

BLUEFIELDS INDIAN & CARIBBEAN UNIVERSITY

BICU



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

FACEA

ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS

CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS

Monografía

Para optar al título de licenciada en Contaduría Pública y Finanzas

**Impacto económico al sector de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama  
con la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea en el periodo de  
2018-2020**

Autores:

Br. Yadira María López Mendoza

Br. Angélica Hortense Cayasso Ortíz

Tutor: Lic. Daitza Omari Urbina Mendoza

Bluefields, R.A.C.C.S, Nicaragua

Marzo 2022

**“La educación es la mejor opción para el desarrollo de los pueblos”**

# Índice

RESUMEN.....	i
ABSTRACT.....	ii
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1 ANTECEDENTES .....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
<b>II. OBJETIVOS.....</b>	<b>6</b>
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos .....	6
<b>III. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>7</b>
3.1 Marco Conceptual.....	7
3.1.1 Transporte Acuático .....	7
3.1.2 Transporte terrestre .....	7
3.1.3 Empresa .....	8
3.1.4 Carretera .....	8
3.1.5 Construcción.....	8
3.1.6 Economía .....	9
3.1.7 Demanda .....	9
3.1.8 Mercado .....	9
3.1.9 Servicio.....	10
3.1.10 Muelle.....	11
3.1.11 Usuario .....	11
3.1.12 Satisfacción del cliente.....	11
3.1.13 Ventajas y desventajas del transporte acuático.....	12
3.1.13.1 Ventajas .....	12
3.1.13.2 Desventajas .....	12
3.2 Marco Referencial.....	13
3.2.1 Medios de transporte y vías de comunicación.....	13
3.2.2 Beneficios económicos que generan las carreteras.....	13
3.2.3 Importancia de los beneficios económicos y sociales de las carreteras. ....	16
3.2.4 Estrategias generales para mejorar el servicio al cliente.....	16
3.2.5 Características del buen servicio .....	17

3.2.6	Claves de la atención al cliente.....	20
3.2.7	Las encuestas de opinión .....	21
3.2.8	Formas de encuestas .....	21
3.2.9	Análisis FODA.....	22
3.2.10	Objetivos del análisis FODA .....	22
3.2.11	Reglamento a la ley de transporte acuático. Ley no. 399.....	24
3.2.12	Nuevas disposiciones para el zarpe de embarcaciones. ....	26
IV.	PREGUNTAS DIRECTRICES .....	28
V.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	29
5.1	Área de localización del estudio.....	29
5.2	Tipo de estudio .....	29
5.3	Enfoque de estudio.....	29
5.4	Población de estudio .....	29
5.5	Tamaño de la muestra .....	29
5.6	Tipo de muestra.....	29
5.7	Técnicas e instrumentos para recopilar la información .....	30
5.8	Fuentes de información .....	30
5.9	Procedimientos para el análisis y procesamiento de datos.....	30
5.10	Operacionalización de variables .....	30
5.11	Validación de instrumentos.....	31
5.12	Criterio de Inclusión .....	31
5.13	Criterio de Exclusión .....	31
VI.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	32
6.1	Comparación de la demanda del servicio de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama en el periodo de 2018-2020. ....	32
6.2	Efectos que generó al servicio de transporte acuático Ruta Bluefields-El Rama la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea. ....	40
6.3	Ventajas y desventajas del servicio de transporte acuático Ruta Bluefields-El Rama .....	41
6.4	Estrategias para el mejoramiento del servicio de transporte acuático.....	42
VII.	CONCLUSIONES.....	47
VIII.	RECOMENDACIONES.....	49
IX.	REFERENCIAS .....	50
X.	ANEXOS.....	52

## **Índice de Tablas**

Tabla N°. 1 Demanda del servicio de transporte acuático .....	33
Tabla N°. 2 Comparación de la demanda de servicio de transporte acuático 2018-2019 .....	33
Tabla N°. 3 Comparación de la demanda de servicio de transporte acuático 2019-2020 .....	33
Tabla N°. 4 Ingresos anuales por ventas .....	40
Tabla N°. 5 Matriz FODA .....	44

## **Índice de Ilustraciones**

Gráfica N°. 1 Experiencia en el uso del transporte terrestre y acuático .....	34
Gráfica N°. 2 Experiencia preferida.....	35
Gráfica N°. 3 Destino del viaje .....	36
Gráfica N°. 4 Motivo para usar el servicio de transporte acuático .....	37
Gráfica N°. 5 Frecuencia de uso del servicio de transporte acuático .....	38
Gráfica N°. 6 Satisfacción del servicio de transporte acuático .....	39

## **RESUMEN**

La presente investigación fue realizada en las empresas que brindan el servicio de transporte acuático de pasajeros en la ruta Bluefields – El Rama, la empresa Terminal Costa Atlántica cuenta con 40 trabajadores y la Empresa de Transporte Jiménez Peña tiene 10 trabajadores.

El tipo de estudio utilizado fue el descriptivo de corte transversal. El enfoque del estudio es cualitativo. La población seleccionada para esta investigación es de 702 personas, de las cuales 2 forman parte de los socios propietarios de la Empresa JIPE y Terminal Costa Atlántica. Además de 700 usuarios aproximadamente del servicio de transporte acuático en la ruta Bluefields-El Rama. La muestra es de 67 personas utilizando el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia.

Se llegó a la conclusión que la demanda del servicio de transporte acuático se ha visto muy afectada para ambas empresas, ya que en la empresa Terminal Costa Atlántica S.A tuvo una disminución del 82.5% lo que generó una reducción significativa de sus ingresos y la empresa de transporte JIPE decidió utilizar sus pangas para cubrir otras rutas en la región por lo tanto ya no prestan el servicio de transporte hacia El Rama.

El 86% de los encuestados prefieren viajar vía terrestre por mayor comodidad. Los usuarios que siguen utilizando la vía acuática para viajar lo hacen porque se dirigen hacia El Rama o lugares aledaños.

Por la disminución en la demanda del servicio de transporte acuático 10 socios decidieron retirarse de la empresa Terminal Costa Atlántica y 10 trabajadores indirectos perdieron su fuente de ingresos.

La principal ventaja del transporte acuático es la única ruta directa que llegue a El Rama. Las desventajas son que el transporte acuático no cuenta con un horario establecido, los costos elevados de exceso de equipaje, la flexibilidad de horario para viajar por carretera es mayor que para viajar en panga y que resulta mucho más cómodo viajar en bus que en panga.

## **ABSTRACT**

The present investigation was carried out in the companies that provide the water transport service for passengers on Bluefields - El Rama route, the Terminal Costa Atlántica company has 40 workers and the Jiménez Peña Transport Company has 10 workers.

The type of study used was descriptive cross-sectional. The study approach is qualitative. The population selected for this research is 702 people, of which 2 are part of the owner partners of the JIPE Company and Terminal Costa Atlántica. In addition to approximately 700 users of the water transport service on Bluefields-El Rama route. The sample is 67 people using the type of non-probabilistic sampling for convenience.

It was concluded that the demand for the water transport service has been greatly affected for both companies, since the company Terminal Costa Atlántica SA had a decrease of 82.5%, which generated a significant reduction in its income and the transport company JIPE decided to use their boats to cover other routes in the region, therefore they no longer provide transport services to El Rama.

86% of those surveyed prefer to travel by land for greater comfort. Users who continue to use the waterway to travel do so because they are heading towards El Rama or nearby places.

Due to the decrease in the demand for the water transport service, 10 partners decided to withdraw from the Terminal Costa Atlántica company and 10 indirect workers lost their source of income.

The main advantage of water transport is the only direct route that reaches El Rama. The disadvantages are that water transport does not have a set schedule, the high costs of excess baggage, the flexibility of schedule to travel by road is greater than to travel by boat and that it is much more comfortable to travel by bus than by boat.

## I. INTRODUCCIÓN

La investigación titulada “**Impacto económico al sector de transporte acuático Ruta Bluefields - El Rama con la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea en el periodo de 2018-2020**” realizó un análisis de los efectos económicos que generó la construcción de la carretera Bluefields – Nueva Guinea a las empresas de transporte acuático que operan la ruta Bluefields – El Rama como son; Terminal Costa Atlántica S.A. y Transporte JIPE durante el periodo 2018 al 2020.

Las empresas de transporte acuático Terminal Costa Atlántica S.A. y Transporte JIPE se vieron afectadas con la construcción de la carretera Bluefields – Nueva Guinea puesto que disminuyó la afluencia de usuarios, esto debido a las ventajas que brinda el transporte terrestre como son el costo, el tiempo del viaje y la disponibilidad de horarios, además a dichas empresas se les concedió permiso para operar en la ruta Bluefields - Managua a través de la nueva carretera lo que implicó una importante inversión para comprar buses y cambiar tanto su estilo como la forma de trabajo a la que ya estaban habituados. (Peña, 2021)

Las empresas Terminal Costa Atlántica S.A. y Transporte JIPE son importantes para la dinamización de la economía regional y local puesto que generan empleos, pago de impuestos, transporte de personas, encomiendas y cargas, además la movilización de personas permite que otros emprendedores generen ganancias. Por lo tanto, conocer su situación actual se vuelve relevante para los futuros profesionales y empresarios que deseen conocer los efectos de los cambios en el mercado y como adaptarse a ellos para que sus empresas puedan mitigar los efectos negativos.

Para llevar a cabo esta investigación se realizaron entrevistas a los socios propietarios de las empresas de transporte acuático, así como encuestas dirigidas a los usuarios de dicho servicio, para conocer la forma en que fueron afectados y las acciones que han tomado para enfrentar la situación.

La presente investigación es de tipo descriptiva de corte transversal, porque describe el impacto económico de la construcción de la carretera Bluefields – Nueva Guinea a las empresas de transporte acuático. El enfoque del estudio es cualitativo porque se describen las ventajas y desventajas actuales del servicio de transporte acuático y se propusieron estrategias que permiten

minimizar la afectación económica en el servicio de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama durante el periodo de estudio.

La población seleccionada para esta investigación es de 702 personas, de las cuales 2 forman parte de los socios propietarios de la Empresa JIPE y Terminal Costa Atlántica. Además de 700 usuarios aproximadamente del servicio de transporte acuático en la ruta Bluefields-El Rama. La muestra es de 67 personas utilizando el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia.

## **1.1 ANTECEDENTES**

Durante la realización de la presente investigación, se logró constatar que previo a la realización de este estudio, se realizó una investigación en el año 2015 que estuvo a cargo del Lic. Reynaldo Adolfo Zeledón Cruz, la cual llevaba por tema “Análisis de la viabilidad del servicio de transporte acuático (cabotaje) de la empresa Zeledón en la ciudad de Bluefields con la construcción de la carretera Bluefields - Nueva Guinea (2013-2015).”

Durante dicho estudio (Zeledón Cruz, 2015), se planteó como objetivo analizar la viabilidad de la prestación del servicio de transporte acuático (cabotaje) de la Empresa Zeledón en Bluefields ante la apertura del servicio de transporte terrestre con la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea (2013-2015). El resultado más relevante encontrado en esta investigación fue que a pesar de que el 90% de los encuestados tienen la percepción de que la construcción de la carretera Nueva Guinea - Bluefields afectará el servicio de cabotaje acuático, solamente el 60% de los clientes actuales de la Empresa Zeledón manifestaron que dejaría de usar el transporte acuático para utilizar el servicio de transporte terrestre que ofrecerían algunas empresas con la apertura de esta carretera.

La relación que existe entre la investigación anteriormente mencionada y esta, es que persiguen objetivos similares, dado que se apunta a detectar el impacto de la construcción de la carretera Bluefields – Nueva Guinea al servicio de transporte acuático, a diferencia que la investigación realizada por Zeledón Cruz se enfocó únicamente a la empresa Zeledón.

En relación a la metodología utilizada, se aplicó el tipo de investigación descriptiva de corte transversal, con un enfoque cualitativo y se aplicó encuesta a los usuarios del servicio de transporte de la empresa Zeledón, así como revisión de documentos de la empresa como instrumentos de recolección de datos.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo investigativo se realizó con el objetivo de analizar el impacto que causó la construcción de carretera Bluefields – Nueva Guinea a las empresas de transporte acuático ya que la mayoría de los usuarios están utilizando los buses afectando de esta manera los ingresos de dichas empresas, aparte del impacto económico se determinó de qué otra manera afecta a estos negocios y sus asociados para brindar recomendaciones que puedan ayudar a contrarrestarlos.

La realización de esta investigación resulta importante porque conocer la situación actual de estas empresas se vuelve relevante para los futuros profesionales y empresarios que deseen conocer los efectos de los cambios en el mercado y como adaptarse a ellos para que sus empresas puedan mitigar los efectos negativos derivados de la construcción de la carretera Bluefields – Nueva Guinea.

