

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**TÍTULO:**

**Plan de Negocios para Incrementar las ventas de la  
compañía LAGARCÍA S.A., mediante la utilización de  
aplicaciones tecnológicas para el período 2014-2015.**

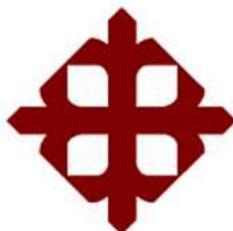
**AUTOR:**

**ORDÓÑEZ CARVAJAL FABRICIO REINALDO**

**TUTORA:**

**ING. SILVA ALBÁN MARTHA CECILIA, MBA**

**Guayaquil, Ecuador  
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Fabrizio Reinaldo Ordóñez Carvajal** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Ventas**

**TUTORA**

---

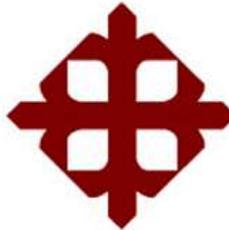
**Ing. Martha Cecilia Silva Albán, MBA**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Ing. Guillermo Viteri Sandoval, D.S.**

**Guayaquil, a los 29 días del mes de Agosto del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Fabricio Reinaldo Ordóñez Carvajal**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación Plan de Negocios para Incrementar las ventas de la compañía LAGARCÍA S.A., mediante la utilización de aplicaciones tecnológicas para el período 2014-2015 previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Ventas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

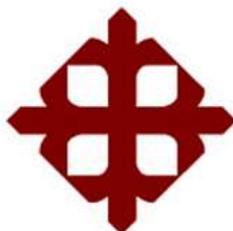
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2014

**EL AUTOR**

---

Fabricio Reinaldo Ordóñez Carvajal



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Fabricio Reinaldo Ordóñez Carvajal**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Plan de Negocios para Incrementar las ventas de la compañía LAGARCÍA S.A., mediante la utilización de aplicaciones tecnológicas para el período 2014-2015, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de agosto del año 2014

**EL AUTOR**

---

Fabricio Reinaldo Ordóñez Carvajal

## **AGRADECIMIENTO**

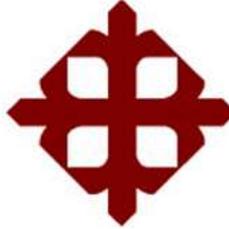
Agradezco en primer lugar a Dios por darme la bendición y la oportunidad de concluir una etapa más de mi vida, a mi Madre y Padre quienes siempre me han apoyado en mis proyectos, a mis amados hijos por haber sido comprensivos en el sacrificio de su tiempo para mi desarrollo profesional y a mis maestros que contribuyeron con todo su conocimiento, entrega y entusiasmo para conmigo.

Fabricio Reinaldo Ordóñez Carvajal

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo y mi carrera a mis hijos Gianella, David y Emilio, por ser mi motor e inspiración para todos los proyectos que he emprendido en cada fase de mi vida. A mi mamá y papá, por depositar su amor y confianza en mí. A mi esposa, por ser un apoyo incondicional, y a mis hermanas y seres queridos, quienes han compartido conmigo mis triunfos y los momentos más difíciles de mi vida.

Fabricio Reinaldo Ordóñez Carvajal



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
VENTAS**

**CALIFICACIÓN**

---

Ing. Martha Cecilia Silva Ávila, MBA.

# Índice General

## Tabla de contenido

Índice General .....	VIII
Índice de Tablas.....	X
Índice de Gráficos.....	XI
Resumen Ejecutivo .....	XII
Abstract .....	XIII
Introducción .....	14
Descripción del Proyecto .....	15
Justificación del Proyecto.....	17
Objetivos del Proyecto .....	17
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>18</b>
<b>SEGMENTACION .....</b>	<b>18</b>
1.1 Mercado Meta .....	18
1.2 Macro Segmentación.....	18
1.3 Micro segmentación .....	21
1.4 Perfil del Consumidor.....	23
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>24</b>
<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>24</b>
2.1 Análisis PEST.....	24
2.2 Análisis PORTER .....	39
2.3 Población, Muestra .....	50
2.4 Selección del tamaño de la muestra .....	53
2.5 Análisis e Interpretación de los Resultados.....	59
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>69</b>
<b>EL PRODUCTO O SERVICIO .....</b>	<b>69</b>
3.1 Características del producto a ofrecer.....	69
3.2 Cadena de valor .....	70
3.3 FODA .....	70
3.3.1 Matriz MEFI .....	72
3.3.2 Matriz MEFE .....	73
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>74</b>
<b>PLAN ESTRATEGICO.....</b>	<b>74</b>
4.1 Plan de Ventas.....	74

4.1.1 Fuerza de Ventas.....	74
4.1.2 Promociones de Ventas.....	74
4.1.3 Políticas de pedidos .....	74
4.1.4 Políticas de Crédito y Cobranza .....	75
4.1.5 Garantías .....	77
<b>Presupuesto de ventas.....</b>	<b>78</b>
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>80</b>
<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO .....</b>	<b>80</b>
5.1 Determinación de la inversión inicial .....	80
5.2 Presupuesto de Ingresos y de Costos .....	80
5.3 Punto de Equilibrio .....	82
5.4 Factibilidad Financiera.....	83
5.4.1 Valor Actual Neto (VAN) .....	83
5.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	84
<b>5.5 Seguimiento y Evaluación .....</b>	<b>84</b>
5.5.1 Indicadores a evaluar de cumplimiento .....	84
<b>CAPITULO VI .....</b>	<b>86</b>
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL.....</b>	<b>86</b>
6.1 Base legal .....	86
6.2 Medio Ambiente .....	95
6.3 Beneficiarios directos e indirectos del Plan del Buen Vivir .....	95
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>96</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>97</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1 Ventas por segmento .....	19
Tabla 2 Camiones.....	20
Tabla 3 Importaciones por segmento.....	20
Tabla 4 Comportamiento de la inflación .....	27
Tabla 5 Tasas de interés.....	28
Tabla 6 Participación porcentual de productos.....	30
Tabla 7 Ocupados por contratación.....	38
Tabla 8 Cobertura de la seguridad .....	38
Tabla 10 Compañías de transporte.....	47
Tabla 9 Barreras de entrada y salida .....	49
Tabla 11 Numero de vehículos por clase .....	50
Tabla 12 Numero de vehículos por provincia.....	51
Tabla 13 Numero de vehículos por modelo.....	51
Tabla 14 Modelo de cuestionario.....	56
Tabla 15 Diseño de cuestionario.....	58
Tabla 16 Diseño de preguntas II.....	58
Tabla 17 Pregunta 1 .....	59
Tabla 18 Pregunta 2 .....	60
Tabla 19 Pregunta 3 .....	61
Tabla 20 Pregunta 4 .....	62
Tabla 21 Pregunta 5 .....	63
Tabla 22 Pregunta 6 .....	64
Tabla 23 Pregunta 7 .....	65
Tabla 24 Pregunta 8 .....	66
Tabla 25 Pregunta 9 .....	67
Tabla 26 Pregunta 10 .....	68
Tabla 27 Matriz MEFI .....	72
Tabla 28 Matriz MEFE .....	73
Tabla 29 Estudio de mercado .....	78
Tabla 30 Presupuesto de ventas .....	78
Tabla 31 Capital de trabajo .....	79
Tabla 32 Inversión inicial .....	80
Tabla 33 Presupuesto de ingresos y costos .....	81
Tabla 34 Gastos fijos y variables .....	82
Tabla 35 Punto de equilibrio.....	83
Tabla 36 Valor Actual Neto .....	83
Tabla 37 Tasa Interna de Retorno .....	84

## Índice de Gráficos

Ilustración 1 Participación por provincia.....	19
Ilustración 2 Participación por sector .....	22
Ilustración 3 Producto Interno Bruto .....	24
Ilustración 4 Variación del PIB.....	25
Ilustración 5 Crecimiento del PIB.....	25
Ilustración 6 PIB por actividad .....	26
Ilustración 7 Software de la competencia.....	31
Ilustración 8 Herramienta de rastreo .....	31
Ilustración 9 Rastreador II .....	32
Ilustración 10 Software de LAGARCÍA S.A. ....	32
Ilustración 11 Software presentación .....	33
Ilustración 12 Software generación de imagen .....	33
Ilustración 13 Transportación de mercadería.....	33
Ilustración 14 Guía de remisión .....	34
Ilustración 15 Guía de remisión II.....	34
Ilustración 16 Ocupado en el Ecuador .....	35
Ilustración 17 Actividad Económica.....	44
Ilustración 18 Transporte de carga por carretera.....	45
Ilustración 19 Consulta de compañías .....	45
Ilustración 20 Actividad Económica.....	46
Ilustración 21 Actividad Económica II .....	46
Ilustración 22 Pregunta1 .....	59
Ilustración 23 Pregunta 2 .....	60
Ilustración 24 Pregunta 3 .....	61
Ilustración 25 Pregunta 4 .....	62
Ilustración 26 Pregunta 5 .....	63
Ilustración 27 Pregunta 6 .....	64
Ilustración 28 Pregunta 7 .....	65
Ilustración 29 Pregunta 8 .....	66
Ilustración 30 Pregunta 9 .....	67
Ilustración 31 Pregunta 10 .....	68

## **Resumen Ejecutivo**

El sector del servicio de transporte pesado tiene varios segmentos del mercado de transporte en el Ecuador. Este segmento tiene relación con la actividad portuaria y con el sector empresarial del país, convirtiéndose en un factor determinante en los costos que influyen en el precio final del producto tanto de importación como de exportación.

La meta de este plan de negocios es contar con herramientas de las cuales se obtenga información y ser un instrumento de evaluación.

LAGARCIA S.A. es parte de ese sector, que atiende a clientes que se mueven en el ámbito del comercio exterior. La cantidad de proveedores del servicio de transporte es fundamental para poder incrementar nuestra participación en el mercado y para poder mantener el actual servicio a los clientes.

## **Abstract**

There are a variety of companies engaged in the service of transportation in Ecuador, but the competitiveness of enterprises is born in the gap of prices each having to provide these services. LAGARCIA SA comes to the market in order to reduce those rates and be a leader in the transportation market, acquiring new trucks to meet demand and future prospects that will be in search of our services.

Environmental conditions were vital to effect this business plan, this enabled us to give way to the origin of the decision-making both macro and micro in our company. Then we established economic indicators to assess the business situation in which we find a good management by areas and worker efficiency.

Policies and strategies taken by management was the acquisition of LAGARCIA 4 trucks to increase the number of freight and so we demanded that our customers and keep busy 100% of our freight use.

Part of the strategies of this business plan is to develop a technology application that allows to have an optimal control in the tracking control and storage charges.

This study will provide information relevant to the viability of the business plan, the same to be applied as a sales tool.

## **Introducción**

En el Ecuador existe una variedad de empresas dedicadas al servicio de la transportación, pero la competitividad de las empresas nace en la brecha de los precios que tiene cada una por brindar estos servicios. LAGARCIA S.A. llega al mercado con la finalidad de reducir esas tarifas y ser líder en el mercado de transporte, adquiriendo nuevos cabezales para satisfacer la demanda y futuros clientes potenciales que estarán en la búsqueda de nuestros servicios.

