocio?**
La falta de clientes, que cierren las empresas, la pandemia.

19. **¿Revisas las noticias de cómo se desarrolla el mercado minero en otros países?**
No
20. **¿Está al día con las implementaciones del gobierno en cuanto al sector minero?**
Sí.
21. **¿Conoce la ley de minerías y su contenido?**
Algo, no a profundidad.
22. **¿La empresa cuenta con publicidad y de qué tipo?**
Si, cuenta con publicidad digital.
23. **¿La empresa cuenta con base de datos para alquiler de maquinaria?**
Sí.
24. **¿En qué mejoras o implementación desearías invertir?**
En incrementar el equipo camionero. Una página web.
25. **¿La empresa cuenta con toda su reglamentación en pago de impuestos y demás rubros?**
Si
26. **¿tu personal cuenta con sus documentos licencias al día?**
Si
27. **¿tu maquinaria está en condiciones óptimas?**
Sí.
28. **¿le das a tu personal utensilios de protección para dentro de mina?**
Sí.
29. **¿Cómo ve a su empresa en 5 años?**
Creciendo el negocio, cumpliendo sus metas a corto plazo y preparados ante cualquier situación de emergencia.
30. **¿se afiliaría a otras empresas y de ser el caso a qué tipo de empresas?**
No.