Los beneficiarios directos de esta investigación son las empresas de transporte acuático; quienes podrán detectar las debilidades y adaptarse a los cambios en el mercado poniendo en práctica estrategias para mejorar los ingresos de sus empresas.

Los beneficiarios indirectos de esta investigación son los usuarios del servicio de transporte acuático en la vía Bluefields-El Rama, quienes con las mejoras aplicadas por las empresas experimenten una mejoría en el servicio obtenido.

Esta investigación fue viable porque se contó con los recursos materiales, económicos y del tiempo, además de la disponibilidad de las autoridades y de todo el personal de las empresas de transporte acuático para suministrar toda la información posible, y también el fácil acceso a las oficinas donde se realizó dicha investigación.

### **1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los cambios en las condiciones del mercado pueden afectar o ayudar a las empresas, un cambio significativo se dio en la ciudad de Bluefields con la construcción de la carretera hacia Nueva Guinea en el año 2018, ya que constituyó una vía alternativa para trasladarse hacia Managua y el resto del país para desarrollar actividades económicas y sociales, puesto que antes únicamente se podía realizar vía acuática o aérea, lo cual benefició a los usuarios debido a las ventajas del transporte terrestre como es el costo, la disponibilidad de horarios y cupos.

El problema de estudio es que no se ha realizado ninguna investigación que demuestre cuál es el impacto que generó en las empresas de transporte acuático que cubren la ruta Bluefields – El Rama, la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea, teniendo en cuenta que estos negocios constituyen un importante factor en el desarrollo regional y local contribuyendo en la dinamización de la economía por lo que realizar este estudio es preciso debido a que como futuros profesionales debemos estar claros que adaptarse a los cambios oportunamente es necesario e indispensable para mantener la estabilidad económica de las empresas y de la ciudad.

Ante la problemática antes mencionada se genera la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el impacto económico al sector de transporte acuático Ruta Bluefields-El Rama con la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea?

## **II. OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Analizar el impacto económico al sector de transporte acuático Ruta Bluefields-El Rama con la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea.

### **Objetivos Específicos**

1. Comparar la demanda del servicio de transporte acuático Ruta Bluefields-El Rama en el periodo de 2018-2020.
2. Identificar los efectos que generó al servicio de transporte acuático Ruta Bluefields-El Rama la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea.
3. Describir las ventajas y desventajas actuales del servicio de transporte acuático Ruta Bluefields-El Rama.
4. Proponer estrategias que permitan minimizar la afectación económica en el servicio de transporte acuático ante la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea.

### **III. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1 Marco Conceptual**

##### **3.1.1 Transporte Acuático**

El transporte acuático o naval es aquel que emplea vehículos capaces de desplazarse sobre y en el agua, es decir, algún tipo de embarcación. Ello también incluye a las instalaciones e infraestructuras necesarias para llevar a cabo el movimiento de pasajeros o de cargamento de esta manera, tales como puertos e instalaciones como faros. (Raffino, Concepto.de., 2020, párr. 1)

Es una de las primeras formas de transporte de la humanidad, cuyos inicios tuvieron lugar en las costas de ríos, lagos o mares. El desplazamiento sobre el agua les permitió a las civilizaciones ancestrales encontrarse con otras culturas e intercambiar con ellas mercancía con facilidad y rapidez. (Raffino, Concepto.de., 2020, párr. 2)

En la historia, a menudo significó el elemento determinante en el crecimiento y la diversificación de la economía y cultura de ciertas civilizaciones. E incluso hoy en día, el transporte acuático juega un rol igual de importante en el flujo de las materias primas y los productos elaborados de la economía global. (Raffino, Concepto.de., 2020, párr. 3)

##### **3.1.2 Transporte terrestre**

El transporte terrestre es, como su nombre lo indica, el predeterminado para desplazarse sobre la tierra. En ese sentido, depende siempre de las condiciones geográficas y meteorológicas de donde se encuentre, en un punto determinado de la superficie continental. (Raffino, Concepto.de., 2020, párr. 1)

A menudo requiere de caminos pavimentados y condicionados, conocidos como carreteras, así como de túneles y puentes que permitan surcar valles, depresiones, montañas, etc. En su totalidad, esta infraestructura compone la vialidad de un país o una región. (Raffino, Concepto.de., 2020, párr. 2)

Es uno de los métodos predilectos de traslado de bienes y pasajeros en el mundo entero, que incorporado a las ciudades permite la existencia del transporte urbano: autobuses, automóviles, motocicletas y en algunos casos tranvías, trenes o subterráneos, que trasladan a los ciudadanos de un punto a otro de la ciudad a diario. (Raffino, Concepto.de., 2020, párr. 3)

### **3.1.3 Empresa**

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Las empresas puedan clasificarse según la actividad económica que desarrollan. Así, nos encontramos con empresas del sector primario (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas), del sector secundario (dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción) y del sector terciario (empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).

Otra clasificación válida para las empresas es de acuerdo a su constitución jurídica. Existen empresas individuales (que pertenecen a una sola persona) y societarias (conformadas por varias personas). En este último grupo, las sociedades a su vez pueden ser anónimas, de responsabilidad limitada y de economía social (cooperativas), entre otras.

Las empresas también pueden ser definidas según la titularidad del capital. Así, nos encontramos con empresas privadas (su capital está en mano de particulares), públicas (controladas por el Estado), mixtas (el capital es compartido por particulares y por el Estado) y empresas de autogestión (el capital es propiedad de los trabajadores).

La administración de empresas, por su parte, es una ciencia social que se dedica al estudio de la organización de estas entidades, analizando la forma en que gestionan sus recursos, procesos y los resultados de sus actividades. (Pérez Porto & Gardey, 2021)

### **3.1.4 Carretera**

Una carretera es una infraestructura de transporte especialmente acondicionada dentro de toda una faja de terreno denominada derecho de vía, con el propósito de permitir la circulación de vehículos de manera continua en el espacio y en el tiempo, con niveles adecuados de seguridad y comodidad. (Cárdenas Grisales, 2019)

### **3.1.5 Construcción**

Es la acción y el efecto de construir o el arte de construir. O sea, se refiere a diversas estructuras creadas por el hombre mayormente de gran tamaño, como un edificio, una casa entre otros,

utilizando diversos materiales u elementos como los cimientos, la estructura, los muros exteriores las separaciones interiores etc., que ayudan a facilitar dicha creación. (Adrián, 2021)

### **3.1.6 Economía**

Área de conocimiento que estudia la creación y asignación de recursos materiales de las personas, partiendo de la base de que son escasos en relación a aspiraciones, intenciones, deseos de consumo, necesidades económicas.

**Economía normativa:** Estudio de las opiniones/juicios/valoraciones económicas que realizan los economistas sobre el funcionamiento de una Economía. Los economistas se apoyan para emitir estos juicios o valoraciones, en la teoría económica y en prescripciones ideológicas que influyen en su pensamiento doctrinal. La doctrina económica busca “acólitos” y seguidores de sus principales postulados; por ello existen corrientes de pensamiento económico.

**Economía positiva:** Estudio de la economía en su dimensión temporal, mirando al futuro, que se apoya en evidencia empírica, datos que nos ofrece el presente o el pasado, en series temporales de datos. Se hacen vaticinios/predicciones del futuro económico que nos espera, dado un escenario económico, y las interdependencias entre las variables económicas. (Domínguez Gonzalo, 2016)

### **3.1.7 Demanda**

Se puede definir como las diferentes cantidades de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes precios.

Existe una estrecha relación entre el precio y las cantidades demandadas.

Las  $Q_d = f(P)$ , se lee: las cantidades demandadas están en función del precio. Cuando el precio es alto, las cantidades que se adquieren son menores. Cuando el precio es bajo, el consumidor estará dispuesto a adquirir más unidades del producto.

Existe, por lo tanto, una relación inversa entre el precio del bien y la cantidad que los consumidores están dispuestos a demandar. (Redondo Ramírez & Terapuez Chamorro, 2018)

### **3.1.8 Mercado**

El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio.

Tradicionalmente el mercado era entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes, pero con la aparición de la tecnología, los mercados ya no necesitan un espacio físico.

No obstante, por esa razón, hay mercado mientras haya intenciones de comprar y de vender; y los participantes estén de acuerdo en efectuar los intercambios, a un precio acordado.

El intercambio se lleva a cabo porque ambos participantes obtienen un beneficio, es decir ambas partes ganan. (Quiroa, 2019)

### **3.1.9 Servicio**

Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado.

Se dice que un servicio es heterogéneo debido a que, atendiendo a diferentes factores, raramente suelen coincidir entre sí y usualmente son diseñados y realizados en atención a cada cliente individualmente. En otras palabras, no existen cadenas de producción en masa como sí sucede en la fabricación de bienes.

Por otro lado, al ser los servicios principalmente intangibles o no materiales, un consumidor no los puede poseer. Un claro ejemplo de este tipo serían los servicios de atención al cliente, habituales en grandes marcas. (Sánchez Galán, 2016)

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia de la imagen y la reputación del mismo.

- Servicio es en primer lugar un proceso. Mientras que los artículos son objetos, los servicios son realizaciones.
- El servicio no es más que el conjunto de soportes que rodean al acto de comprar.
- Los servicios hacen referencia algunas veces a bienes intangibles y una de sus principales características es que en general coincide el momento de su producción con el momento de consumo.

### **3.1.10 Muelle**

La palabra muelle puede referirse a las construcciones situadas, normalmente, a orillas de una playa, cuya función se remite a servir como una especie de superficie, sobre la que una tripulación puede iniciar la carga o descarga de una embarcación. De igual forma, se llama muelle elástico o resorte a la pequeña pieza mecánica capaz de almacenar una cantidad de energía determinada, y liberarla en cualquier momento sin sufrir daños estructurales, independientemente del material con el que estén fabricados. Los muelles de carga, por su parte, son las instalaciones o edificios en donde camiones y ferrocarriles descargan su mercancía.

Los muelles, como construcción, suelen estar constituidos por distintos materiales, como ladrillos, piedras o madera. Estos, para que se mantengan en pie, son afianzados al lecho marino mediante una serie de bases, cuyas conexiones pueden ser de diversas formas. Es bastante común encontrar varios muelles en puertos fluviales o marítimos, debido a la gran cantidad de embarcaciones que hacen su llegada al lugar. Cabe destacar que, sin importar si se trata de un navío a cargo de mercancía o sigue una ruta turística, este puede hacer uso de cualquier muelle disponible.

Los muelles de carga se diferencian de los anteriores por, como se mencionó anteriormente, dedicarse a los camiones y ferrocarriles, además de encontrarse en espacios cerrados, con un ambiente controlado. Hacen uso de diversos instrumentos y componentes especiales, como puertas automáticas, niveladores de muelle y plataformas elevadoras, que facilitarían la tarea de descarga. Otros objetos identificados como muelles, como los muelles balancines, las tradicionales máquinas que se encuentran en los parques para niños, y en donde estos pueden balancearse por sí solos. (Definicionyque.es, 2017)

### **3.1.11 Usuario**

Un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín usuarios, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público. (Real Academia Española, 2018)

### **3.1.12 Satisfacción del cliente**

El concepto satisfacción del cliente es una medición de la satisfacción que tiene este acerca de los productos y servicios de una empresa. (Peiró, 2018)

La satisfacción del cliente es esencial para una empresa, puesto que ahí radica que siga consumiendo los productos y servicios de esa marca y que la pueda recomendar a otro tipo de usuarios. Los resultados de esta satisfacción pueden ser una de las claves para el aumento de las ventas de un negocio. (Peiró, 2018, párr. 2)

En la actualidad un consumidor tiene a su disposición una gran cantidad de marcas que venden el mismo producto o servicio, tiene la difícil decisión de escoger cuál de ellas es la mejor para él. Ahora bien, si obtiene una experiencia de compra positiva la satisfacción que es lo que se genera a continuación podrá hacer que la empresa suba enteros en el mercado. (Peiró, 2018, párr. 3)

### **3.1.13 Ventajas y desventajas del transporte acuático**

#### **3.1.13.1 Ventajas**

El transporte acuático ha sido, desde sus inicios, una actividad fundamental de la humanidad, en sus distintas posibilidades. En primer lugar, porque permite el traslado de grandes cantidades de materiales o de pasajeros, de puerto a puerto, surcando kilómetros de océanos o de ríos.

Además, son un transporte relativamente cómodo y confiable. De hecho, los naufragios son, hoy en día, menos frecuentes que los accidentes aéreos y ciertamente menos dramáticos.