Las condiciones del entorno fueron vitales para efecto de este plan de negocios, esto nos permitió darle paso al origen de la toma de decisiones tanto macro como micro en nuestra empresa. Luego establecimos indicadores económicos y financieros para evaluar la situación del negocio en lo cual nos encontramos con una buena gestión por parte de las áreas y eficiencia de los trabajadores.

Las políticas y estrategias tomadas por la gerencia de LAGARCIA fue la adquisición de 4 cabezales para incrementar el número de fletes ya que así nos demandaba nuestros clientes y con esto mantener ocupado el 100% de utilización nuestro transporte de carga.

Parte de las estrategias de este plan de negocio es desarrollar una aplicación tecnológica que permita tener un control óptimo en el control de seguimiento de cargas y almacenamiento de información.

Este estudio dará información relevante para la viabilidad de este plan de negocios, el mismo que se aplicará como herramienta de ventas.

## **Descripción del Proyecto**

El desarrollo de este plan de negocios, se va a centrar en incrementar los ingresos con relación directa al crecimiento de número de movimientos tanto de contenedores como de cargas sueltas o cargas consolidadas.

Las empresas de transporte pesado y semipesado en todo el mundo, son los medios indispensables para el crecimiento y desarrollo de las comunidades y de las economías de las naciones, ya que además de su propio beneficio económico ayuda a la dinamización de la economía de las naciones. Nuestro país no es la excepción a la regla, puesto que contamos en la actualidad con una de las mejores infraestructuras viales de la historia, lo que permite que este sector se desarrolle de manera más amplia a diferencia que en otros años, permitiendo optimizar los recursos y disminuir el desgaste de las unidades.

Dentro de la dinamización de la economía, da mayores fuentes de trabajo, no solo a choferes profesionales, sino a un sinnúmero de actores en la cadena logística en todas las regiones.

Existen los recursos económicos para emprender este proyecto, así como también clientes que les gustará implementar herramientas de alta tecnología para controlar sus cargas y ser transportadas a las diferentes provincias del Ecuador y los puertos existentes en la ciudad de Guayaquil. De esta manera, eliminaremos a los intermediarios que no tienen ningún tipo de responsabilidad y formalizaremos a aquellos dueños de camiones que consiguen sus cargas sin ningún contrato y sin ningún tipo de seguridad.

La empresa brindará un servicio principalmente regional, es decir, en el cantón Guayaquil, pero no rechazaremos los transportes a nivel nacional, siempre y cuando las tarifas ofertadas sean aceptadas, trasladando la

mercadería con seguridad, cumpliendo con los tiempos de entrega, con precios competitivos y cumpliendo con las exigencias y necesidades de los prospectos. El capital para este proyecto saldrá de la misma producción de la empresa.

La demanda de empresas de transporte pesado de carga, no se encuentran satisfechas con el servicio que se les ofrecen debido a:

Los Tiempos de entrega, ninguna trazabilidad en las rutas, seguridad en los transportes y cargas , cuidado y responsabilidad con la mercadería, ningún asesoramiento en la cadena logística, sin certificaciones de seguridad internacional, incapacidad de satisfacer soluciones de certificaciones ambientales y altos costos debido a la intermediación de transporte.

Existen empresas que se dedican al proceso de intermediación de cargas, esto es un servicio en el que consiguen los clientes para transportar sus productos y los contactan con las empresas de transporte, por esta situación llamada “enganche de cargas” los intermediarios reciben hasta un 60% del valor total de cada carga.

Si bien es cierto que la meta que queremos conseguir, jamás será satisfecha con nuestra flota de vehículos, ni ahora ni nunca, también es cierto que nuestro negocio en el ámbito de la tercerización o subcontratación de pequeñas empresas de transporte, no llegaremos a esos estándares o niveles de rendimiento de los intermediarios, por considerarlos poco éticos.

Por último, este proyecto de inversión nos ayudará a incrementar las ventas, los ingresos y por ende el desarrollo de la economía nacional, ya que con el crecimiento esperado podemos generar mayores fuentes de trabajo con un pago justo, y a los clientes poder contar con una empresa que cuenta con la tecnología adecuada a sus necesidades.

## **Justificación del Proyecto**

El presente proyecto muestra el plan de negocios de una empresa de servicio de transporte a nivel nacional. La necesidad surge en la exigencia de crear una aplicación tecnológica que preste una solución para el servicio de transporte basado en estándares de calidad y precios que sean asequibles a negocios comerciales que requieren del servicio de transportación.

El logro de una impecable competitividad en el sector de transporte nos impone no solo en la optimización de costos, sino también en la logística, a fin de mejorar la participación en el mercado regional.

## **Objetivos del Proyecto**

Nuestro objetivo principal es incrementar las ventas para el movimiento de cargas de clientes directos para LAGARCÍA S.A. en un 50% y captar el 100% de los movimientos a nivel local (Guayaquil) y nacional de todos los clientes de FROC S.A. para el año 2014-2015.

Este trabajo espera obtener diferentes objetivos específicos, los mismos que nos permitirán:

1. Identificar condiciones del mercado.
2. Incrementar la flota de cabezales y chasis de 3 a 7 unidades a corto plazo.
3. Ampliar el número de transportistas subcontratados de 2 a 5 compañías de transportes, para atender a la demanda presentada.
4. Determinar el costo para incrementar equipos, unidades de transporte y personal operativo.
5. Aumentar el capital de operación en un 200%.
6. Determinar la factibilidad del plan de negocios con un rango mínimo del 85% de efectividad.
7. Determinar la sensibilidad del plan de negocios en 5 variables decisionales.

# **CAPÍTULO I**

## **SEGMENTACION**

### **1.1 Mercado Meta**

Nuestro mercado meta está claramente definido. Nuestro portafolio de clientes está dividido en los movimientos que realizan FROC S.A. (Agentes Fedatarios de Aduana) y los clientes directos de LAGARCÍA S.A. que son exportadores o importadores.

### **1.2 Macro Segmentación**

#### **VEHÍCULOS POR USO**

Según la información de la Agencia Nacional de Tránsito, del total de parque automotor del país, el 96,4% son vehículos de uso particular, el 3% son vehículos de alquiler, el 0,5% pertenecen a instituciones del estado y el 0,1% de uso municipal.

Según las estadísticas de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, que en su publicación del Anuario 2013, menciona: “Los 113.812 vehículos nuevos comercializados en el año 2013 se distribuyeron geográficamente en las siguientes provincias: el 40,8% en Pichincha, el 27% en Guayas, el 7% en Tungurahua, el 5,6% en Azuay, el 3,5% en Manabí, el 3% en Imbabura y el 13% restante en las demás provincias. Con relación al año 2012 la participación por provincias se ha mantenido similar. El segmento de vehículos nuevos más demandado por los usuarios es el de automóviles que concentró el 41% de las ventas, seguido por SUV’s con el 24%, camionetas con el 19%, los camiones concentraron el 10%, las VAN’s el 5 % y los buses el 1%”.

Para el sector que nos interesa y es materia de este estudio, los camiones representaron un crecimiento de un punto en relación al año 2012.

**Tabla 1 Ventas por segmento**  
**2013 / Ventas mensuales por segmento**

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
AUTOMÓVILES	3.884	3.531	3.863	4.301	4.425	4.056	4.149	3.623	3.489	3.755	3.803	4.223	47.102
CAMIONETAS	2.013	1.627	1.570	1.683	1.756	1.795	1.894	1.734	2.041	2.105	1.971	1.858	22.047
SUV'S	1.858	1.821	2.319	2.265	2.430	2.217	2.481	2.365	2.341	2.110	2.191	2.669	27.067
VAN'S	462	387	480	478	449	473	460	480	395	378	395	322	5.159
CAMIONES	869	717	830	929	1.018	923	1.010	972	1.066	963	922	866	11.085
BUSES	86	229	109	129	142	111	106	116	72	82	87	83	1.352
<b>TOTAL</b>	<b>9.172</b>	<b>8.312</b>	<b>9.171</b>	<b>9.785</b>	<b>10.220</b>	<b>9.575</b>	<b>10.100</b>	<b>9.290</b>	<b>9.404</b>	<b>9.393</b>	<b>9.369</b>	<b>10.021</b>	<b>113.812</b>

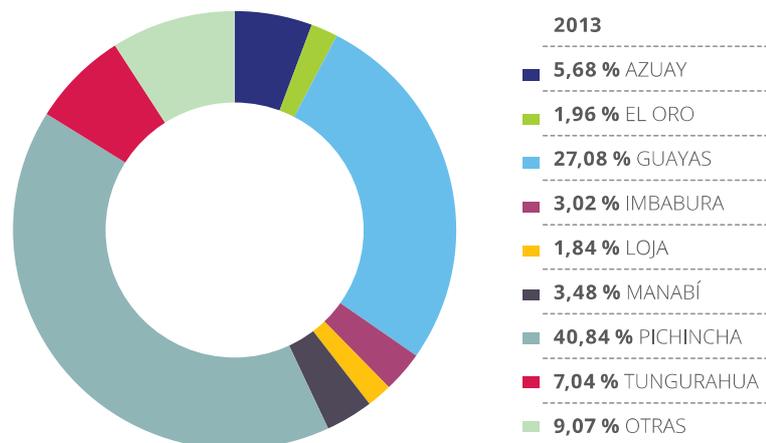
**Ventas históricas mensuales**

AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2009	9.121	7.865	7.324	6.729	7.013	7.463	8.669	6.636	7.415	7.427	7.435	9.667	92.764
2010	8.059	8.054	10.149	10.026	10.505	11.352	11.659	11.336	10.956	11.553	11.641	16.882	132.172
2011	11.076	10.917	11.711	11.652	12.057	12.996	11.968	12.419	11.300	11.221	10.325	12.251	139.893
2012	10.291	10.130	10.291	10.369	11.220	11.706	10.764	9.981	8.619	9.124	9.436	9.515	121.446
2013	9.172	8.312	9.171	9.785	10.220	9.575	10.100	9.290	9.404	9.393	9.369	10.021	113.812

Fuente: AEADE – CIFRAS 2013

**Ilustración 1 Participación por provincia**

**Participación por Provincia 2013**



Fuente: AEADE – CIFRAS 2013

En el mercado nacional, los modelos más vendidos y que lideran las preferencias del mercado encontramos las que se muestran en el siguiente cuadro:

**Tabla 2 Camiones**  
**Camiones**

MARCA	MODELO	UNIDADES
CHEVROLET	NLR	1.271
CHEVROLET	NPR	692
HINO	FC9	493
JAC	HFC 1035	473
HINO	XZU640	457

Fuente: AEADE – CIFRAS 2013

En esta segmentación, están incluidos todo tipo de camiones, desde los pequeños de 2 toneladas de carga hasta los pesados de 25 toneladas. Esto no significa que no existan otro tipo de camiones de mayor tonelaje y de otras marcas reconocidas internacionalmente.

Las importaciones de los diferentes automotores por segmentos, se realizan desde diferentes partes del mundo, liderando China. Se puede evidenciar una disminución en las importaciones de vehículos en los diferentes tipos de vehículos, debido a las barreras arancelarias y paraarancelarias impuesta por el gobierno central.

**Tabla 3 Importaciones por segmento**  
**Importaciones anuales por segmento y país de origen**

AÑO	TIPO	ALEMANIA	BRASIL	CHINA	COLOMBIA	COREA	EE.UU.	INDIA	JAPÓN	MÉXICO	OTROS	TOTAL
2011	AUTOMÓVILES	749	1.072	1.767	5.958	12.937	283	1.568	606	6.458	692	32.090
	CAMIONETAS	0	67	944	239	0	1.185	86	123	1.873	5.265	9.782
	SUV´S	111	1	1.908	383	7.421	1.490	2	2.159	203	1.410	15.088
	VAN´S	0	3	2.834	56	2.051	7	0	162	10	141	5.264
	CAMIONES	65	88	1.502	3.030	996	635	1	4.007	592	232	11.148
	BUSES	52	675	100	117	111	0	0	656	0	18	1.729
		<b>977</b>	<b>1.906</b>	<b>9.055</b>	<b>9.783</b>	<b>23.516</b>	<b>3.600</b>	<b>1.657</b>	<b>7.713</b>	<b>9.136</b>	<b>7.758</b>	<b>75.101</b>
2012	AUTOMÓVILES	729	1.766	2.429	3.547	10.766	471	1.357	1.505	4.457	518	27.545
	CAMIONETAS	0	201	1.191	3	0	2.020	473	45	1.374	4.757	10.064
	SUV´S	376	0	689	824	5.786	2.067	0	1.875	324	967	12.908
	VAN´S	173	0	1.668	120	728	0	0	3	0	0	2.692
	CAMIONES	45	54	1.903	3.312	1.543	697	0	3.592	571	213	11.930
	BUSES	0	623	117	55	94	7	0	613	0	4	1.513
		<b>1.323</b>	<b>2.644</b>	<b>7.997</b>	<b>7.861</b>	<b>18.917</b>	<b>5.262</b>	<b>1.830</b>	<b>7.633</b>	<b>6.726</b>	<b>6.459</b>	<b>66.652</b>
2013	AUTOMÓVIL	174	819	793	2.062	8.230	310	2.089	668	4.338	616	20.099
	CAMIONETA	0	62	425	0	0	1.396	265	1	944	3.199	6.292
	SUV	169	500	305	1.191	4.677	1.828	0	2.551	1.253	2.471	14.945
	VAN	382	0	3.356	0	1.319	3	0	16	3	3	5.082
	CAMIÓN	183	309	3.491	2.298	1.229	847	192	3.720	1.147	865	14.281
	BUS	0	515	210	166	21	0	0	912	70	2	1.896
		<b>908</b>	<b>2.205</b>	<b>8.580</b>	<b>5.717</b>	<b>15.476</b>	<b>4.384</b>	<b>2.546</b>	<b>7.868</b>	<b>7.755</b>	<b>7.156</b>	<b>62.595</b>

Fuente: AEADE – CIFRAS 2013

## **1.3 Micro segmentación**

### **EL MERCADO DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA**

En la economía de nuestro país, nace desde sus inicios en la necesidad de trasladar de manera eficaz y eficientemente las mercaderías para la sociedad. Es por esto que el transporte que se convierte en el principal insumo de consumo intermedio para realizar las diferentes actividades (laborales, comerciales, educacionales y de ocio).

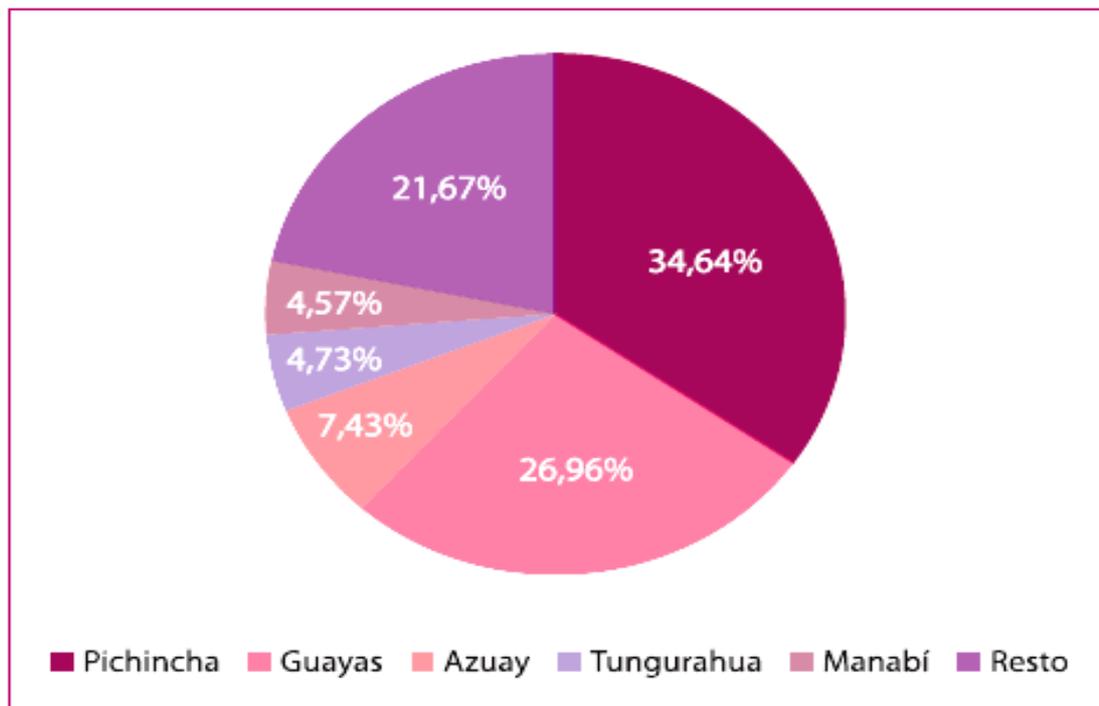
Además de ser en el gestor que va a impulsar la integración de los mercados de capitales, bienes y servicios, financieros y laborales en una economía, contribuyendo al desarrollo de una nación. El servicio de transporte como cualquier otra actividad productiva, es parte de ella, es decir, que es directamente incluyente en el motor productivo de la nación y del sector productivo, ya que la movilidad es un factor directamente influyente para la determinación del costo y del mercado.

El servicio de transporte es el motor para incrementar la productividad del sector que lo requiere ya que permite los desplazamientos, la distribución de recursos.

El sector del transporte es uno de los más significativos para la economía del país, representando entre el 9% del PIB nacional, en este rubro está considerado actividades de almacenamiento y comunicaciones.

## Ilustración 2 Participación por sector

GRÁFICO 1:  
PARTICIPACIÓN PROVINCIAL EN EL SECTOR TRANSPORTE Y COMUNICACIONES



Fuente: Cuentas Provinciales Banco Central del Ecuador

“El transporte de carga pesada constituye un sector importante en la economía ecuatoriana, la Federación Nacional de Transporte Pesado del Ecuador agrupa más de 349 empresas a nivel nacional, con diferentes actividades económicas, de estas 193 pertenecen al segmento de mercado que se está analizando, (esto es un 90% de toda la industria del transporte en el país)”. (FENATRAPE, 2014)

“La industria del transporte pesado en el Ecuador representa una inversión estimada de 4.500 millones de dólares anuales, generando 110.000 empleos directos y 54.000 indirectos. Además que este sector es un consumidor del 90% del total del combustibles y lubricantes así como de otros productos en gran porcentaje” (R. Carburando, 2010; 5-11).

## **1.4 Perfil del Consumidor**

### **SECTOR IMPORTADOR:**

El sector al que queremos enfocarnos, es a todas las personas naturales y jurídicas del cantón Guayaquil, que se dedican a una actividad de comercio exterior en la rama de importaciones de todo tipo, tales como:

- Materias Primas
- Insumos
- Repuestos
- Comestibles
- Bienes Suntuarios (ropa, zapatos, electrodomésticos, etc.).
- Maquinaria Industrial, etc.

### **SECTOR EXPORTADOR:**

Nos queremos enfocar a todas las personas naturales y jurídicas del cantón Guayaquil, que se dedican a la actividad de comercio exterior en la rama de exportaciones de productos producidos en nuestro país, tales como:

- Camarón
- Pescado Congelado
- Banano y plátano
- Conservas
- Café
- Cacao, etc.

## CAPÍTULO II

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 2.1 Análisis PEST

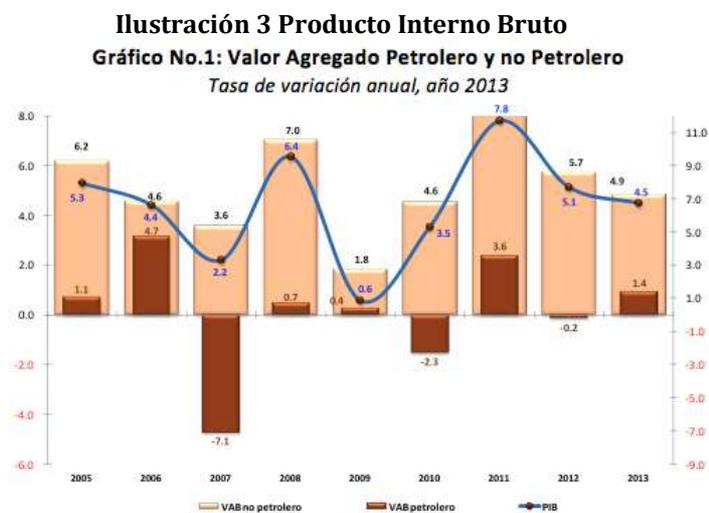
##### Factores Económicos

En este capítulo analizaremos los factores macro de la economía que tienen repercusión directa en el mercado y nuestra empresa, y la relación directa con el nivel percibido por los ingresos.

##### Producto Interno Bruto

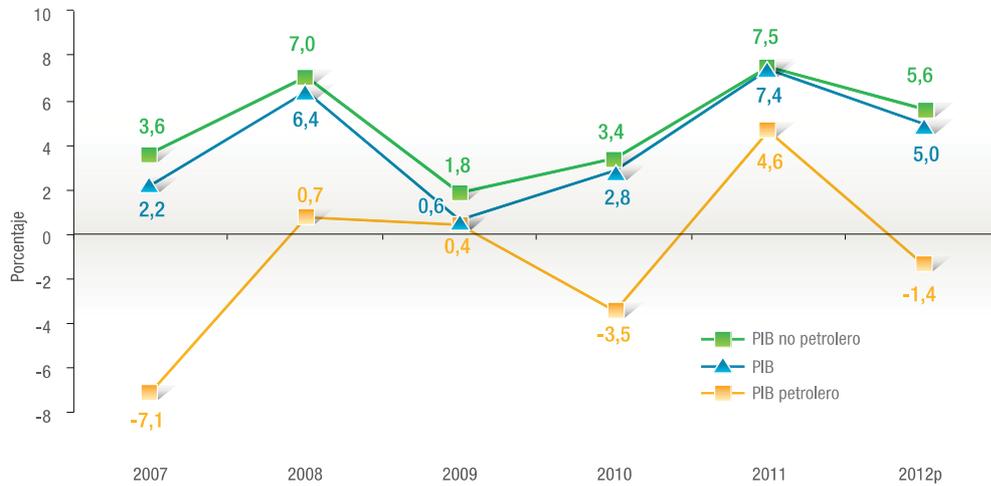
Para entender el P.I.B. el Banco Central del Ecuador define: “El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo - en términos globales y por ramas de actividad - se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales”. (B.C.E., 2011).