Por otro lado, el transporte acuático jugó un papel clave en la mundialización económica, como parte de las dinámicas de colonización y extracción de materia prima a que las potencias europeas sometieron al resto del mundo durante los siglos XV al XIX. Así sembró las semillas de la futura globalización.

Del mismo modo su aparición permitió el intercambio migratorio (y con ello cultural, social, etc.), hecho posible en términos más o menos masivos. Todo ello hace que el transporte acuático goce de una importancia de la que carecen muchas otras formas de transportación. (Raffino, concepto.de., 2020)

#### **3.1.13.2 Desventajas**

Las desventajas del transporte acuático tienen que ver, en principio, con su lentitud, en comparación al menos con el transporte aéreo y con el ferroviario. Los barcos de carga son generalmente vehículos voluminosos y lentos, si bien relativamente seguros.

Por otro lado, existe la posibilidad de accidentes y naufragios, como se hace evidente en los frecuentes casos de tanqueros y transportes de petróleo que encallan o se rompen y esparcen su cargamento por doquier, causando graves secuelas ecológicas. (Raffino, Concepto.de., 2020)

## **3.2 Marco Referencial**

### **3.2.1 Medios de transporte y vías de comunicación.**

Los medios de transporte y vías de comunicación brindan beneficios como:

- Facilitar el desarrollo cultural y socioeconómico de los pueblos.
- Sirven para acortar distancias.
- Unen y mejoran la relación entre las personas, las ciudades, los mercados y las zonas agrícolas.
- Favorecen el intercambio de productos, mercancías y otros servicios para el desarrollo del país.

Así pues, las infraestructuras de transporte juegan un papel importante en la provisión directa de servicios a la población como en los mecanismos que traducen el crecimiento económico en mejoras de calidad de vida de este segmento de población.

En el caso de zonas rurales (con frecuencia más atrasadas), las infraestructuras de transporte constituyen el único modo de mantener contacto con poblaciones más desarrolladas, en las que existen dichos servicios. (Jou, 2018)

### **3.2.2 Beneficios económicos que generan las carreteras**

El transporte es un factor clave en la competitividad de las empresas. Las empresas buscan abastecerse rápidamente de materias primas y poner a disposición del cliente sus productos terminados. Precisamente en esta rapidez que exige el público, influyen directamente infraestructuras como las carreteras. Y es que, las mejoras en infraestructuras contribuyen a que las empresas reduzcan costes.

No cabe duda de que una buena red de carreteras permite un acceso más rápido a los mercados, así como también permite ahorrar en costes logísticos. Igualmente posibilitan una mejor movilidad de los trabajadores, al tiempo que posibilitan la entrada de mercancías procedentes del extranjero, lo que contribuye a disminuir el proteccionismo.

También a nivel empresarial, las infraestructuras disponibles juegan un papel fundamental a la hora de localizar una empresa. No cabe duda que una buena comunicación por carretera será un factor decisivo a la hora de seleccionar el lugar en el que ubicar una empresa. (López Cabia, 2020)

### **Efectos macroeconómicos**

En el plano macroeconómico, las carreteras son un elemento de gran importancia. En tiempos de crisis económica, los Estados impulsan la obra pública y, en concreto, la construcción de carreteras. La finalidad de este tipo de medidas es estimular la economía, dando impulso a corto plazo al aumento de la producción y al crecimiento del empleo.

Precisamente en relación con el empleo, las infraestructuras guardan una relación muy importante. De manera indirecta se crean puestos de trabajo en actividades auxiliares tales como restaurantes de carretera o gasolineras, por no hablar de su impacto positivo sobre el sector turístico.

### **Calidad de vida**

Más allá de la competitividad empresarial y de las grandes cifras de la economía nacional, el estado de las infraestructuras tiene impactos muy importantes sobre el nivel de vida de una determinada región.

En aquellas zonas bien comunicadas, con unas buenas infraestructuras, existe una mejor distribución de la renta. En otras palabras, disponer de unas buenas carreteras permite un mayor crecimiento de la actividad económica, haciendo que más ciudadanos se beneficien de ello y, por tanto, dando lugar a una mejor distribución de la riqueza y a una sociedad con menores desigualdades.

Además, en línea con el reparto de la riqueza se encuentra la lucha contra la pobreza. Pero, ¿cómo incide la construcción de infraestructuras como las carreteras en la batalla contra la pobreza? En primer lugar, contribuyen a llevar alimentos, sanidad y educación a las zonas más castigadas por la pobreza, dando respuesta a las necesidades más inmediatas. En segundo lugar, y como anteriormente hemos explicado, la población se beneficia del incremento de la actividad económica que las infraestructuras generan a su alrededor, lo que supone una fuente de oportunidades en el empleo al tiempo que contribuye a mejorar el nivel de renta. (López Cabia, 2020)

La inversión en infraestructura resulta indispensable para el desarrollo económico y social de un país, ya que eleva la competitividad de la economía al satisfacer las condiciones básicas para el avance de las actividades productivas.

Además de esto, contribuye a fortalecer a la industria nacional en sus procesos de producción, distribución y comercialización, haciéndola más productiva y competitiva, al crear carreteras, puertos, aeropuertos y telecomunicaciones para el transporte de mercancías, personas e información; al cimentar las instalaciones que suministren energía eléctrica, petróleo y gas, para proveer los energéticos requeridos; al erigir instalaciones turísticas que permitan el acceso de recursos económicos adicionales al país.

Actualmente, el desarrollo de una nación se mide por la calidad de sus vías de comunicación. Ninguna sociedad concibe su desarrollo al margen de un eficiente sistema de comunicación vial. Las carreteras son obras estratégicas para el desarrollo.

Una obra vial bien planificada se traduce en reducciones de los costos operativos, proporcionando una mayor movilidad de personas, bienes y servicios; mejorando en tiempo y contaminación del ambiente, y en consecuencia brindando más impulso económico de las zonas por donde atraviesan. (Torres, 2016)

Los beneficios socioeconómicos proporcionados por los proyectos de caminos y carreteras, incluyen la confiabilidad bajo todas las condiciones climáticas, la reducción de los costos de transporte, el mayor acceso a los mercados para los cultivos y productos locales, el acceso a nuevos centros de empleo, la contratación de trabajadores locales en el proyecto en sí, el mayor acceso a la atención médica y otros servicios sociales, y el fortalecimiento de las economías locales. (Torres, 2016)

La importancia de las carreteras radica en que es la columna vertebral del transporte, su construcción y mantenimiento se vuelven estratégicas para el desarrollo y crecimiento de un país que desea quiere crecer en comercio interior y exterior. (Torres, 2016)

Además, la inversión en infraestructura estimula a la industria de la construcción, actividad que incorpora a un elevado número de trabajadores temporales a su nómina, por lo que representa un fuerte impulso para el crecimiento del empleo. (Torres, 2016)

### **3.2.3 Importancia de los beneficios económicos y sociales de las carreteras.**

La inversión en infraestructura resulta indispensable para el desarrollo económico y social de un país, ya que eleva la competitividad de la economía al satisfacer las condiciones básicas para el avance de las actividades productivas.

Además de esto, contribuye a fortalecer a la industria nacional en sus procesos de producción, distribución y comercialización, haciéndola más productiva y competitiva, al crear carreteras, puertos, aeropuertos y telecomunicaciones para el transporte de mercancías, personas e información; al cimentar las instalaciones que suministren energía eléctrica, petróleo y gas, para proveer los energéticos requeridos; al erigir instalaciones turísticas que permitan el acceso de recursos económicos adicionales al país.

Actualmente, el desarrollo de una nación se mide por la calidad de sus vías de comunicación. Ninguna sociedad concibe su desarrollo al margen de un eficiente sistema de comunicación vial. Las carreteras son obras estratégicas para el desarrollo.

Una obra vial bien planificada se traduce en reducciones de los costos operativos, proporcionando una mayor movilidad de personas, bienes y servicios; mejorando en tiempo y contaminación del ambiente, y en consecuencia brindando más impulso económico de las zonas por donde atraviesan.

Los beneficios socioeconómicos proporcionados por los proyectos de caminos y carreteras, incluyen la confiabilidad bajo todas las condiciones climáticas, la reducción de los costos de transporte, el mayor acceso a los mercados para los cultivos y productos locales, el acceso a nuevos centros de empleo, la contratación de trabajadores locales en el proyecto en sí, el mayor acceso a la atención médica y otros servicios sociales, y el fortalecimiento de las economías locales.

La importancia de las carreteras radica en que es la columna vertebral del transporte, su construcción y mantenimiento se vuelven estratégicas para el desarrollo y crecimiento de un país que desea quiere crecer en comercio interior y exterior. (VISE, 2021)

### **3.2.4 Estrategias generales para mejorar el servicio al cliente**

Definir una estrategia de servicio al cliente es un paso clave para mejorar la satisfacción de los consumidores. Entre las actividades que pueden llevarse a cabo en este marco estratégico se incluyen las 5 siguientes:

- **Crear una visión de servicio al cliente.** Es importante comunicar la visión de servicio al cliente a los empleados, ya que ellos deben comprender cuál es la visión y los objetivos de la organización para el servicio al cliente y comprender su responsabilidad para ayudar a lograr esa visión.
- **Evaluar las necesidades del cliente.** Las organizaciones a menudo fallan y desperdician recursos valiosos, creando productos y servicios que pensaban que el cliente quería, solo para descubrir que no era lo que el cliente quería en absoluto. El truco es averiguar qué es lo que quiere el cliente, y, para ello, nada mejor que preguntarles. De esta forma se puede conocer su percepción de los servicios que se brindan y determinar cuáles son sus necesidades y expectativas.
- **Formar y preparar a los empleados.** Es importante evaluar a los empleados y garantizar que posean la disposición y el conjunto de habilidades para ayudar a respaldar un entorno de servicio al cliente sólido. En el marco de las estrategias de servicio al cliente, hay que aceptar que la formación es tan importante como una buena selección de personal, porque las habilidades se pueden enseñar, pero la actitud y la personalidad no.
- **Establecer metas para el servicio al cliente.** Las estrategias de servicio al cliente ayudan a crear y reforzar una cultura de servicio. Una vez que se identifican las necesidades y expectativas del cliente y se mide su satisfacción, es hora de crear objetivos para alcanzar los niveles deseados y mantenerlos.
- **Recompensar y reconocer un buen servicio,** que premie la empatía, dedicación y alineación con los objetivos de la estrategia de servicio al cliente de la compañía. (EAE Business School, 2021)

### 3.2.5 Características del buen servicio

#### 3.2.5.1 Amistoso

Un excelente servicio al cliente, en esencia, debe ser amigable. Los asesores deben comenzar y finalizar la conversación con una sonrisa, mientras construyen una buena relación con el cliente en el medio.

Para hacer esto, los asesores deben buscar comprender la causa de la emoción del cliente, administrar su propia respuesta y usar técnicas de construcción de simpatía, como demostrar similitudes. (Parada Visual, 2021)

### **3.2.5.2 Centrado en el equipo**

Su negocio se basa en la colaboración del cliente. La interacción es la característica definitoria de su modelo de negocio, así como su estrategia de compromiso y satisfacción.

Su empresa debe estar dispuesta y ser capaz de interactuar con sus clientes de una manera que otros no puedan. Cuando los objetivos se centran en la solución y la resolución, no puede equivocarse. Un excelente servicio al cliente también es a menudo el resultado de un buen trabajo en equipo, con asesores que aprovechan la sabiduría de sus colegas para brindar el mejor servicio al cliente posible. (Parada Visual, 2021)

### **3.2.5.3 Proactivo**

Para el cliente, el servicio significa servirnos. Sin embargo, con demasiada frecuencia, nuestra estrategia de servicio es reactiva y se basa en el control de daños. Su empresa puede crear un camino feliz que dependa de la proactividad a lo largo de la experiencia del cliente.

Una estrategia de marketing inteligente combinada con un servicio al cliente proactivo puede satisfacer y satisfacerá las necesidades del cliente e iluminará el camino feliz hacia las ventas y la satisfacción.

Para crear una estrategia de salida proactiva, comience por rediseñar los recorridos de sus clientes para crear reglas clave sobre cuándo es mejor intervenir y reducir el esfuerzo del cliente.

Las herramientas de proactividad utilizan datos para enviar mensajes predictivos, por lo que los datos de entrada no pueden ser incorrectos. De lo contrario, confundirá y frustrará a los clientes.

Alinear su estrategia de mensajería para que los clientes no reciban varios mensajes en un corto espacio de tiempo o mensajes que sean irrelevantes para su situación. (Parada Visual, 2021)

### **3.2.5.4 Emocionalmente inteligente**

Un excelente servicio al cliente consiste en saber qué hacer cuando las cosas van mal. La clave es asegurarse de que sus asesores estén equipados con la cantidad adecuada de inteligencia emocional para abordar los problemas cuando ocurran.