TABLA: Producto Interno Bruto



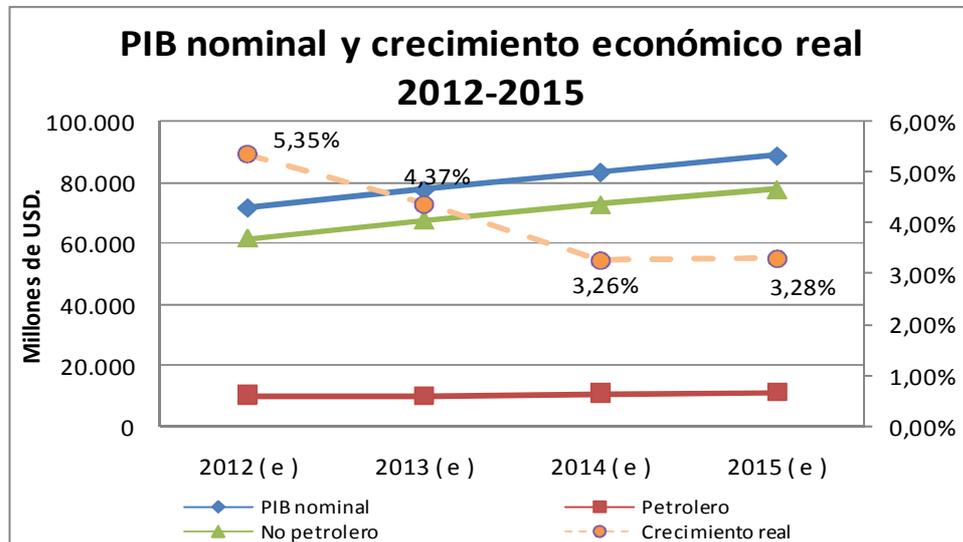
Fuente: BCE

**Ilustración 4 Variación del PIB**  
**Variación anual del PIB petrolero y no petrolero (2007-2012)**



Fuente: BCE, 2013b.  
 Elaboración: Senplades.

**Ilustración 5 Crecimiento del PIB**

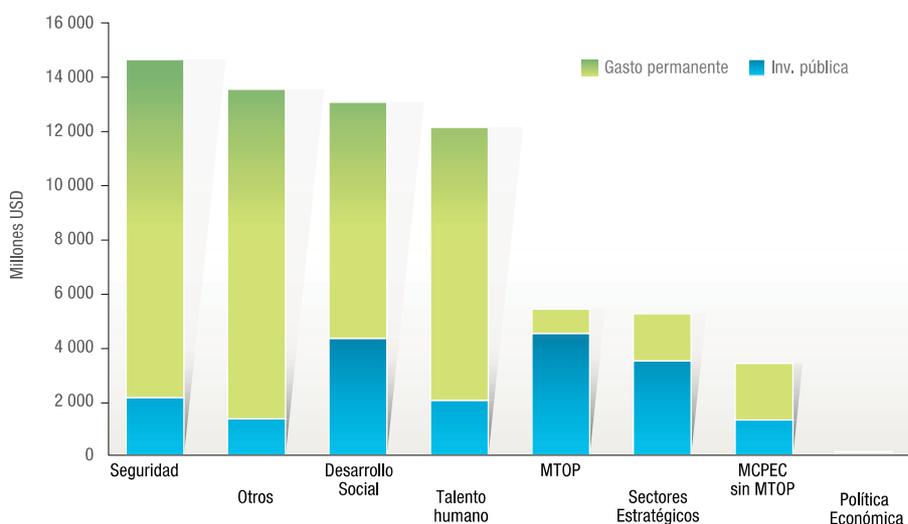


Fuente: Ministerio Coordinador de la Política Económica

## P.I.B. Por Actividad

### Ilustración 6 PIB por actividad

#### Presupuesto General del Estado: asignación acumulada por Consejo en valores consolidados (2007-2013)



**Nota:** MTOP: Ministerio de Transporte y Obras Públicas. MCPEC: Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.

Otras entidades del PGE: Asamblea Nacional, Secretaría Nacional de Gestión de la Política, Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, Consejo Nacional de la Judicatura, Consejo Nacional Electoral, Contraloría General del Estado, Corte Constitucional, Defensoría del Pueblo, Defensoría Pública, Fiscalía General del Estado, Superintendencia de Bancos y Seguros, Superintendencia de Control del Poder de Mercado, Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, Superintendencia de Telecomunicaciones, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Instituto Nacional de Pre inversión, Presidencia y Secretaría General de la Administración Pública, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Secretaría Técnica de Cooperación Internacional, Secretaría Técnica del Mar, Sistema Nacional de Bibliotecas, Vicepresidencia de la República, Universidades.

**Fuente:** Ministerio de Finanzas, 2013a.

**Elaboración:** Senplades.

## La inflación en el Ecuador

El Banco Central del Ecuador mide la inflación mediante herramientas estadísticas a través del índice de precios al consumidor del área urbana (IPCU), como punto de partida que es una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares (B.C.E. 2014).

Uno de los más significantes efectos de la dolarización es que la inflación se redujo a un solo dígito. Esta reducción mediante políticas económicas y comerciales internas se redujeron a inicios del 2000 a un solo dígito, pero sin prever que la inflación creció inesperadamente hasta llegar a un tope del 96%. Claro está que este índice no se mantuvo, sino que bajó a niveles aceptables, tales como se lo demuestra en este comportamiento:

**Tabla 4 Comportamiento de la inflación**

<b>AÑO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
2004	3%
2005	2%
2006	3%
2007	2%
2008	8%
2009	4%
2010	5%

“Analizando la historia del comportamiento inflacionario de nuestro país, podemos decir que según el análisis del Banco Central del Ecuador que, en su Programación Presupuestaria Cuatrianual 2012-2105 dice: “La estimación del PIB nominal del Ecuador para el período comprendido entre los años: 2012-2015, presenta consideraciones importantes para el sector petrolero, las cuales impactan directamente a la consolidación del producto nominal de la economía”. (Banco Central del Ecuador, 2013)

“En el Ecuador la producción petrolera es substancial para la estructuración del PIB; y se estima que para el período analizado, su participación promedio respecto al PIB nominal sea del 13,10%. Sin embargo, se aprecia que para el año 2015 la contribución del PIB no petrolero muestra un fortalecimiento, lo que representa una menor participación del PIB de ramas petroleras, hasta ubicarse en el 12,5%”. (Banco Central del Ecuador, 2013)

### **Tasas de Interés**

Según el Banco Central del Ecuador en el año 2013, se define a la tasa de interés como: “La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube”.

“Existen dos tipos de tasas de interés: la tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado; la tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación”. (B.C.E. 2013).

**Tabla 5 Tasas de interés**

<b>Tasas de Interés</b>			
<b>ABRIL 2014 (*)</b>			
<b>1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES</b>			
<b>Tasas Referenciales</b>		<b>Tasas Máximas</b>	
<b>Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:</b>	<b>% Anual</b>	<b>Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:</b>	<b>% Anual</b>
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
<b>2. TASAS DE INTERES PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO</b>			
<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>	<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos Monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
<b>3. TASAS DE INTERES PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO</b>			
<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>	<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y Más	5.35
<b>4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)</b>			
<b>5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR</b>			
<b>6. OTRAS TASAS REFERENCIALES</b>			
Tasa Pasiva Referencial	4.53	Tasa Legal	8.17
Tasa Activa Referencial	8.17	Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

## **Balanza Comercial en el Ecuador**

La balanza comercial de Ecuador cerró en 2013 con un déficit de \$-1.084 millones, saldo que al ser comparado con el obtenido en 2012, que fue de \$-440,6 millones, este se incremento en \$ -643,4 millones, según el Banco Central del Ecuador (BCE).

Las exportaciones totales en valor FOB (en puerto), durante el año pasado, alcanzaron \$ 24.957,6 millones, un aumento del 5% con relación a las ventas externas registradas en 2012, que fueron de \$23.764,8 millones.

El resultado de las exportaciones petroleras en el período de análisis, al ser comparado con el alcanzado en 2012 muestra que la cantidad de barriles aumentó en 5,4%, al pasar de 141,2 a 148,2 millones de barriles. El mismo comportamiento de crecimiento tuvieron en valor FOB las ventas externas petroleras, incrementándose en 2,3%, pasando de \$13.792 millones a \$ 14.107,7 millones.

De su parte, las importaciones totales en valor FOB alcanzaron el año pasado \$ 26.041,6 millones, nivel superior en \$ 1.836,2 millones a las compras externas realizadas en 2012 (\$ 24.205,4 millones); dicho monto representó un crecimiento de 7,6%.

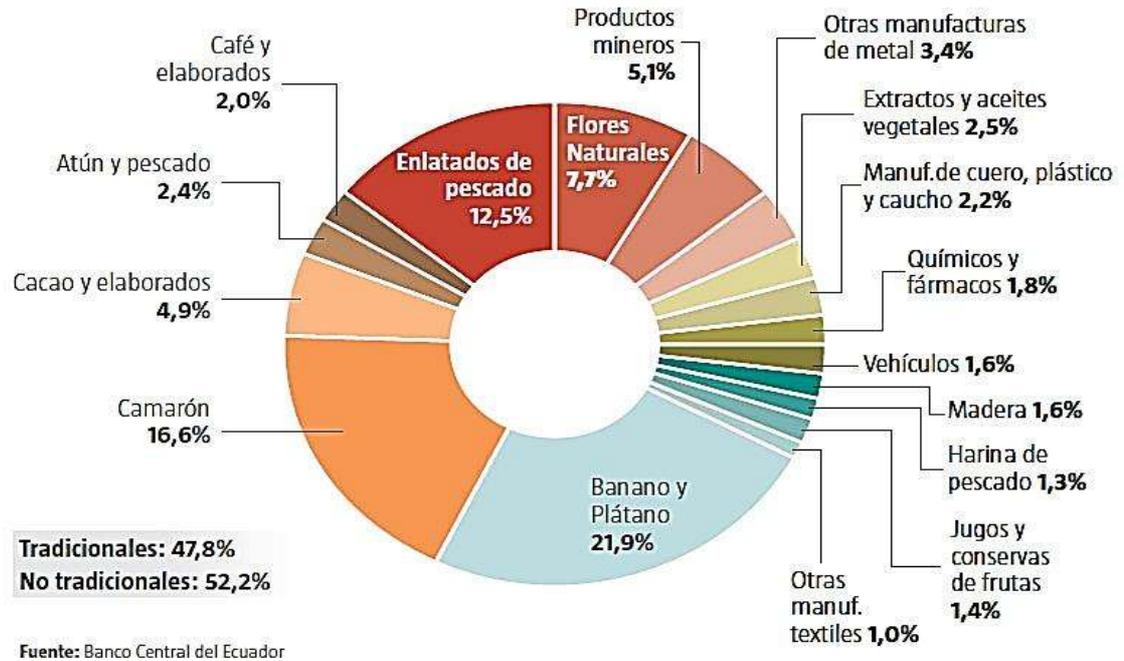
Ecuador importó en bienes de consumo un total de \$ 5.230,4 millones (20,1%); materias primas \$7.829,2 millones (30,1%); bienes de capital para la agricultura, industria y equipos de transporte \$6.778 millones (26%); combustibles y derivados \$ 6.080,2 millones (23,3%). En comparación con 2012 la compra de materias primas creció un 7,4% y la de bienes de capital 5,6%.

### **Etiquetas:**

Balanza comercial, BCE, Ecuador, no petroleras, ventas

Tabla 6 Participación porcentual de productos

## Participación porcentual de los principales productos (2013)



### FACTORES TECNOLÓGICOS:

En el mercado ecuatoriano, existen varios tipos de software que ofrecen un sistema de tracking de la flota de vehículos y mercancías. Todo esto lo hacen en tiempo real, pero va enfocado más a dar tranquilidad al cliente de que los vehículos que transportan sus cargas están siendo monitoreados.

Para LAGARCIA S.A es importante estar a la vanguardia de equipos tecnológicos, y como tal somos constantes en verificar la calidad de las herramientas tecnológicas.

En algunos casos, el tipo de servicio que se brinda es mediante una captura de pantalla de la ubicación de la unidad y sus cargas, mediante el envío de uno o varios correos electrónicos.

A continuación detallamos los sistemas en el cual LAGARCIA S.A. tiene a disposición para el mercado ecuatoriano, todo nuestro software cuenta con garantía, seguridad y monitoreo para el alcance de los usuarios.

Ilustración 7 Software de la competencia



Ilustración 8 Herramienta de rastreo



Ilustración 9 Rastreador II



Es por esto que nosotros ofrecemos este tipo de productos con un plus adicional que es un sistema de almacenamiento de información online 24/7/365, que puede ofrecer toda la información que necesita el cliente, así como toda la documentación de acompañamiento para poder ser visualizada en PDF e impresa en cualquier momento, así como también imágenes e información completa del vehículo, chofer, rutas, etc.

Ilustración 10 Software de LAGARCÍA S.A.



**Ilustración 11 Software presentación**

Origen	Cliente	Proveedor
126190	CARSWAN S.A.	GOLD MEDAL PRODUCTS CO.
11738	CARSWAN S.A.	GRUPO COMERCIAL S.A. DE CV.
188387	CARSWAN S.A.	ACCES PRODUCTS CO. INC.
178	SOLUCIONES DIGITALES GLOBALES RESPRO	SAMSUNG ELECT
0730-0732	ICUMAC S.A.	SHINGHAI PRO TOOLS
0204	COMERCIAL SHAYTA S.A.	INDEP S.A.
0730	ICUMAC S.A.	GOLLMAC INTERNATIONAL LTD
0204	ICUMAC S.A.	GOCEYER INTERNACIONAL CORPORATION
177	SOLUCIONES DIGITALES GLOBALES RESPRO	SAMSUNG ELECT
04289-14	TRINASA S.A.	TRINSA S.A.C.

Cliente	COMERCIAL SHAYTA S.A.
RUC / Código	30000001000
Dirección Postal Cliente	002168
Dirección PSE	002168
St. / Urban	BUENOS AIRES 02
Provincia	PRADO S.A.
Producto	CALENTADORES DE AGUA FRIAS
Car. Rubro	1988
Fecha de Emisión	12 de Febrero de 2014
Región / País	HUAYABAMBAMBO
Fecha de Regimen Del	04 de Abril de 2014
Fecha de Regimen Cargo	28 de Mayo de 2014
Fecha de liquidación Equipos	06 de Abril de 2014
Fecha entrega del Transporte y Termina Tránsito FISC	02 de Mayo de 2014
Legislación y IVA	<a href="#">Ver Legislación</a> <a href="#">Ver IVA</a>

**Ilustración 12 Software generación de imagen**

Documento	Acción
2071 0	[Icono]
2071	[Icono]
2071 0	[Icono]
2071 1	[Icono]

[Salir Archivo](#)

Una Librería 4 Items

Exposiciones de Datos de

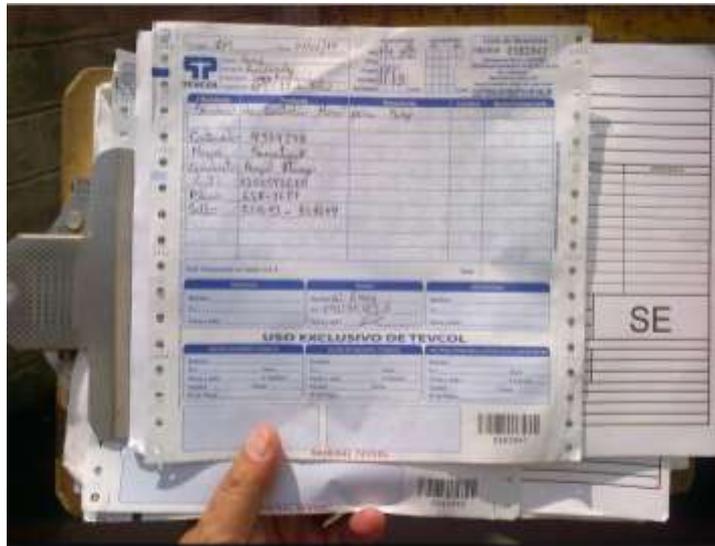
Archivos de C.A.S.

Número de Contraseña 403078

**Ilustración 13 Transportación de mercadería**



**Ilustración 14 Guía de remisión**



**Ilustración 15 Guía de remisión II**



## **FACTORES POLÍTICOS**

Desde que llegó el nuevo gobierno en el 2007 a la cabeza del Presidente Rafael Correa y su proyecto político ha logrado acaparar todas las funciones del estado, lo que le ha permitido gobernar sin oposición y de esta manera haber conseguido los objetivos de sus promesas de campaña, objetivos sociales y económicos.

La Asamblea Constituyente fue un organismo que según el Estatuto de Convocatoria tiene absolutos poderes para realizar una transformación en el marco Institucional del Estado Ecuatoriano y así redactar una nueva constitución. Esto fue posible, gracias a que la amplia mayoría de asambleístas de gobierno alineados con el compromiso político de su partido.

## FACTORES SOCIALES Y DEMOGRÁFICOS

### Empleo y Desempleo:

Según el Glosario de términos del ENENDU emitido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC, las características de la población son:

**Ilustración 16 Ocupado en el Ecuador  
Ocupados por Rama de Actividad  
Nacional Urbano**

Ocupados por rama	mar-08	mar-09	mar-10	mar-11	mar-12	mar-13	mar-14	Diferencia de Mar14 - Mar13
G. Comercio, reparación vehículos	26,54%	26,30%	25,60%	25,93%	26,95%	24,46%	23,17%	-1,29%
C. Industrias manufactureras	12,67%	12,93%	13,69%	13,41%	13,13%	13,66%	12,15%	-1,51%
F. Construcción	6,80%	7,18%	7,40%	7,06%	6,89%	6,84%	8,60%	1,76%
A. Agricultura, ganadería caza y silvicultura y pesca	8,02%	7,87%	6,98%	6,73%	7,36%	7,78%	8,15%	0,37%
I. Hoteles y restaurantes	7,04%	6,33%	6,51%	6,09%	6,89%	7,23%	6,85%	-0,37%
H. Transporte y almacenamiento	5,94%	6,15%	6,26%	6,71%	7,01%	7,35%	6,64%	-0,71%
P. Enseñanza	6,28%	6,69%	6,63%	7,22%	6,00%	5,96%	6,42%	0,46%
O. Administración pública, defensa y seguridad social	4,81%	4,44%	4,50%	4,55%	4,42%	4,47%	5,35%	0,88%
S. Otras actividades de servicios	4,07%	4,39%	4,25%	4,15%	3,48%	3,70%	4,02%	0,32%
T. Actividades en hogares privados con servicio doméstico	3,87%	3,68%	4,07%	3,87%	2,94%	2,54%	3,50%	0,96%
N. Actividades y servicios administrativos y de apoyo	2,66%	2,34%	2,68%	2,69%	3,18%	3,35%	3,41%	0,06%
Q. Actividades, servicios sociales y de salud	3,20%	3,34%	3,57%	3,46%	3,57%	3,30%	3,19%	-0,10%
M. Actividades profesionales, científicas y técnicas	2,46%	2,30%	2,19%	2,15%	2,58%	2,81%	2,83%	0,02%
K. Actividades financieras y de seguros	1,15%	1,29%	1,26%	1,20%	1,43%	1,20%	1,36%	0,16%
J. Información y comunicación	1,84%	2,04%	1,86%	2,17%	1,94%	2,03%	1,33%	-0,70%
R. Artes, entretenimiento y recreación	1,01%	1,10%	0,90%	0,86%	0,74%	0,99%	0,88%	-0,11%
B. Explotación de minas y canteras	0,49%	0,55%	0,47%	0,40%	0,42%	0,56%	0,73%	0,17%
E. Distribución de agua, alcantarillado (*)	0,41%	0,25%	0,48%	0,43%	0,25%	0,90%	0,59%	-0,31%
L. Actividades inmobiliarias (*)	0,40%	0,37%	0,36%	0,57%	0,49%	0,31%	0,43%	0,13%
D. Suministros de electricidad, gas, aire acondicionado (**)	0,31%	0,43%	0,33%	0,31%	0,31%	0,39%	0,37%	-0,02%
U. Actividades de organizaciones extraterritoriales (**)	0,01%	0,02%	0,01%	0,02%	0,01%	0,10%	0,02%	-0,08%
No especificado	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,09%	0,00%	-0,09%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%

Haciendo un análisis del crecimiento de la actividad económica mediante la ocupación del país por rubros en el período marzo 2013 a marzo 2014, el sector de la construcción ha tenido un ligero repunte con un 1,76%, seguido del servicio doméstico que creció en un 0,96% y el incremento de la burocracia con un 0,88%. El resto de los sectores no ha crecido casi nada y en la mayoría de los casos ha tenido decrecimiento, es decir, que ha habido despidos de personal en las empresas.

“Trabajo Remunerador: El reconocimiento de la supremacía del trabajo sobre el capital y del trabajo como fin del proceso productivo, implican la garantía de una remuneración justa, por un lado, de acuerdo a las capacidades y calificaciones del trabajador y digna, por otro lado, que conlleve a la satisfacción de las necesidades primordiales de la población y sus familias. El concepto de salario digno se encuentra en el corazón de esta concepción y refleja la convicción del gobierno nacional de garantizar la remuneración para permitir a los hogares la realización de un mayor bienestar”. (INEC, 2013)

Una de las conquistas de los últimos años es, precisamente, la incorporación del salario digno en el Código de la Producción (2010), el cual estipula que ningún empresario puede cobrar utilidades sin que, antes, sus trabajadores reciban un salario que les permita cubrir la canasta básica. Efectivamente, la brecha entre el costo del ingreso familiar mensual y la canasta básica familiar se encuentra prácticamente cerrada en el año 2013, lo cual contrasta con la brecha de 26,3% que existía en el año 2008. Lo anterior muestra un importante esfuerzo de redistribución”. (INEC, 2013)

“Que la brecha se haya cerrado en términos nominales no implica que la totalidad de los hogares cubra, en la actualidad, la canasta básica. En el país, un importante segmento de la PEA (51% en el año 2012) se encuentra en el segmento informal de la economía, que se caracteriza por ofrecer trabajo precario, estar ausente de la normativa legal y tributaria y, por lo tanto, no ofrecer salarios justos.