Un asesor puede interactuar con cientos de clientes cada día. Cada interacción ocurrirá en una frecuencia y longitud de onda emocional diferente.

Aquellos que tienen una inteligencia emocional excepcional pueden adaptarse fácilmente a los diversos estados emocionales del cliente, actualizando sus respuestas en consecuencia.

Mostrar empatía en el momento adecuado, brindar soporte y soluciones rápidamente y escuchar activamente garantizará que los clientes reciban un excelente servicio al cliente independientemente de la situación. (Parada Visual, 2021)

### **3.2.5.5 Empático**

En el clima actual, muchos clientes están recurriendo a la voz para ayudarlos en cuestiones más complejas.

Es importante que estas conversaciones críticas sean tratadas por un asesor que sea empático con la situación individual de cada cliente.

Para ayudar a desarrollar una empatía natural, capacite a los asesores en utilizar la escucha activa y hacer preguntas respetuosas para comprender el alcance total de este problema. Muestre reconocimiento de cómo se siente el cliente y demuestre comprensión

Tranquilice al cliente diciéndole que lo ayudará a resolver el problema. Este primer punto es especialmente importante, ya que la escucha activa desbloquea un servicio al cliente excelente y empático. (Parada Visual, 2021)

### **3.2.5.6 Atento**

Con demasiada frecuencia, el servicio al cliente deficiente se debe a la falta de escucha con la intención de comprender realmente al cliente y sus necesidades.

Disminuir la velocidad, escuchar y estar atento a su cliente le permite hacer las preguntas correctas para resolver la consulta rápidamente.

Los asentimientos verbales y hacer preguntas relevantes lo ayudarán a generar confianza al darle a su cliente espacio para hablar mientras le demuestra que está escuchando.

No interrumpa a su cliente ni hable por él, incluso si cree que sabe lo que está a punto de decir, ya que esto se notará cuando apresure la llamada para su beneficio. (Parada Visual, 2021)

### **3.2.5.7 Claro y obvio**

Tener una comunicación clara con sus clientes es fundamental. Previene malentendidos y reduce fricciones, consultas de seguimiento y quejas.

Hacer que la experiencia de servicio al cliente sea clara y obvia también ayuda a establecer transparencia y genera confianza con sus clientes.

Es importante que compruebe la comprensión de su cliente antes de terminar su conversación y siempre pregunte si tiene alguna duda antes de dejarlo ir.

Ser claro y obvio debería ser un objetivo clave dentro de cualquier tipo de comunicación con el cliente. (Parada Visual, 2021)

### **3.2.5.8 Propiedad**

A menudo, las mejores experiencias de servicio al cliente combinan la empatía con la propiedad. Cuando un asesor dice: “Lamento mucho oír lo que estás pasando, déjame que te lo arregle” o “busquemos una solución juntos”, eso va mucho más allá de la empatía por sí sola.

Cuando el servicio al cliente incluye ambas características, los clientes se sienten escuchados y apoyados, lo que puede hacer más que generar satisfacción en el momento. (Parada Visual, 2021)

### **3.2.5.9 Inspirador**

Un gran servicio es sentirse valorado como cliente, no por algo extraordinario, sino por cómo manejan mi consulta diaria. La gente siempre habla de un excelente servicio cuando se ha resuelto una consulta o queja y la empresa ha hecho un esfuerzo adicional al hacerlo.

Una empresa que ofrece un excelente servicio al cliente brinda un toque humano donde su personal trabaja con orgullo y lo inspira a confiar en ellos. No siempre se trata de hacerlo bien a la primera, sino de reconocer que los errores ocurren y disculparse por ellos. (Parada Visual, 2021)

## **3.2.6 Claves de la atención al cliente**

Empresas como Amazon, Zappos o Harley Davidson suelen mencionarse cada vez que se habla de una estrategia de servicio al cliente que funciona. Algunas de las claves de estos negocios de éxito para atraer y fidelizar son:

- Ofrecer a todos sus empleados un excelente conocimiento del producto.
- Capacitar a los empleados en la empatía del cliente.
- Construir una infraestructura que dé soporte un excelente servicio al cliente, de chatbots, a opciones de autoayuda optimizadas y llamadas en lugar de largos tiempos de espera.
- Tratar de resolver los problemas de los clientes en su primer punto de contacto.

- Empoderar a sus empleados para hacer felices a los clientes.
- Cumplir las promesas.
- Personalizar al máximo.

### **3.2.7 Las encuestas de opinión**

Realizar encuestas de satisfacción del cliente es una práctica empresarial que ofrece, como mínimo, dos grandes ventajas para las empresas: se establece un canal de comunicación directa con los clientes, que pasan a sentirse más considerados y contemplados; y la empresa aumenta sus posibilidades de ofrecer productos y servicios más adecuados, que atiendan a las demandas reales de sus clientes.

Sabiendo qué piensa y espera el cliente de la empresa, los errores tienden a disminuir, los procesos son mejor direccionados y los ajustes se realizan partiendo de datos concretos sobre lo que debe ser mejorado.

Para que una encuesta de satisfacción traiga resultados, no necesita de una gran iniciativa, ni ocupar medios y metodologías caras. El uso del internet y de las redes sociales, que es cada vez más creciente en el mundo, facilita el encuentro entre un gran número de consumidores y empresas, generando significativa disminución en los gastos con publicidad y encuestas.

Las encuestas pueden ser enviadas por mail o a través de otros canales como las redes sociales, SMS, teléfono, tablets, correo y páginas web, facilitando el contacto revelando a las empresas lo que podría ser mejorado. (Rivas, satisfacciondelcliente.com, 2018)

### **3.2.8 Formas de encuestas**

Para que los clientes no se desanimen frente a las encuestas, estas deben ser cortas y con preguntas objetivas. La mayoría de las preguntas debe ser de múltiple elección y es recomendable que solamente sugerencias se hagan de manera discursiva.

Aplicar la encuesta pocos días después de haber realizado una venta es lo más indicado, así el cliente tendrá sus impresiones más frescas sobre la adquisición. Si tu empresa es una tienda o establecimiento físico, es bueno tener encuestas impresas para que los clientes respondan directamente en el balcón de atención, eso traerá informaciones inmediatas. (Rivas, satisfacciondelcliente.com, 2018)

### **3.2.9 Análisis FODA**

El análisis FODA es una herramienta diseñada para conocer la situación real de una organización, empresa, o proyecto dentro del mercado. Consiste en realizar una lista con las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para facilitar la toma de decisiones a futuro.

A nivel organizativo, se utiliza para determinar si los objetivos se alinean con las proyecciones de crecimiento y con los puntos de referencia de éxito que fueron determinados en el benchmarking.

También se puede utilizar para determinar cómo está funcionando un proyecto en particular de acuerdo con los parámetros y objetivos trazados inicialmente.

El análisis FODA hace un diagnóstico examinando las características de la empresa frente a sus competidores. Con él es posible planear y definir las estrategias que se llevarán a cabo en el futuro. Por eso, es una parte importante del business plan de las organizaciones. (Da Silva, 2021)

### **3.2.10 Objetivos del análisis FODA**

El objetivo principal del análisis FODA es realizar un diagnóstico certero de la compañía. Esto permitirá identificar y aprovechar los puntos positivos, además de atacar las debilidades para convertirlas en oportunidades.

Sin embargo, FODA también tiene algunos objetivos específicos:

- **Sirve como base de un plan estratégico**

El plan estratégico es un proyecto muy importante para una empresa, principalmente cuando está iniciando sus actividades. Entender cómo hacer análisis FODA permite planificar el camino para alcanzar los objetivos que han sido definidos previamente.

Como vimos antes, el 80% de las nuevas empresas fracasan por no tener un plan estratégico. Para sobrevivir en el mercado es imprescindible planificar las estrategias que vas a implementar en tu negocio.

Un diagnóstico hecho a partir del análisis FODA permitirá planear esas acciones fácilmente. Podrás concluir si vale la pena ejecutar algunas estrategias y ayudar a identificar problemas con antecedencia. (Da Silva, 2021)

- **Analizar completamente el panorama**

Con la matriz FODA es posible realizar un análisis tanto interno cuanto externo para entender el panorama actual del mercado.

Los cuatro elementos clave (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) son comunes en todos los análisis FODA. Sin embargo, la mayoría de las empresas crean las subcategorías “Interno” y “Externo” para realizar una investigación más profunda.

Por lo general, las fortalezas y debilidades se consideran factores internos, ya que son el resultado de decisiones organizativas bajo el control de tu empresa o equipo.

Una alta tasa de abandono, por ejemplo, se clasificaría como una debilidad. Aun así, corregir este problema con estrategias puntuales depende solamente de tu empresa. Por este motivo se considera un factor interno.

Los competidores emergentes serían categorizados como una amenaza, pero se puede hacer poco y nada al respecto. Esto los convierte en un factor externo.

Subcategorizar los cuatro elementos principales en factores internos y externos no es - necesariamente- fundamental para el éxito del análisis FODA.

Sin embargo, puede ser útil para determinar el próximo movimiento dentro del mercado o evaluar el grado de control que tienes sobre un problema u oportunidad.

Entender cómo hacer un análisis FODA ayudará a identificar cómo está el mercado y cuál es la posición de tu empresa dentro de él. (Da Silva, 2021)

- **Apoyo en la toma de decisiones**

A partir del análisis FODA es posible mapear los problemas y oportunidades.

Cuando hayas creado tu plan estratégico y analizado completamente el panorama actual del mercado, será posible tomar decisiones para mejorar el rumbo de tu empresa.

Algunas decisiones importantes son:

- Contratar más empleados.
- Crear políticas de atención al cliente.
- Segmentar nuevamente a tu público objetivo.

- Modificar el buyer persona.
- Lanzar más productos o servicios.
- Implementar estrategias para fidelizar clientes.
- Reasignar presupuestos.

En este entorno altamente dinámico, brindar una excelente experiencia a los clientes se convirtió en una forma clave de diferenciación, así como en un indicador del éxito general. Sin embargo, tomar decisiones a veces puede ser complicado.

Para aprovechar las oportunidades y corregir las debilidades de tu empresa es fundamental entender los desafíos que existen en el mercado. A continuación, podrás descargar el informe “Cómo superar los desafíos de la experiencia del cliente”, para entender cómo adaptarte y responder a las nuevas exigencias de la experiencia de los clientes en el mundo moderno. (Da Silva, 2021)

### **3.2.11 Reglamento a la ley de transporte acuático. Ley no. 399**

#### **Capítulo III**

#### **De las condiciones de seguridad**

##### **Condiciones de seguridad**

Artículo 19.- Los buques y artefactos navales deben reunir las condiciones de seguridad previstas en leyes nacionales, en los convenios internacionales incorporados al ordenamiento jurídico nacional y en las formas que a tal efecto se dicten por autoridad competente.

##### **Determinación de las condiciones de seguridad**

Artículo 20.- Las condiciones de seguridad de los buques y artefactos navales nacionales, serán determinadas por la DGTA de acuerdo con la naturaleza y finalidad de los servicios que presten y de la navegación que efectúen.

##### **Vigilancia técnica**

Artículo 21.- Le corresponde a la DGTA la vigilancia técnica sobre las condiciones de seguridad de los buques y artefactos navales, mediante las inspecciones ordinarias y extraordinarias que determine el reglamento de la presente Ley y los convenios internacionales de los que Nicaragua sea parte. (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua, 2001)

De los resultados de la vigilancia técnica a las condiciones de seguridad la DGTA informará a los Distritos Navales y en conjunto, cuando un buque o artefacto naval no tenga las condiciones de seguridad, requerirán a su dueño o representante a que tomen las medidas necesarias para superar los aspectos técnicos que garanticen su funcionamiento y seguridad de la navegación.

Las Capitanías de Puertos de forma supletoria cuando en los puertos no existieran inspectores de la DGTA, realizarán la inspección técnica a los buques o artefactos navales que a su consideración no presentan las condiciones de seguridad debiendo informar la DGTA los resultados de la inspección y no se les extenderá zarpe hasta que la misma se realice y los problemas hayan sido superados. (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua, 2001)

## **Capítulo v**

### **De los certificados de seguridad**

#### **Certificados de seguridad**

Artículo 25.- La DGTA otorgará los respectivos certificados de seguridad a los buques o artefactos navales reconocidos o inspeccionados cuando estos reúnan las condiciones de seguridad requeridas en las leyes y reglamentos nacionales y en los convenios internacionales ratificados por Nicaragua.