Consistente con la segmentación existente en el mercado de trabajo, el Gráfico 6.9.4. muestra que, si bien el porcentaje de hogares que cubren la canasta básica en el Ecuador se ha incrementado de 39,6% en el año 2007 a 45,5% en el año 2012, la brecha real de hogares que no cubren la canasta es todavía importante.

### **Estabilidad en el trabajo y seguridad social**

“La estabilidad laboral es un componente esencial del trabajo digno, ya que garantiza ingresos permanentes al trabajador, lo cual es importante para la satisfacción de sus necesidades y las del núcleo familiar. Al mismo tiempo, la permanencia de los trabajadores debe ser también vista como un activo para las empresas, ya que implica contar con trabajadores con experiencia, integrados al proceso productivo y con un alto compromiso laboral. Por lo tanto, la estabilidad laboral beneficia no solo al trabajador, sino también a la empresa y a su productividad”. (INEC, 2013)

“El tipo de contrato que tiene el trabajador asalariado es un indicador de estabilidad en el trabajo y de tiempo de permanencia en el mismo. Se considera que un trabajador tiene un trabajo estable cuando este es de carácter permanente. Según lo muestra la Tabla 6.9.3., el porcentaje de trabajadores con contrato permanente o nombramiento se incrementó de 41,3% en el año 2007 a 45,7% en el 2012. Si bien es un avance en la dirección correcta –que ha sido reforzada por acciones concretas tales como la eliminación de la tercerización laboral–, el óptimo no ha sido alcanzado”. (INEC, 2013)

“Con respecto a la seguridad social en los últimos seis años, se han observado importantes avances encaminados a hacer cumplir la norma legal de afiliar a la seguridad social a los trabajadores en relación de dependencia y a eliminar la precarización laboral. (INEC, 2013)

La Tabla refleja este avance y muestra que la población cubierta por la seguridad social pública (IESS, ISSFA e ISSPOL) se ha incrementado en quince puntos porcentuales, de 26,3% a 41,4%, desde el año 2007 al 2012. En el área urbana el incremento en cobertura en este periodo fue de 16,5%, mientras que en el área rural fue de 12,3% (INEC, 2012b)”. (Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, pag. 279-280)

**Tabla 7 Ocupados por contratación**  
**Ocupados por tipo de contratación (2007-2012)**

Tipo de contrato	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nombramiento	10,6%	10,4%	10,8%	10,8%	11,4%	9,6%
Contrato permanente	30,7%	28,1%	29,4%	30,7%	33,4%	36,1%
Contrato temporal	33,4%	35,6%	35,3%	33,7%	31,5%	30,6%
Por obra, a destajo	3,2%	2,5%	2,5%	2,2%	1,9%	2,1%
Por horas	3,7%	2,7%	2,2%	2,4%	2,7%	2,3%
Por jornal	18,4%	20,7%	19,9%	20,1%	19,2%	19,3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Mediciones a diciembre de cada año.

**Fuente:** INEC, 2012b.

**Elaboración:** Senplades.

**Tabla 8 Cobertura de la seguridad**  
**Cobertura de la seguridad social pública (2007-2012)**

Año	Nacional	Urbano	Rural
2007	26,3%	29,2%	20,4%
2008	27,5%	30,3%	21,7%
2009	29,9%	33,4%	22,9%
2010	33,5%	38,1%	24,1%
2011	38,2%	42,4%	29,3%
2012	41,4%	45,7%	32,7%

**Nota:** Mediciones a diciembre de cada año.

**Fuente:** INEC, 2012b.

**Elaboración:** Senplades.

## **2.2 Análisis PORTER**

### **Competencia**

Para el presente proyecto, es indispensable establecer quienes podrían ser nuestros principales competidores. Para el sector del transporte como cualquier otro sector comercial, es un riesgo que se incrementen los participantes en el mercado, así como también es riesgoso las reacciones que tomen las empresas ya establecidas.

### **BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA:**

“En base a los distintos componentes determinados para cada mercado como barreras de entrada y de salida, habiéndose categorizado como alto o bajo según corresponda, se construye una matriz de análisis de dos columnas por dos filas, donde se pueden realizar importantes estudios de estrategia competitiva”.

“Como se ve en el cuadrante inferior izquierdo. Toda vez que se consigan generar altas barreras de ingreso al segmento o sector industrial y se logra tener bajas barreras de salida, se obtendrá una alta rentabilidad con poco riesgo, o sea la mejor de las alternativas estratégicas”.

“Por el contrario, en el caso del cuadrante superior derecho, la rentabilidad será baja y el riesgo alto cuando las barreras de entrada al mercado son bajas y las barreras de salida del negocio son altas”.  
(Estrategia Magazine, Año 4., edición 57, Página 2, Sección Administración)

## **BARRERAS DE ENTRADA:**

### **Economías de escala:**

“Es la reducción de los costos de producción cuando se incrementa el índice productivo, es decir, que el costo del servicio de transporte disminuirá cuando se incrementa la venta del servicio o cuando se incrementa los movimientos de transporte”. (Enciclopedia financiera)

Para este proyecto de negocios, consideraremos las estrategias de mercado y de servicio, utilizando las herramientas tecnológicas hará que se incrementen las ventas con el fin disminuir los costos y recuperar lo más rápido posible la inversión realizada.

### **Diferenciación del Producto:**

“La diferenciación horizontal del productos consiste en la localización de un bien en un determinado espacio de características a lo largo del cual se encuentra distribuido los consumidores”. (Martines Sandoval, A. – Diferenciación de Productos, 2005).

La mejora del servicio de transporte en el uso de herramientas tecnológicas para el control y monitoreo de las mercancías, unidades de transporte y soporte documental, es la diferenciación del servicio que se va a ofrecer, y de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes.

### **Necesidades de Capital:**

“Es la necesidad de invertir muchos recursos financieros para competir crea una barrera de entrada, especial si el capital es requerido (...)”. (Martínez Pedros, Daniel; Milla Gutiérrez, Artemio. “La Elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral”)

Nuestra empresa en el área tecnológica no requiere de mayor inversión, pero al incrementarse las ventas se requerirá de mayor capital

humano, mayor cantidad de chasis y cabezales, personal de control para la toma de fotos e información, capital de operación para lo antes mencionado.

### **Costos cambiantes:**

“Esta barrera se crea si existen costos adicionales que deben asumir los compradores al cambiar de un proveedor de productos o servicios a otro “. (Martínez Pedros, Daniel; Milla Gutiérrez, Artemio. “La Elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral”)

“Si estos costos son elevados, entonces los proveedores de nuevo ingreso tendrán que ofrecer una gran mejoría en el costo o desempeño para que el comprador cambie al actual”. (Porter,2006)

En nuestro caso, no será necesario de incurrir en costos cambiantes significativos, solo el entrenamiento del uso de la herramienta tecnológica. En este tipo de producto el costo más importante que tendrá que invertir el cliente es el factor tiempo.

### **Acceso a los canales de distribución:**

“La necesidad por parte de un nuevo entrante de asegurar la distribución de su producto puede crear una barrera de entrada”. (Martínez Pedros, Daniel; Milla Gutiérrez, Artemio. “La Elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral”)

En el área logística de entrega y recepción de mercadería, implica manejar coordinadamente muchos factores en los que también estén involucrados la tecnología y el servicio eficiente. Esta será la estrategia para mejorar los actuales canales de los clientes y así demostrar que pueden confiar en nuestra empresa para el manejo de todas sus cargas, en el tiempo justo, profesionalismo y seguridad.

### **Desventajas en Costos Independientes de la Escala:**

“Algunos competidores actuales pueden poseer ventajas que son independientes del tamaño o de las economías de Escala”. (Martínez Pedros, Daniel; Milla Gutiérrez, Artemio. “La Elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral”).

En el área tecnológica, las desventajas no serán grandes, debido a que se va a tener la mejor herramienta a diferencia de las actuales en el mercado. Por el contrario, en la capacidad vehicular para responder abruptamente ante un crecimiento puede ser un factor diferenciador vs las otras empresas con mayor tiempo establecido y con mayor número de unidades.

### **El poder de Negociación de los Clientes:**

“Los clientes amenazan a un sector forzando a la baja de los precios, negociando por mayores niveles de calidad y más servicios, fomentando de este modo la rivalidad entre los competidores”. (Martínez Pedros, Daniel; Milla Gutiérrez, Artemio. “La Elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral”).

En el mercado de transporte existen muchos clientes que tienen un alto poder de negociación, debido al volumen de movimientos. Los clientes cada vez quieren más crédito, precio bajo y capital de operación para financiar sus gastos. Clientes como Grupo: Poligroup, Grupo: Ecuaimco, Dalkasa y Comercial Ginatta, Grupo Farmavet, Sony, entre otros.

### **El Poder de Negociación de los Proveedores:**

“Los proveedores pueden ejercer una notable influencia en un sector presionando en una subida del precio en el tiempo de entrega o en la calidad de los productos, y de esta manera expresar la rentabilidad de un sector”.

(Martínez Pedros, Daniel; Milla Gutiérrez, Artemio. “La Elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral”)

Nuestros proveedores, llegan a tener un poder de negociación medio, debido a que los precios pactados pueden tener una ligera variación dependiendo de varios factores como: Ingreso de nuevos clientes, tiempo excesivo de espera para la descarga, subida inesperada de precios de repuestos, combustibles o llantas, siniestros, etc.

### **Productos sustitutos:**

“Dentro de un sector no solo tiene relevancia la actuación de los elementos actuales, sino que la posible sustitución de los mismos por otros de características parecidas producidos en otros sectores puede cambiar el devenir del mismo sector en un plazo muy corto de tiempo”. (Martínez Pedros, Daniel; Milla Gutiérrez, Artemio. “La Elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral”)

En el sector del transporte no existen productos sustitutos, pero en el área tecnológica pueden existir o crearse muchos productos sustitutos ya sean similares o mejorados.

### **Rivalidad entre Competidores:**

“Siempre va a existir rivalidad en este segmento de mercado, especialmente con las empresas que han crecido durante los últimos años, tanto financieramente como en número de vehículos que pueden ser superior a las demás empresa que están tratando de expandirse y crecer en el mercado de transporte pesado”. (Est.Comp.Blogspot-2010).

La empresa al ingresar con este nuevo producto, seguramente va a tener fuertes rivales que tratarán de contrarrestar nuestra estrategia de marketing tratando de desarrollar rápidamente una aplicación parecida, bajando los precios del transporte, incrementando servicios, garantías naviera para la salida de contenedores, capital de operación para los gastos

portuarios para el cliente, entre otros. Esto nos dará tiempo para poder seguir introduciéndonos en el mercado, hasta que la reacción se haga presente.

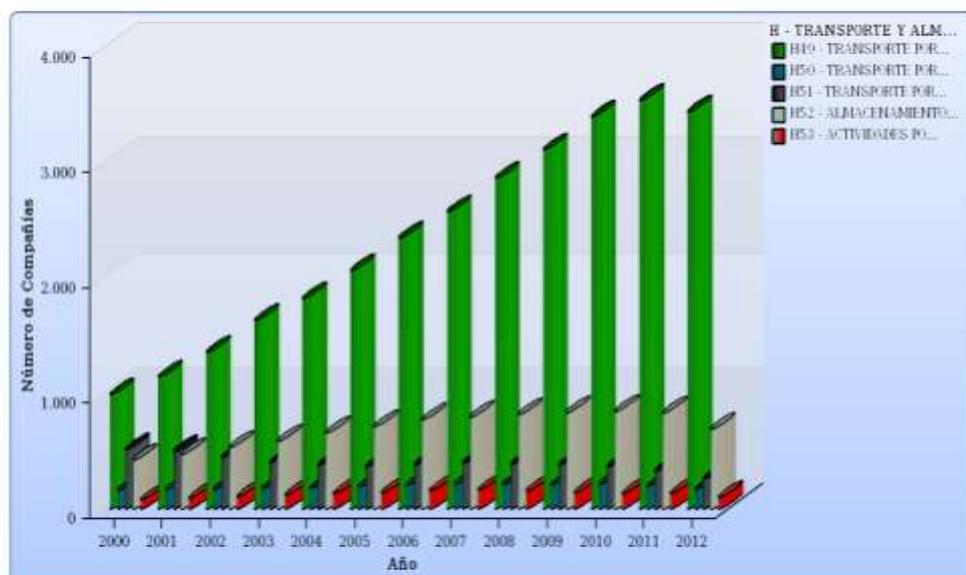
En relación al análisis anterior podemos determinar el número de compañías competidoras en el sector del transporte pesado en la provincia del Guayas.

Según la Superintendencia de Compañías en el rubro de sector de transporte por vía terrestre y por tuberías al 2012 están registradas 3.448 compañías a nivel nacional. De este número son 7 las compañías de transporte por tuberías y 3.447 por vía terrestre. Siguiendo con la segmentación, las compañías de transporte por carreteras son 2.217 a Diciembre del 2012.

### Ilustración 17 Actividad Económica

ANÁLISIS POR: ACTIVIDAD ECONOMICA (CIU)

Número de Compañías	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>H49 - TRANSPORTE POR VÍA TERRESTRE Y POR TUBERÍAS.</b>	993	1.145	1.359	1.635	1.827	2.070	2.353	2.578	2.871	3.118	3.405	3.547	3.448
<b>H50 - TRANSPORTE POR VÍA ACUÁTICA.</b>	160	166	173	177	179	192	208	215	213	211	215	198	171
<b>H51 - TRANSPORTE POR VÍA AÉREA.</b>	515	498	448	402	379	370	384	395	388	383	366	331	260
<b>H52 - ALMACENAMIENTO Y ACTIVIDADES DE APOYO AL TRANSPORTE.</b>	424	471	533	586	658	714	773	796	818	836	845	831	691
<b>H53 - ACTIVIDADES POSTALES Y DE MENSAJERÍA.</b>	78	93	106	121	132	140	158	164	153	140	133	134	99
<b>TOTAL NÚMERO DE COMPAÑÍAS</b>	<b>2.170</b>	<b>2.373</b>	<b>2.619</b>	<b>2.921</b>	<b>3.175</b>	<b>3.486</b>	<b>3.876</b>	<b>4.148</b>	<b>4.443</b>	<b>4.688</b>	<b>4.964</b>	<b>5.041</b>	<b>4.669</b>



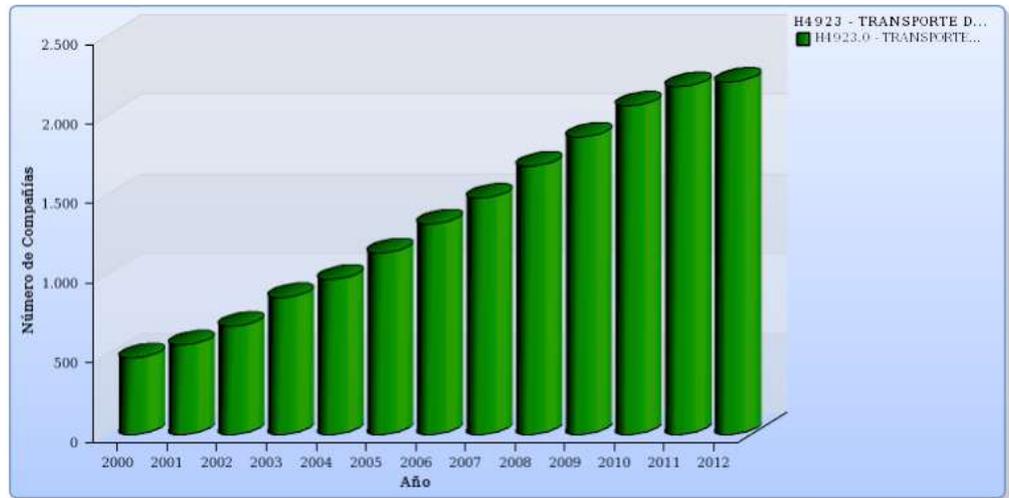
El número de empresas corresponde al acumulado hasta el 31 de Diciembre de cada año

FUENTE: Superintendencia de Compañías, 2014

### Ilustración 18 Transporte de carga por carretera

ANÁLISIS POR: ACTIVIDAD ECONOMICA (CIU)

Número de Compañías	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>H4923.0 - TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA.</b>	482	564	681	862	976	1.143	1.325	1.487	1.688	1.871	2.067	2.188	2.217
<b>TOTAL NUMERO DE COMPAÑÍAS</b>	482	564	681	862	976	1.143	1.325	1.487	1.688	1.871	2.067	2.188	2.217



El número de empresas corresponde al acumulado hasta el 31 de Diciembre de cada año

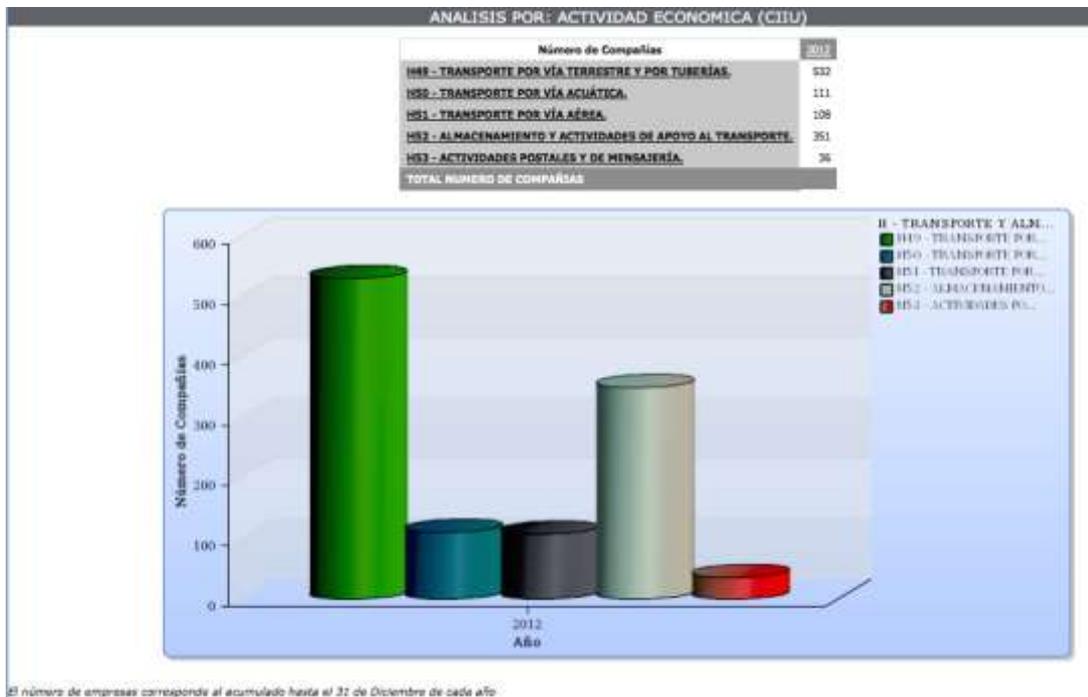
FUENTE: Superintendencia de Compañías, 2014

Según la Superintendencia de Compañías, existen 531 empresas de transporte pesado en la provincia del Guayas. De este número son solo 342 las compañías de carga pesada autorizadas a operar en la ciudad de Guayaquil.

### Ilustración 19 Consulta de compañías

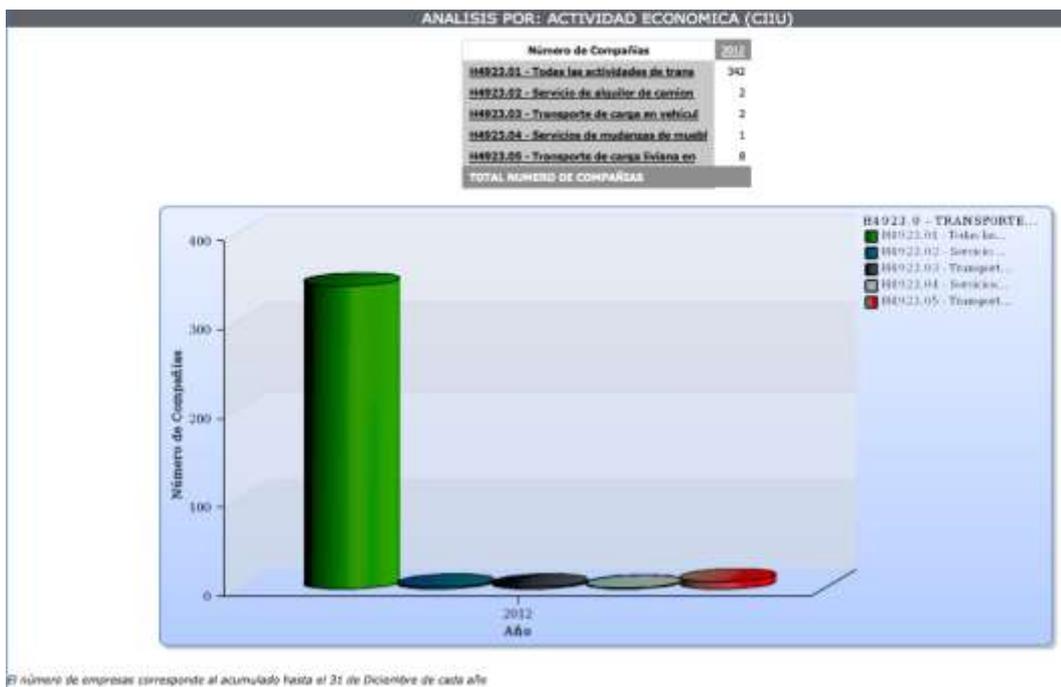
FUENTE: Superintendencia de Compañías, 2014

Ilustración 20 Actividad Económica



FUENTE: Superintendencia de Compañías, 2014

Ilustración 21 Actividad Económica II



FUENTE: Superintendencia de Compañías, 2014

## COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE

**Tabla 9 Compañías de transporte**

Compañía AREVALO Y ASOCIADOS S. A.
Compañía IMPROALCA S. A.
Compañía NEW HORIZONT
Compañía OPERLOGUA S. A.
Compañía PERPACIF S. A.
Compañía REYTRANSP S. A.
Compañía SERPORFAR S. A.
Compañía SUQUITANA S. A.
Compañía TORRES Y TORRES S. A.
Compañía TRADINGCOMPANY S. A.
Compañía TRANSCOMGUA S. A.
Compañía TRANSESTIBA S. A.
Compañía TRANSCON
COMPAÑIA TRANSKEDUSHA CIA. LTDA.
Compañía TRANSPORT S. A.
Compañía TRANSPORLOGI S. A.
Compañía TRANSPUMAQUIL S. A.
Compañía TRANSROMAN S. A.
Enrique Serafín Molina Maquilan
Forelanport
YAELSA Gregory Alvarado
Linotran S.A.
PEDRO PABLO PEÑA
Portrans - Carlos Carrera
SERVIALIANZA S. A.
Transunic
Transvialsa
William Pratt
Willian Bravo TRANSPORT

## **BARRERAS DE SALIDA SEGÚN PORTER**

### **REGULACIONES LABORALES:**

Esta barrera puede ser muy sensible, ya que en nuestra legislación hay muy fuertes pagos por concepto de indemnizaciones a los trabajadores que son despedidos intempestivamente.