#### **Delegación**

Artículo 26.- La DGTA, para verificar las condiciones de navegabilidad, seguridad prevención de la contaminación de un buque o artefacto naval extranjero, puede disponer su inspección y aun impedir su salida, notificando de cualquier medida al representante diplomático o consultar del estado bandera del buque o artefacto naval, si existiera en el país tal representación. En todo caso, la Autoridad Marítima (DGTA) ofrecerá la tripulación, a expensas de ésta, las facilidades necesarias para comunicarse con el país de bandera de buque o artefacto naval.

#### **Reglamentación**

Artículo 27.- La reglamentación respectiva establecerá el tipo, forma, contenido y plazo de duración de los certificados de seguridad.

#### **Exhibición de los certificados**

Artículo 28.- Los certificados de seguridad deberán de permanecer a bordo del buque o artefacto naval y ser presentados cuando la Autoridad marítima u otra autoridad competente los solicite.

#### **Sanciones administrativas**

Artículo 29.- La carencia o el vencimiento de los certificados de seguridad, dará lugar a que la Autoridad Marítima prohíba la navegación o la prestación del servicio a que se haya destinado el buque o artefacto naval. (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua, 2001)

### **3.2.12 Nuevas disposiciones para el zarpe de embarcaciones.**

A través de un comunicado de prensa, la Fuerza Naval presentó las acciones establecidas después del fatal accidente acontecido en Corn Island.

Ejército de Nicaragua

Comunicado No. 001/2016

La Dirección de Relaciones Públicas y Exteriores del Ejército de Nicaragua hace saber a la ciudadanía en general, que ante los sucesos lamentables ocasionados por el naufragio de la embarcación Reyna del Caribe el pasado sábado 23 de enero del presente año, acontecimiento que se produjo a tres millas náuticas al suroeste de Little Corn Island (Pequeña Isla del Maíz) y en el que perdieron la vida 12 hermanos costarricenses y aún se mantiene un menor en condición de desaparecido, más las lesiones sufridas por las personas que utilizaron esta embarcación, estamos cumpliendo lo siguiente:

1. Por instrucciones del Comandante Daniel Ortega Saavedra, Presidente de la República y Jefe Supremo del Ejército de Nicaragua hemos procedido con la Fuerza Naval a extremar las medidas de seguridad dispuestas en la Ley No 399 (Ley General de Transporte Acuático) y el Manual de Procedimientos Operativos para la Fuerza Naval, con el fin de evitar la pérdida de vidas y lesiones a los usuarios de transporte en espacios marítimos y cuerpos de agua interiores, así como en los puertos y atracaderos autorizados. (La voz del Sandinismo, 2016)
2. El personal de la Fuerza Naval en las Capitanías de Puertos y los Puestos de Control de Embarcaciones de manera estricta están exigiendo que las embarcaciones para poder navegar deben contar con:
  - a) Autorización, despacho y zarpe emitido por la Fuerza Naval.
  - b) Sondeo de la embarcación.
  - c) La existencia de chalecos individuales y colectivos en buen estado.
  - d) Medios de comunicación en pleno funcionamiento.
  - e) Medios técnicos de ayuda a la navegación.
  - f) Medios de señalización para el aviso de emergencias.
  - g) Medios de control de averías.

h) Medios de lucha contra incendios.

i) Carga y pasajeros de conformidad a las capacidades que con registro de la Dirección General Transporte Acuático cada embarcación tiene autorizado.

3. El siniestro marítimo fue provocado por la acción temeraria del ciudadano Hilario Blandón, patrón de la lancha, quien violentando la Ley No. 399, salió de un lugar no habilitado, sin la autorización, zarpe y sondeo de la embarcación, evadiendo liberadamente los procedimientos y controles establecidos por la Fuerza Naval como autoridad marítima en los muelles y atracaderos autorizados. (La voz del Sandinismo, 2016)

#### **IV. PREGUNTAS DIRECTRICES**

1. ¿Cuál es la demanda del servicio de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama en el periodo de 2018-2020?
2. ¿Cuáles son los efectos que generó la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea al servicio de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama?
3. ¿Qué ventajas y desventajas presenta el servicio de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama?
4. ¿Qué estrategias se podrían implementar para minimizar la afectación económica en el servicio de transporte acuático ante la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea?

## **V. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **5.1 Área de localización del estudio**

El presente estudio se realizó en la ciudad de Bluefields, Región Autónoma Costa Caribe Sur, Republica de Nicaragua en las empresas Terminal Costa Atlántica S.A. y Transporte JIPE.

### **5.2 Tipo de estudio**

La presente investigación es de tipo descriptiva de corte transversal porque describe el impacto económico de la construcción de la carretera Bluefields – Nueva Guinea a las empresas de transporte acuático que laboran en la ruta Bluefields – El Rama, y de corte transversal debido a que aborda el periodo comprendido entre los años 2018 – 2020.

### **5.3 Enfoque de estudio**

El enfoque del estudio es cualitativo porque se describen las ventajas y desventajas actuales del servicio de transporte acuático y se propusieron estrategias que permiten minimizar la afectación económica en el servicio de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama durante el periodo de estudio.

### **5.4 Población de estudio**

La población seleccionada para esta investigación es de 702 personas, de las cuales 2 forman parte de los socios propietarios de la Empresa JIPE y Terminal Costa Atlántica. Además de 700 usuarios aproximadamente del servicio de transporte acuático en la ruta Bluefields-El Rama.

### **5.5 Tamaño de la muestra**

La muestra es de 67 personas de los cuales 65 son usuarios y 2 socios propietarios de las empresas de transporte JIPE y Terminal Costa Atlántica.

### **5.6 Tipo de muestra**

El tipo de muestreo es no probabilístico por conveniencia debido a que se seleccionaron a los usuarios reales de la ruta Bluefields-El Rama y a trabajadores de las empresas de transporte JIPE y Terminal Costa Atlántica de acuerdo a criterios de inclusión y exclusión.

### 5.7 Técnicas e instrumentos para recopilar la información

La técnica implementada para la recolección de la información fue mediante el contacto directo a las personas seleccionadas como parte de la muestra.

En esta investigación se utilizaron los siguientes instrumentos para la recopilación de datos:

Se utilizó el método de la encuesta a los usuarios del servicio de transporte acuático con el fin de recabar la información necesaria en forma rápida y veraz, diseñándose una encuesta con preguntas cerradas, de opción múltiple y algunas abiertas que abarcaron aspectos relevantes del tema objeto de estudio, se aplicaron 65 encuestas a los usuarios; además se utilizó el método de la entrevista a 2 de los socios propietarios de las empresas de transporte JIPE y Terminal Costa Atlántica.

### 5.8 Fuentes de información

La fuente de Información que se utilizó para realizar esta investigación es la siguiente:

- Fuente de Información Primaria: El proceso a través del cual se accedió a la información primaria fue mediante entrevistas a los socios y trabajadores de las empresas de transporte acuático y encuestas a usuarios reales de las mismas.
- Fuente de Información Secundaria: Se obtuvo de libros e Internet.

### 5.9 Procedimientos para el análisis y procesamiento de datos

Para procesar la información recopilada se utilizó el programa de Microsoft Word para la edición y el levantado de texto, además de Microsoft Excel para la realización de Tablas y Gráficos.

### 5.10 Operacionalización de variables

Variables	Definición Operativa	Indicadores
Impacto económico	Efecto que determinados fenómenos tienen sobre la economía de un sector, persona o empresa.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Variación en la cantidad de trabajadores</li><li>• Demanda del servicio de transporte acuático</li><li>• Número de unidades de transporte</li><li>• Ingresos percibidos</li></ul>
Transporte acuático	El transporte acuático es aquel que emplea vehículos capaces de desplazarse sobre y en el agua, es decir, algún tipo de embarcación.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cantidad de usuarios del servicio</li><li>• Número de pangas</li><li>• Horarios de zarpe</li></ul>

Construcción de carretera	Es la creación de una infraestructura que sirve para el transporte terrestre.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Km construidos</li> <li>• Tiempo de construcción</li> <li>• Inversión realizada</li> <li>• Tipos de materiales utilizados</li> </ul>
---------------------------	---	---

### **5.11 Validación de instrumentos**

Como instrumento de medición y mecanismos para la obtención de información se utilizaron encuestas y entrevistas, para las que se validó la confiabilidad y aplicabilidad de los instrumentos antes de iniciar la investigación, esto a través de una prueba a un usuario y un trabajador, en dicha prueba se constató si los instrumentos son congruentes, las preguntas están expresadas con claridad y sin tendenciosidad además se determinó la duración de la encuesta y la entrevista y que las mismas brindaron la información pertinente y necesaria para dar respuesta a los objetivos planteados.

### **5.12 Criterio de Inclusión**

Para esta investigación se incluyeron a las personas que hicieron uso del servicio de transporte acuático entre los años 2018 y 2020 y a los trabajadores actuales de cada empresa de transporte acuático.

### **5.13 Criterio de Exclusión**

Para esta investigación se excluyeron a las personas que hicieron uso del servicio de transporte acuático fuera del periodo de estudio.

## **VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **6.1 Comparación de la demanda del servicio de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama en el periodo de 2018-2020.**

Las empresas prestadoras del servicio del transporte acuático antes de la construcción de la carretera estaban acostumbrados a un nivel de demanda de pasajeros superior a la actual. En el periodo del año 2018, la empresa Terminal Costa Atlántica S.A lograba movilizar un aproximado de 4,000 pasajeros mensuales; y la empresa Transporte JIPE lograba movilizar aproximadamente la cantidad 3,000 pasajeros mensuales.

A partir del año 2019 solamente se logró movilizar aproximadamente a 700 pasajeros mensuales. En algunos días no se logra reunir los 21 pasajeros necesarios para llenar una panga por lo que no se presta el servicio o los clientes que están requiriendo transporte pagan entre todos por los usuarios que faltan. Cabe destacar que esto es a decisión de los pasajeros, la empresa no obliga a asumir la diferencia.

La demanda del servicio de transporte acuático disminuyó posterior a la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea, la empresa Terminal Costa Atlántica S.A en el año 2019 ofrece el servicio de transporte acuático aproximadamente a 8,400 pasajeros anualmente, lo que implica una disminución del 82.5% de la demanda del servicio en comparación con el año 2018 donde se prestaba el servicio a 48,000 usuarios.

El impacto generado a la empresa Transporte JIPE fue mayor puesto que la demanda del servicio de transporte acuático hacia ciudad El Rama disminuyó en un 100%, lo que los obligó a dejar de prestar este servicio y buscar rutas hacia otros municipios y comunidades del caribe sur.

En el año 2020 la empresa Terminal Costa Atlántica logró movilizar aproximadamente a 696 pasajeros mensualmente, lo cual implica una disminución del 0.57% en comparación con el año 2019 donde movilizó a 700 pasajeros al mes y una disminución del 82.6% contrastado con el año 2018 ya que se alcanzaba una demanda de 4000 usuarios mensualmente porque el servicio de transporte terrestre era provisional y los buses solo tenían permitido realizar un viaje por día.

La variación en la cantidad de servicios brindados está estrechamente relacionada con la construcción de la carretera y el surgimiento del servicio de transporte terrestre a través de los buses y vehículos particulares, por lo que las empresas se tuvieron que adecuar al cambio, y los más afectados fueron los trabajadores informales que su salario depende de la cantidad de pangas que embarcan.

**Tabla N°. 1 Demanda del servicio de transporte acuático**

Empresas	Periodo (Años)		
	2018	2019	2020
<b>Terminal Costa Atlántico S. A</b>	48,000	8,400	8,352
<b>Transporte JIPE</b>	36,000	0	0
<b>Total</b>	84,000	8,400	8,352

Fuente: Entrevistas a Wendelyn Vargas y Efraín Peñas, abril 2021

**Tabla N°. 2 Comparación de la demanda de servicio de transporte acuático 2018-2019**

Empresas	Periodo (Años)		
	2018	2019	Diferencia
<b>Terminal Costa Atlántico S. A</b>	48,000	8,400	39,600 (82.5%)
<b>Transporte JIPE</b>	36,000	0	36,000 (100%)
<b>Total</b>	84,000	8,400	75,600 (90%)

Fuente: Entrevistas a Wendelyn Vargas y Efraín Peñas, abril 2021

**Tabla N°. 3 Comparación de la demanda de servicio de transporte acuático 2019-2020**

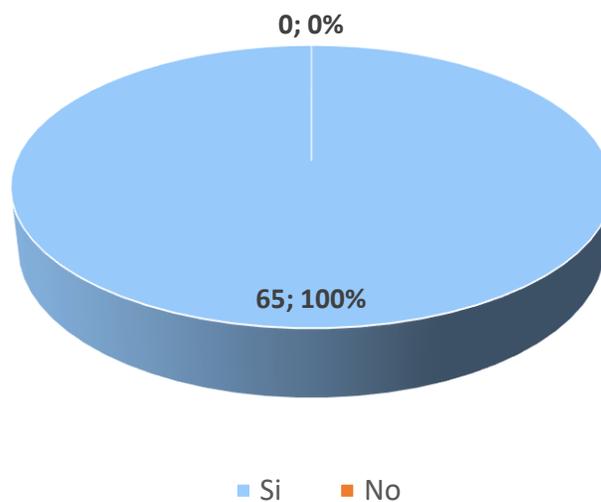
Empresas	Periodo (Años)		
	2019	2020	Diferencia
<b>Terminal Costa Atlántico S. A</b>	8,400	8,352	48 (0.57%)
<b>Transporte JIPE</b>	0	0	0
<b>Total</b>	8,400	8,352	48 (0.57%)

Fuente: Entrevistas a Wendelyn Vargas y Efraín Peñas, abril 2021

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a los usuarios del servicio de transporte acuático.

Los usuarios respondieron haber viajado utilizando ambos servicios de transporte tanto acuático como terrestre, por lo tanto, el 100% de los encuestados han vivido ambas experiencias, lo que les permite realizar una comparación de ambos servicios y decidir la ruta de su preferencia, conociendo las ventajas, desventajas, debilidades y fortalezas de los servicios de transporte, lo que les permitió responder toda la encuesta con el conocimiento necesario para aportar a la investigación, demostrando también que el servicio de transporte es de suma importancia para el desarrollo de la economía regional y local, ya que apoya en la logística necesaria para el comercio, agricultura, ganadería, turismo y demás sectores económicos.

**Gráfica N°. 1 Experiencia en el uso del transporte terrestre y acuático**



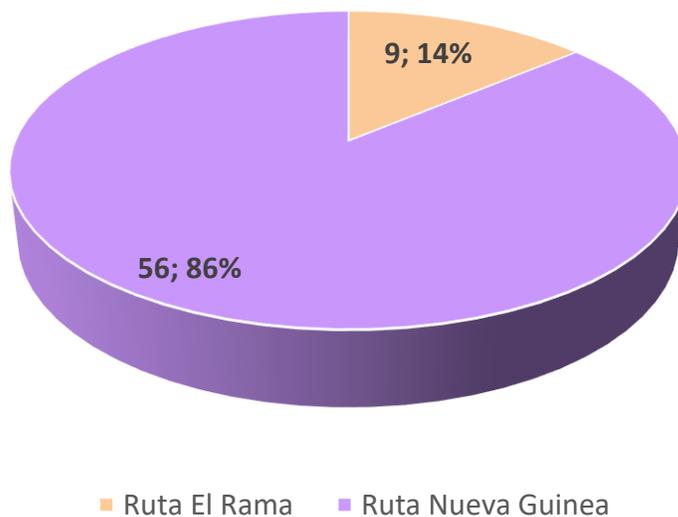
Fuente: Encuesta realizada por López Y & Cayasso A., abril 2021

De los encuestados 56 personas representantes del 86% dicen preferir viajar hacia el Pacífico a través de la ruta por Nueva Guinea, esto debido a la comodidad que surge al realizar un solo abordaje al bus ya que viajar por la ruta del Rama implica abordar la panga y luego el bus; por lo tanto, les generaba un mayor costo, puesto que tenían que pagar exceso de equipaje en ambos abordajes, además se pagaba un ayudante para cargar las maletas a la panga y al bus.

Los usuarios mencionan la flexibilidad de horario como una cualidad de preferencia en la ruta Nueva Guinea ya que pueden viajar de noche, mientras en la ruta El Rama solo se podía viajar hasta las 3:30 de la tarde.

Los 9 encuestados restantes que representan el 14% dicen preferir viajar por medio de la ruta El Rama, debido a que estos simplemente van a visitar a familiares a ciudad El Rama o lugares aledaños, y esta es la ruta más rápida para llegar a la ciudad, ya que el viaje en panga dura 1 hora y 45 minutos, en cambio por la ruta Nueva Guinea les tomaría 5 horas.

### Gráfica N°. 2 Experiencia preferida



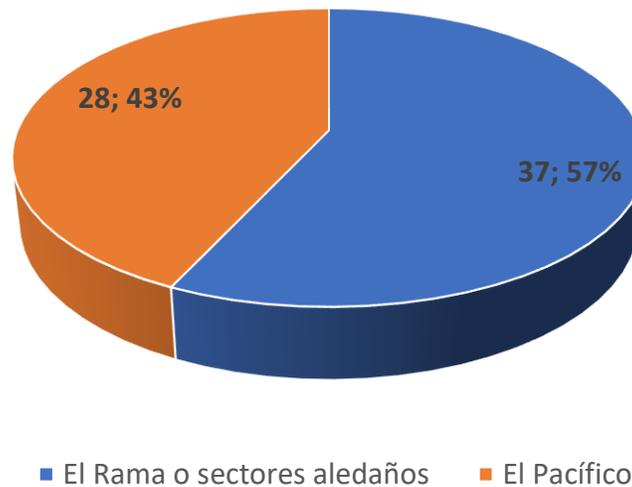
Fuente: Encuesta realizada por López Y & Cayasso A., abril 2021

En cuanto al destino del viaje 37 usuarios que representan el 57% respondieron dirigirse hacia El Rama o sectores aledaños, lo que implica que la mayoría de las personas que siguen utilizando esa ruta es debido a que no se dirigen hacia el Pacífico, les conviene más la ruta por transporte acuático, debido a que es más rápido y es una sola embarcación, además que aún no existe una vía terrestre directa de Bluefields a El Rama, de ahí la fidelidad de continuar utilizando este servicio.

Los 28 encuestados restantes que representan el 43%, les es favorable la ruta Nueva Guinea ya que estos sí se dirigen al Pacífico y les resulta más barato viajar en bus.

Esta información es relevante porque les permite a las empresas definir su mercado objetivo, para establecer sus estrategias de marketing y comunicaciones.

**Gráfica N°. 3 Destino del viaje**

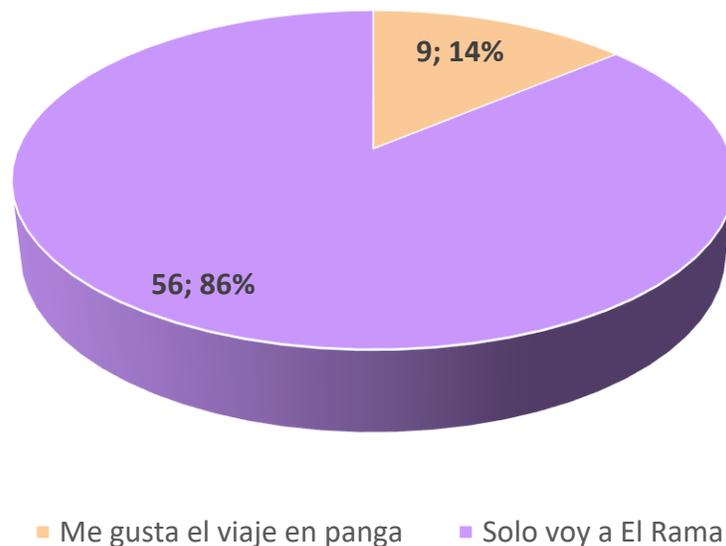


Fuente: Encuesta realizada por López Y & Cayasso A., abril 2021

En el gráfico número 4 se demuestra que, de los 65 usuarios encuestados, 56 representantes del 86% respondieron que continúan utilizando el servicio de transporte acuático debido a que solamente se dirigen a ciudad El Rama o lugares aledaños, ya que su objetivo es visitar a familiares o realizar otras diligencias.

Mientras que 9 de los encuestados representantes del 14% dicen gustarles la experiencia de viajar en panga, cabe destacar que estos usuarios son de origen extranjero, expresan que les gusta la aventura de viajar en panga rápida, poder disfrutar de la naturaleza y el aire libre, para los locales es una pesadilla viajar en panga cuando está lloviendo, en cambio a los extranjeros les parece un refuerzo de adrenalina.

**Gráfica N°. 4 Motivo para usar el servicio de transporte acuático**



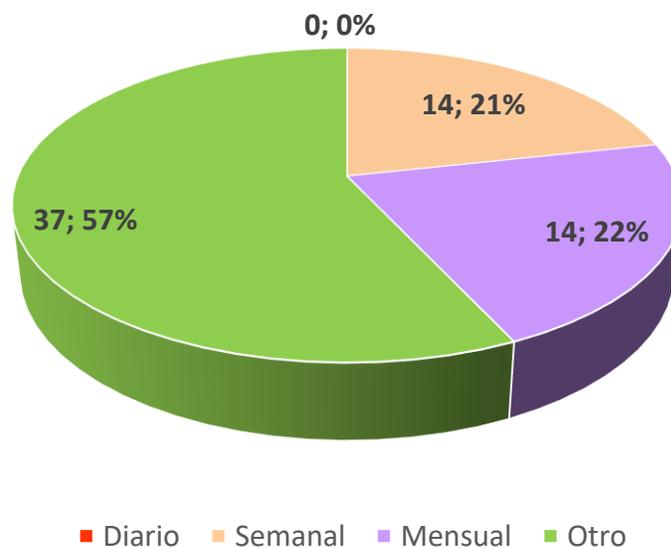
Fuente: Encuesta realizada por López Y & Cayasso A., abril 2021

El servicio de transporte acuático es mayormente utilizado cuando se requiere asistir a algún evento, vacaciones o feriados con un orden no tan frecuente por el 57% de los encuestados, lo cual evidencia que existen periodos de alta demanda durante fechas especiales como navidad, fin de año, fines de semana largos, Semana Santa, entre otros. Aunque también demuestra que en los días normales la afluencia es poca, al punto que a veces no se logra completar una panga.

Mientras 14 usuarios representantes del 21% utiliza el transporte acuático semanalmente ya sea porque trabaja en Bluefields, pero su familia vive en El Rama o por viajes de negocio, estos viajes se realizan en fines de semana por lo que es más fácil completar una o dos pangas un sábado por la mañana en comparación con un día de mediados de semana.

El 22% de los encuestados restantes usan el servicio de transporte acuático mensualmente por cuestiones de negocios y visitas a familiares. Estos usuarios refieren alquilar una casa e ir mensualmente a cobrar la renta, otros viajan a ciudad El Rama a comprar mercadería para revender en Bluefields ya que a ellos les conviene debido a tener familiares y lugar donde hospedarse de manera gratuita, en cambio de viajar a Managua tendrían que gastar más en hospedaje, alimentación y transporte interno.

**Gráfica N°. 5 Frecuencia de uso del servicio de transporte acuático**



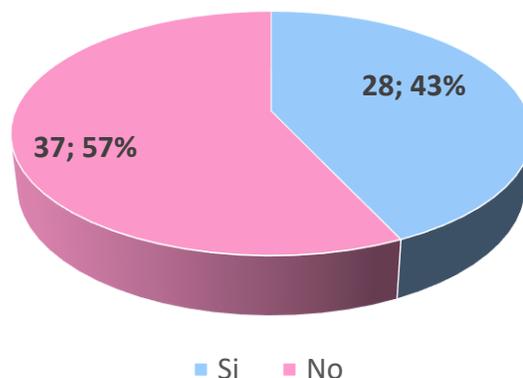
Fuente: Encuesta realizada por López Y & Cayasso A., abril 2021

El 57% de los encuestados no se siente satisfecho con el servicio de transporte acuático debido a la mala atención que reciben de parte de los pangueros y los estibadores de las pangas, el pago excesivo por las maletas extras y porque no hay un horario establecido de viajes por lo tanto deben esperar a que la panga se llene para poder viajar, mientras que el otro 43% se siente satisfecho porque le gusta la experiencia de viajar por panga.

Se logró identificar un alto número de insatisfacción debido a que los usuarios encuestados notan deficiencias en algunos aspectos de servicio tales como el trato recibido por parte del personal de la empresa especialmente los pangueros porque utilizan un lenguaje no apto para comunicarse con los clientes refiriéndose a ellos por aspectos físicos como su peso, color de piel, edad, entre otros; la capacidad de respuesta ante consultas, reclamos y cambios en el día del viaje ya que al llamar casi nunca contestan el teléfono o la persona que atiende no está autorizada para hacer el cambio por lo que se imposibilita de resolver las dificultades de los clientes.

La comodidad de las pangas ya que algunas son más estrechas que otras, no todas tienen carpa de lona para protegerse de la brisa y del sol. Otro inconveniente es el pago o tarifa por equipaje extra, consideran que este pago es excesivo para la cantidad de peso que transportan, pues el cobro se hace a consideración del panguero o el estibador de la panga. En cuanto a la seguridad al viajar, expresan que en ocasiones se presentan desperfectos mecánicos a medio camino y se debe esperar que llegue otra panga para poder hacer el viaje y llegar a su destino.

#### **Gráfica N°. 6 Satisfacción del servicio de transporte acuático**



Fuente: Encuesta realizada por López Y & Cayasso A., abril 2021

## 6.2 Efectos que generó al servicio de transporte acuático Ruta Bluefields-El Rama la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea.

El cambio surgido en la demanda (Tabla No. 1), generó un efecto negativo en los ingresos percibidos por las empresas Terminal Costa Atlántica S.A. y Transporte JIPE al prestar los servicios de transporte acuático a pasajeros en la ruta Bluefields - El Rama y viceversa.

**Tabla N°. 4 Ingresos anuales por ventas**

<b>Ingresos anuales por ventas de servicio de transporte acuático Bluefields - El Rama y viceversa</b>			
<b>Nombre de la empresa</b>	<b>Periodo</b>		
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Terminal Costa Atlántico S. A.</b>	C\$ 12.000.000	C\$ 2.100.000	C\$ 2,088,000
<b>Transporte JIPE</b>	C\$ 9.000.000	C\$ 0	C\$ 0
<b>Total</b>	C\$ 21.000.000	C\$ 2.100.000	C\$ 2,088,000

Fuente: Entrevistas a Wendelyn Vargas y Efraín Peñas, abril 2021

Debido a la disminución de demanda, 10 socios decidieron dedicarse a otra actividad económica y 10 trabajadores indirectos perdieron su empleo en la empresa Terminal Costa Atlántica S.A. puesto que ya no les resultaba rentable seguir en esa empresa. Además, la empresa decidió utilizar los buses que viajaban de El Rama a Managua para cubrir la ruta Bluefields a Managua, lo que generó un cambio en la rutina de los conductores y ayudantes del mismo, puesto que antes se quedaban en El Rama y ahora tienen que alojarse en Bluefields.

En la empresa de transporte acuático Jiménez Peña no se realizaron despidos, aunque ya no ofrecen el servicio de transporte acuático en la ruta de Bluefields-El Rama debido a la disminución de la demanda, la empresa decidió cambiar de ruta y ahora ofrecen servicio de transporte acuático a otras comunidades de la región.

Los usuarios que necesitan viajar hacia El Rama en un horario diferente al de las seis de la mañana, se ven en la necesidad de viajar a Kukra Hill y luego tomar una ruta hacia El Rama. Lo cual les resulta más barato ya que el pasaje a Kukra Hill cuesta ciento diez córdobas (C\$110.00) y la ruta hacia El Rama ciento veinte córdobas (C\$120.00), para un total de doscientos treinta córdobas (C\$230.00) y directo de Bluefields a El Rama cuesta doscientos cincuenta córdobas (C\$250.00) a

pesar de ser más barato, conlleva más tiempo y además habría que esperar que salga una ruta hacia El Rama.

### **6.3 Ventajas y desventajas del servicio de transporte acuático Ruta Bluefields-El Rama**

#### **Ventajas del transporte acuático en comparación con el transporte terrestre:**

- Para viajar hacia El Rama vía acuática se toma 1 hora y 45 minutos, mientras que vía terrestre es un total 5 horas de viaje.
- El costo del viaje acuático es de doscientos cincuenta córdobas (C\$250.00), en cambio el transporte terrestre tiene un costo de trescientos treinta córdobas (C\$330.00) debido a que se tienen que abordar dos buses para llegar a El Rama, puesto que aún no hay una ruta directa hacia El Rama, el costo del pasaje de Bluefields a Nueva Guinea es de ciento ochenta córdobas (C\$180.00) y de Nueva Guinea a El Rama es de ciento cincuenta córdobas (C\$150.00).
- Vía acuática hay una ruta directa hacia El Rama, mientras que vía terrestre aún no existe una ruta directa.
- Cuando el día está soleado es más refrescante y favorable viajar por la vía acuática.
- Las probabilidades de accidente son menores en el transporte vía acuático mientras que por vía terrestre los accidentes son más frecuentes.
- En el transporte vía acuática no se lidia con el estrés causado por el tráfico.

#### **Desventajas del transporte acuático en comparación con el transporte terrestre:**

- Debido a que no hay un horario establecido se debe esperar hasta que se complete la cantidad de pasajeros (21) para poder viajar, mientras que vía terrestre hay un horario establecido garantizando el viaje.
- Cuando el clima esta lluvioso no es favorable viajar vía acuática ya que no todas las pangas tienen carpa para tapar a los pasajeros, en cambio que en el transporte terrestre no es un problema para los pasajeros.
- En el caso de un accidente o un desperfecto en el medio de transporte, por vía acuática resulta más difícil conseguir ayuda que en la vía terrestre, debido a la poca cantidad de pangas circulando.

- El costo del exceso de equipaje resulta más caro en la panga que el costo de exceso de equipaje en el bus.
- La cobertura de la señal telefónica tanto de Claro como de Tigo se ve más afectada que en la vía terrestre.
- En la panga no hay lugares asignados por pasajeros mientras que en el bus cada pasajero tiene su lugar asignado.
- Para viajar hacia el Pacífico por vía acuática se debe abordar primero la panga y luego el bus, en cambio que vía terrestre es una ruta directa y por lo tanto un solo abordaje.
- En el caso de un accidente vía acuática es más probable que se pierdan las pertenencias al caer al agua, mientras que por vía terrestre es más fácil encontrarlas.
- Resulta más cómodo viajar en bus que en panga puesto que los asientos resultan más reconfortantes y el movimiento del bus es menos brusco.
- Debido a la visibilidad los permisos de zarpes se dan desde las 6:00 de la mañana hasta las 3:30 de la tarde, en cambio en la vía terrestre se puede viajar en cualquier momento.

#### **6.4 Estrategias para el mejoramiento del servicio de transporte acuático.**

Según las encuestas y entrevistas realizadas a los usuarios y empresarios se pueden establecer las siguientes estrategias para el mejoramiento del transporte acuático y de esa manera los usuarios al sentirse satisfechos sigan utilizando este servicio:

- Capacitar al personal cada seis meses a través del Instituto Tecnológico Nacional en brindar atención con calidad y calidez con enfoque a la satisfacción y seguridad del usuario.
- Establecer un horario para la limpieza de los chalecos salvavidas, así como establecer un tiempo de vida útil para los mismos garantizando su adecuado funcionamiento. Cumpliendo las medidas de seguridad dispuestas en la ley No. 399 (Ley General de Transporte Acuático) y el Manual de Procedimientos Operativos para la Fuerza Naval, con el fin de evitar la pérdida de vidas y lesiones a los usuarios de transporte en espacios marítimos y cuerpos de agua interiores, así como en los puertos y atracaderos autorizados.
- Elaborar un horario para salida de las pangas a fin de que los usuarios lleguen en tiempo y forma a su destino.
- Crear un ambiente agradable al usuario en toda la experiencia del viaje, ofrecer wifi gratis, pintar las paredes de tal forma que llame la atención y los usuarios deseen tomarse

fotografías en el lugar, así como asegurarse que las bancas estén en buen estado, limpiar constantemente tanto el local como las orillas de la bahía.

- Desinfectar los asientos y los chalecos después de cada uso como medida para evitar el contagio y propagación del covid 19.
- Exigir el uso de las mascarillas y el distanciamiento social para evitar el contagio y propagación del covid 19.
- Equipar todas las pangas con una carpa fija que proteja a los usuarios del sol y la lluvia.
- Ofrecer en vacaciones, fines de semanas largos y/o feriados viajes con fines turísticos y recreativos, promoviendo los destinos turísticos de la región en la ruta.
- Gestionar a través del gobierno regional para que las empresas de transporte reciban el subsidio de combustible que ofrece el gobierno a las cooperativas de transporte establecidas en el Pacífico.
- Aplicar promociones y descuentos en días con poca afluencia que incentiven a la población a utilizar el servicio.
- Establecer una tabla con las tarifas de costos por peso o volumen de equipaje extra y colocarla en un lugar visible al cliente.

**Tabla N°. 5 Matriz FODA**

<p style="text-align: right;"><b>Interno</b></p> <p style="text-align: left;"><b>Externo</b></p>	<p style="text-align: center;"><b><u>Fortalezas</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuenta con un muelle propio.</li> <li>2. Brinda servicio de alojamiento.</li> <li>3. Empresa reconocida en la región.</li> <li>4. Instalaciones amplias.</li> <li>5. Menor tiempo de viaje.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b><u>Debilidades</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No todas las pangas cuentan con las condiciones para la satisfacción al cliente (carpas).</li> <li>2. No hay un horario establecido para la salida de la panga.</li> <li>3. No se brinda servicio de internet gratuito.</li> <li>4. Algunas bancas están en mal estado.</li> <li>5. Los chalecos no brindan las condiciones necesarias.</li> <li>6. Poco esmero en la atención al cliente.</li> <li>7. No promueve los destinos turísticos.</li> </ol>
	<p style="text-align: center;"><b><u>Oportunidades</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No hay tráfico.</li> <li>2. Menor riesgo de accidentes.</li> <li>3. Única vía directa a El Rama.</li> <li>4. Posibilidad de obtener el subsidio de combustible otorgado por el gobierno.</li> </ol>	<p>O4: Gestionar a través del gobierno regional para que las empresas de transporte reciban el subsidio de combustible que ofrece el gobierno a las cooperativas de transporte establecidas en el Pacífico.</p>

<p>5. Estar ubicado en una región con amplio potencial turístico debido a sus paisajes y su cultura multiétnica y pluricultural.</p>	<p>O5:D7. Ofrecer en vacaciones, fines de semanas largos y/o feriados viajes con fines turísticos y recreativos, promoviendo los destinos turísticos de la región.</p>	<p>deseen tomarse fotografías en el lugar, así como asegurarse que las bancas estén en buen estado, limpiar constantemente tanto el local como las orillas de la bahía.</p>
<p style="text-align: center;"><b><u>Amenazas</u></b></p> <p>1. Proyecto de construcción de carretera El Rama – Las Breñas.</p> <p>2. Disminución de la demanda debido a la construcción de la carretera Bluefields – Nueva Guinea.</p> <p>3. La pandemia del Covid-19.</p> <p>4. El viaje es susceptible a las inclemencias del clima.</p>	<p>A3: Desinfectar los asientos y los chalecos después de cada uso como medida para evitar el contagio y propagación del covid 19, ya que esta es nueva preocupación de los usuarios puesto que el chaleco entra en contacto directo con la cara de la persona que lo esté utilizando.</p> <p>A3: F4 Exigir el uso de las mascarillas y el distanciamiento social para evitar el contagio y propagación del covid 19, aprovechando la amplitud de las instalaciones.</p> <p>A2:D2. Elaborar un horario para salida de las pangas de tal manera que los viajantes conozcan una hora exacta a la</p>	<p>D6:A2. Capacitar al personal en brindar atención con calidad y calidez con enfoque a la satisfacción y seguridad del usuario para aumentar la demanda del servicio.</p> <p>A2:D6. Aplicar promociones y descuentos que incentiven a los usuarios a utilizar el servicio de transporte acuático.</p> <p>D5: Establecer un horario para la limpieza de los chalecos salvavidas, así como establecer un tiempo de vida útil para los mismos garantizando</p>

	<p>que pueden viajar. La disponibilidad de horarios es una medida que vendría a favorecer a los usuarios del servicio, puesto que así podrán elaborar sus planes de viaje sin estar a la expectativa de la posibilidad de viaje o no, aumentando su demanda.</p>	<p>su adecuado funcionamiento.</p> <p>D1: Garantizar que todas las pangas estén equipadas con una carpa fija que proteja a los usuarios del sol y la lluvia.</p>
--	--	--

Fuente: Encuestas y Entrevistas realizadas por López Y & Cayasso A., abril 2021

## VII. CONCLUSIONES

1. La demanda del servicio de transporte acuático se ha visto muy afectada para ambas empresas, ya que Terminal Costa Atlántica S.A tuvo una disminución del 82.5% al comparar la demanda del año 2018 con el año 2019, lo que generó una reducción significativa de sus ingresos y la empresa de transporte JIPE decidió utilizar sus pangas para cubrir otras rutas en la región. El 86% de los encuestados prefieren viajar vía terrestre por mayor comodidad. Los usuarios que siguen utilizando la vía acuática para viajar lo hacen porque se dirigen hacia El Rama o lugares aledaños. La principal razón por la cual las personas han disminuido o cesado el uso del servicio de transporte acuático es debido a que el 57% de los usuarios no se sienten satisfechos con el servicio brindado, otras razones son la comodidad del viaje vía terrestre, horarios establecidos y flexibilidad de los mismos.
2. Los principales efectos generados al servicio de transporte acuático es la disminución de la demanda y por consiguiente de los ingresos percibidos por las empresas que brindan este servicio, además 10 socios decidieron retirarse de la empresa Terminal Costa Atlántica y 10 trabajadores indirectos perdieron su fuente de ingresos, los usuarios que siguen utilizando la vía acuática se vieron afectados de manera que han tenido que tomar un recorrido alterno o posponer su viaje hasta el siguiente día.
3. Las ventajas del transporte acuático hacia El Rama son que el tiempo de viaje es más corto con una duración de 1 hora y 45 minutos mientras que vía terrestre el tiempo de viaje es de 5 horas, también el transporte acuático resulta un poco más accesible para los usuarios en cuanto al costo, ya que este tiene un costo de doscientos cincuenta córdobas (C\$250.00) y el transporte terrestre tiene un costo de trescientos treinta córdobas (C\$330.00), por lo que aún no existe una ruta directa vía terrestre que llegue a El Rama.
4. Las desventajas detectadas son que el transporte acuático no cuenta con un horario establecido lo cual causa problemas para los usuarios a la hora de viajar ya que estos deben esperar hasta que se complete la cantidad de pasajeros (21), los costos elevados de exceso

de equipaje, la flexibilidad de horario para viajar por carretera es mayor que para viajar en panga y que resulta mucho más cómodo viajar en bus.

5. Se pueden establecer estrategias para mejorar el servicio de transporte acuático capacitando al personal periódicamente en atención al cliente, establecer un horario para la salida de las pangas, crear una experiencia agradable durante el viaje, tomar medidas contra el covid 19, equipar las pangas con carpa fija, gestionar el subsidio de combustible al gobierno central y aplicar promociones o descuentos.

## VIII. RECOMENDACIONES

A los usuarios:

- Adquirir el boleto un día antes de viajar para conseguir cupo en la primera panga a salir.
- Tratar de llevar una sola maleta, ya que la empresa permite llevar gratis una maleta por persona y el equipaje extra se cobra.
- Viajar a primera hora del día para no estar esperando que se completen los pasajeros.

A las empresas de transporte acuático:

- Considerar el implemento de las estrategias planteadas en este trabajo monográfico.
- Realizar periódicamente sondeos de satisfacción de los usuarios y mejorar los aspectos que resulten en estos, disminuyendo así el nivel de insatisfacción.
- Coordinar con INTUR viajes a zonas turísticas de la región durante fechas especiales atrayendo a más usuarios.
- Establecer convenios con las empresas en la región, ofreciéndoles precios accesibles o facilidades de pago para envíos de encomiendas o transporte de trabajadores.
- Asegurar el mantenimiento adecuado a los medios de transporte para que no haya desperfectos mecánicos en el trayecto del viaje.

A la Dirección General de Transporte Acuático:

- Procurar el cumplimiento de las normas y regulaciones por parte de las empresas de transporte acuático.

## IX. REFERENCIAS

1. Adrián, Y. (30 de Enero de 2021). *concepto definicion*. Recuperado el 9 de Abril de 2021, de <https://concepto definicion.de/construccion/>
2. Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. (3 de Septiembre de 2001). Recuperado el 20 de Abril de 2021, de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/EC7878BE0C89E16E062570A10058121B?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/EC7878BE0C89E16E062570A10058121B?OpenDocument)
3. Cárdenas Grisales, J. (2019). Diseño geométrico de carreteras. Bogotá, Colombia: Ecoe. Recuperado el 9 de Abril de 2021, de <https://elibro.net/es/ereader/bicu/126592?page=34>
4. Da Silva, D. (13 de Julio de 2021). *zendesk.com.mx*. Recuperado el 20 de Enero de 2022, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-hacer-analisis-foda/>
5. *Definicionyque.es*. (24 de Noviembre de 2017). Recuperado el 15 de Enero de 2022, de <https://definicionyque.es/muelle/>
6. Domínguez Gonzalo, E. (2016). Iniciación a la economía. Tutor Formación. Recuperado el 15 de Enero de 2022, de <https://elibro.net/es/lc/bicu/titulos/44220>
7. EAE Business School. (17 de Julio de 2021). *retos-directivo.eae.es*. Recuperado el 17 de Enero de 2022, de <https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/>
8. Jou, L. (2018). *Quizlet.com*. Recuperado el 24 de Abril de 2021, de <https://quizlet.com/pa/229143294/transporte-medios-y-vias-de-comunicacion-flash-cards/>
9. La voz del Sandinismo. (28 de Enero de 2016). *lavozdelsandinismo.com*. Obtenido de <https://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2016-01-28/ejercito-nicaragua-informa-nuevas-disposiciones-zarpe-embarcaciones/>
10. López Cobia, D. (20 de Agosto de 2020). *Economipedia.com*. Recuperado el 15 de Enero de 2022, de <https://economipedia.com/actual/que-efectos-tienen-las-carreteras-en-la-economia.html>
11. Parada Visual. (21 de Abril de 2021). *paradaviscual.com*. Recuperado el 17 de Enero de 2022, de <https://www.paradavisual.com/18-caracteristicas-de-un-excelente-servicio-al-cliente/>
12. Peiró, R. (10 de Noviembre de 2018). *Economipedia.com*. Recuperado el 22 de Abril de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>
13. Peña, E. (13 de Febrero de 2021). (Y. López, & A. Cayasso, Entrevistadores)
14. Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2021). *Defincion.de*. Recuperado el 15 de Enero de 2022, de <https://definicion.de/empresa/>

15. Quiroa, M. (4 de Noviembre de 2019). *Economipedia*. Recuperado el 10 de Abril de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
16. Raffino, M. E. (29 de Agosto de 2020). *concepto.de*. Recuperado el 11 de Abril de 2021, de <https://concepto.de/transporte-acuatico/#ixzz6p96tHDDv>
17. Raffino, M. E. (29 de Agosto de 2020). *Concepto.de*. Recuperado el 8 de Abril de 2021, de <https://concepto.de/transporte-acuatico/#ixzz6p8Hr8lap>
18. Raffino, M. E. (29 de Agosto de 2020). *Concepto.de*. Recuperado el 8 de Abril de 2021, de <https://concepto.de/transporte-terrestre/#ixzz6p8JyuRA4>
19. Raffino, M. E. (29 de Agosto de 2020). *Concepto.de*. Recuperado el 11 de Abril de 2021, de <https://concepto.de/transporte-acuatico/#ixzz6p97zO7ot>
20. Real Academia Española. (30 de Mayo de 2018). *dle.rae.es*. Recuperado el 12 de Abril de 2021, de <https://dle.rae.es/usuario>
21. Redondo Ramírez, M. I., & Terapuez Chamorro, E. I. (2018). *Economía: Principios Generales*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Recuperado el 15 de Enero de 2022, de <https://elibro.net/es/ereader/bicu/70325?page=34>
22. Rivas, H. (12 de Septiembre de 2018). *satisfacciondelcliente.com*. Recuperado el 17 de Enero de 2022, de <https://satisfacciondelcliente.com/entienda-la-importancia-de-las-encuestas-de-satisfaccion-del-cliente/>
23. Rivas, H. (12 de Septiembre de 2018). *satisfacciondelcliente.com*. Recuperado el 17 de Enero de 2022, de <https://satisfacciondelcliente.com/entienda-la-importancia-de-las-encuestas-de-satisfaccion-del-cliente/>
24. Sánchez Galán, J. (13 de Febrero de 2016). *Economipedia*. Recuperado el 10 de Abril de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
25. Torres, J. A. (2016). *blog.vise.com.mx*. Recuperado el 26 de Marzo de 2021, de <https://blog.vise.com.mx/por-que-es-importante-la-construcci%C3%B3n-de-carreteras>
26. VISE. (2021). *Blog.vise.com.mx*. Recuperado el 15 de Enero de 2022, de <https://blog.vise.com.mx/por-que-es-importante-la-construcci%C3%B3n-de-carreteras>
27. Zeledón Cruz, R. (2015). *Análisis de la viabilidad del servicio de transporte acuático (Cabotaje) de la Empresa Zeledón en la ciudad de Bluefields con la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea (2013-2015)*. Bluefields: BICU. Recuperado el 26 de Febrero de 2021

## **X. ANEXOS**

**Bluefields Indian & Caribbean University  
(B.I.C.U)**



**Entrevista dirigida a los socios-propietarios de las empresas de transporte acuático**

La presente entrevista tiene como finalidad conocer el impacto económico al sector de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama con la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea en el periodo de 2018-2020.

1. Nombre de la Empresa de la cual es socio-propietario:  
\_\_\_\_\_
2. ¿Cuántos trabajadores tenía la empresa en el año 2020?
3. ¿Cuántos trabajadores tenía la empresa en el año 2019?
4. ¿Cuántos trabajadores tenía la empresa en el año 2018?
5. ¿Con qué medios de transporte cuenta la empresa al 2020?  
Pangas No\_\_\_ Si\_\_\_ Cantidad\_\_\_\_\_  
Buses No\_\_\_ Si\_\_\_ Cantidad\_\_\_\_\_
6. ¿Con qué medios de transporte cuenta la empresa al 2019?  
Pangas No\_\_\_ Si\_\_\_ Cantidad\_\_\_\_\_  
Buses No\_\_\_ Si\_\_\_ Cantidad\_\_\_\_\_
7. ¿Con qué medios de transporte cuenta la empresa al 2018?  
Pangas No\_\_\_ Si\_\_\_ Cantidad\_\_\_\_\_  
Buses No\_\_\_ Si\_\_\_ Cantidad\_\_\_\_\_
8. En el año 2018 ¿Cuántas pangas y buses operaban al día?
9. En el año 2019 ¿Cuántas pangas y buses operaban al día?
10. En el año 2020 ¿Cuántas pangas y buses operaban al día?
11. ¿Qué cuesta el servicio de transporte de Bluefields hacia El Rama?
12. ¿Qué costaba el pasaje en bus de El Rama hacia Managua?

13. ¿Qué cuesta el pasaje en bus de Bluefields hacia Managua?
14. ¿Cuál es el impacto económico que percibió la empresa con la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea?
15. ¿Qué acciones llevaron a cabo para contrarrestar estas afectaciones?
16. En comparación de antes de la construcción de la carretera y ahora ¿Cuánto han cambiado sus ingresos?
17. ¿Qué ventajas y desventajas observa en el transporte terrestre en comparación con el acuático?
18. ¿Qué fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas puede identificar en su empresa?
19. ¿Cómo fue el proceso para establecer el servicio de transporte terrestre de Bluefields a Managua?
20. ¿Qué dificultades se le presentaron para poder brindar el servicio de transporte terrestre de Bluefields a Managua?
21. ¿Cuál fue la cantidad de usuarios atendidos?
 

En el 2018 _____	Buses _____	Pangas _____
En el 2019 _____	Buses _____	Pangas _____
En el 2020 _____	Buses _____	Pangas _____
22. Además del servicio de transporte de pasajeros ¿Qué otros servicios brindan?

**Bluefields Indian & Caribbean University  
(B.I.C.U)**



**Encuesta dirigida a los usuarios del servicio de transporte acuático en la ruta Bluefields-El Rama**

La presente encuesta tiene como finalidad conocer el impacto económico al sector de transporte acuático ruta Bluefields-El Rama con la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea en el periodo de 2018-2020.

1. ¿Utilizó el servicio de transporte acuático en la ruta Bluefields-El Rama entre los años 2018-2020?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. ¿Hacia dónde se dirige?

El Rama o sectores aledaños \_\_\_\_\_ El Pacífico \_\_\_\_\_

3. ¿Por qué sigue utilizando el servicio de transporte acuático?

4. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de transporte acuático?

Diario \_\_\_\_\_

Semanal \_\_\_\_\_

Mensual \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

5. ¿Ha viajado hacia Managua por la ruta El Rama y por la ruta Nueva Guinea?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si la respuesta es sí, ¿Qué experiencia prefiere?

Ruta El Rama \_\_\_\_\_

Ruta Nueva Guinea \_\_\_\_\_

Por qué \_\_\_\_\_

6. ¿Se siente satisfecho con el servicio de transporte acuático?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Por qué \_\_\_\_\_

7. ¿Qué fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas puede identificar en la empresa de transporte acuático?

8. ¿Qué recomienda para mejorar la experiencia de transporte acuático?

---

---

9. Como usuario del servicio de transporte acuático. ¿De qué manera le ha impactado la construcción de la carretera Bluefields-Nueva Guinea?

10. ¿Qué medidas ha tenido que tomar para reducir dicho impacto?