### **ACTIVOS POCOS REALIZABLES O DE DIFÍCIL RECONVERSIÓN**

Son Activos altamente especializados con pequeño valor de liquidación. En el caso de los camiones, son activos que por el pasar del tiempo tienen un valor de depreciación, pero por la actividad y el servicio que brindan, son altamente rendidores y generadores de ingresos.

### **COMPROMISOS CONTRACTUALES A LARGO PLAZO CON LOS CLIENTES:**

Este es un tema que debe ser tratado con mucho cuidado, ya que deberían existir los recursos económicos para poder cumplir por anticipado los compromisos con los clientes y analizar la consecuencia de rescindir de los contratos, ya sean por provisión de bienes o servicios.

### **BARRERAS EMOCIONALES:**

En esta barrera tiene está implícito los sentimientos de los socios fundadores, accionistas y el personal laboral que se han empoderado con el negocio. Puede ser que uno o varios accionistas se nieguen a tomar la decisión de cerrar la compañía, ya que se aferran a un negocio improductivo y que no quieren reconocerlo, guardando esperanzas de que las cosas cambien.

## INTERRELACIONES ESTRATÉGICAS:

Las interrelaciones entre unidades de negocio y otras en la compañía en términos de imagen, capacidad comercial, acceso a mercados financieros... son la causa de que la empresa conceda una gran importancia estratégica a estar en una actividad concreta.

Esto podría afectar a las otras unidades de negocio como lo son la agencia de carga internacional o a la agencia aduanera, que se apalancan entre sí para brindar un servicio globalizado a los clientes, generando una mayor facilidad en acceder a los clientes.

## RESTRICCIONES SOCIALES Y GUBERNAMENTALES:

Puede ser que la superintendencia de compañías, impida la disolución de una compañía, debido hasta que no se hayan cumplido con las obligaciones contractuales con los colaboradores, sistema financiero, contratos con el estado, etc.

Tabla 10 Barreras de entrada y salida

		<b>BARRERA DE SALIDA</b>	
		<b>BAJAS</b>	<b>ALTAS</b>
<b>BARRERAS DE ENTRADA</b>	<b>BAJAS</b>	Baja rentabilidad con poco riesgo Ej: Comercios minoristas	Ingresos bajos y riesgosos Ej: Productos masivos baja escala
	<b>ALTAS</b>	Alta rentabilidad con poco riesgo	Ingresos altos y riesgosos Ej: Producción masiva alta escala

## 2.3 Población, Muestra

Para continuar con la valoración del mercado ecuatoriano, analizaremos mediante una base de datos elaborada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo en el año 2010. Donde veremos el comportamiento de las variables a seguir en la transportación.

En el año 2010, se matricularon en el país 1.171.924 vehículos, 266.273 más que en el 2009, correspondiendo a la provincia del Guayas el mayor porcentaje con el 26%, en segundo lugar se ubica la provincia de Pichincha con el 23%; porcentajes que en conjunto representan el 49% del total de automotores existentes en el país, le sigue en importancia Manabí y Azuay con el 7% respectivamente y Los Ríos con el 5%.

**Tabla 11 Numero de vehículos por clase**

CUADRO No. 2

NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR USO, SEGÚN CLASE

CLASE	TOTAL	USO DEL VEHÍCULO			
		PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPAL
TOTAL PAÍS	1.171.924	1.118.291	37.252	14.987	3.094
AUTOMÓVIL	407.263	387.874	19.943	322	14
BUS	7.523	717	6.417	287	132
COLECTIVO	1.232	519	491	200	22
JEEP	182.829	179.826	16	3.283	504
FURDONETA (P)	18.751	16.875	2.506	273	37
MOTOCICLETA	179.895	175.195	2	1.802	90
CAMIONETA	242.114	230.399	3.399	6.785	1.540
FURDONETA (C)	1.550	1.499	25	21	5
<b>CAMIÓN</b>	<b>107.882</b>	<b>104.054</b>	<b>2.906</b>	<b>583</b>	<b>339</b>
TANQUERO	2.380	1.887	180	219	102
VOLQUETE	9.195	7.339	849	542	765
TRÁILER	9.501	7.895	1.405	94	77
OTRA CLASE	1.771	1.152	32	386	211

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)- ESTADÍSTICAS DE TRANSPORTE 2010

De un total de 107.882 camiones matriculados en el año 2010, 104054 corresponden a particulares, 2906 de uso de alquiler, 583 al estado y 339 de uso municipal. (INEC)

**Tabla 12 Numero de vehículos por provincia**

CUADRO No. 4

NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR CLASE, SEGÚN PROVINCIAS

PROVINCIA	TOTAL	CLASE												
		AUTO-MÓVIL	BUS	COLECTIVO	JEEP	FURGONETA	MOTOCICLETA	CAMIONETA	FURGONETA	CAMION	TANQUERO	VOLQUETE	TRÁILER	OTRA CLASE
TOTAL PAÍS	1.171.924	407.353	7.523	1.232	182.829	18.751	179.858	242.114	1.550	107.802	2.368	9.196	9.501	1.771
AZUAY	82.682	30.117	445	47	20.400	1.131	3.344	20.259	58	5.911	62	445	368	75
BOLÍVAR	8.814	2.442	87	11	1.205	87	723	2.177	5	1.840	17	124	62	14
CAÑAR	28.221	7.538	148	38	4.189	349	3.381	7.133	9	4.760	51	382	275	23
CARCHI	14.021	4.702	123	21	2.519	131	1.094	3.269	7	1.720	39	138	232	38
COTOPAXI	37.979	10.482	240	14	4.387	353	5.529	8.459	6	7.334	87	385	630	75
CHIMBORAZO	31.347	11.989	341	33	4.343	479	1.834	7.785	30	3.998	49	296	196	54
EL DORADO	42.709	8.717	267	28	3.758	478	13.389	8.600	23	8.542	87	475	378	57
ESMERALDAS	18.680	3.201	154	29	1.501	175	7.503	3.871	11	2.481	38	350	148	18
GUAYAS	302.901	123.847	1.481	250	44.048	6.208	51.912	57.792	834	14.478	418	833	1.548	282
IMBABURA	25.751	13.388	354	37	5.834	482	3.300	8.446	25	2.834	77	438	432	104
LOJA	28.099	10.178	148	31	4.541	281	1.633	8.389	16	3.177	58	340	153	54
LOS RÍOS	59.802	19.514	341	58	2.759	542	24.375	9.857	31	10.478	93	894	615	53
MANABÍ	84.196	19.315	528	69	7.311	941	23.704	17.122	40	12.738	483	1.248	803	112
MORONA SANTIAGO	4.054	531	74	23	884	23	782	1.243	2	517	9	140	29	17
NAPO	2.972	485	47	11	427	28	621	993	0	248	3	85	32	12
PASTAZA	4.513	1.286	72	18	780	85	679	1.865	0	409	8	134	55	22
PICHINCHA	288.724	117.348	1.482	353	61.254	5.429	14.904	49.733	374	11.284	389	1.488	2.252	502
TUNGURAHUA	57.885	21.023	520	58	7.675	942	2.345	15.868	52	8.447	126	312	442	101
ZAMORA CHINCHIPE	2.985	648	38	14	371	16	478	980	1	384	7	115	11	12
GALÁPAGOS	945	32	5	7	49	15	448	265	0	97	4	3	8	0
SUCUMBIOS	9.884	673	75	32	418	50	5.857	1.587	3	802	38	130	178	41
DRELLANA	6.253	496	57	33	333	43	2.677	1.581	0	655	56	112	266	24
STO. DOMINGO DE LOS TSACHILAS	31.707	5.322	284	18	3.680	351	8.492	6.451	15	8.818	151	477	457	73
SANTA ELENA	8.191	3.227	242	18	527	152	1.883	1.187	8	783	66	71	111	18

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) - ESTADÍSTICAS DE TRANSPORTE 2010

Vemos que la mayor parte de concentración de vehículos matriculados se encuentran en las provincias de Guayas, Los Ríos, Manabí y Pichincha. Dando mayor afluencia a la transportación de carga y envíos de productos. (INEC)

**Tabla 13 Numero de vehículos por modelo**

NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS EN EL 2010, POR MODELO, SEGÚN CLASE

CLASE	TOTAL	2000 Y ANTERIORES	MODELO										
			2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TOTAL PAÍS	1.171.924	412.133	31.141	52.715	43.643	46.924	65.281	83.882	76.528	88.338	101.853	126.943	16.532
AUTOMÓVIL	407.353	151.682	11.195	28.282	17.838	18.431	28.182	32.885	24.788	19.618	24.979	32.479	25.453
BUS	7.523	2.528	437	983	298	381	437	983	383	118	244	515	304
COLECTIVO	1.232	484	36	87	28	87	87	183	30	84	103	83	28
JEEP	182.829	58.937	8.947	18.881	6.739	6.489	6.896	18.341	11.107	9.853	16.370	23.122	14.303
FURGONETA (F)	18.751	6.833	478	1.114	1.234	1.287	1.344	1.972	828	788	1.302	1.344	1.296
MOTOCICLETA	179.858	7.431	736	2.188	2.894	7.337	10.288	18.388	28.977	32.387	36.098	38.488	1.574
CAMIONETA	242.114	118.281	6.615	11.349	9.716	9.288	11.475	13.843	12.281	12.141	16.685	18.883	10.188
FURGONETA (C)	1.550	583	83	174	172	129	38	38	128	55	97	83	28
CAMION	107.802	64.285	2.498	5.118	3.904	3.144	4.004	4.821	5.038	4.148	4.748	3.798	2.888
TANQUERO	2.368	1.331	38	95	45	88	88	188	188	114	148	148	87
VOLQUETE	9.196	5.287	132	488	218	184	218	238	388	478	1.227	887	62
TRÁILER	9.501	4.483	218	588	278	187	327	588	428	528	854	828	381
OTRA CLASE	1.771	691	47	62	88	82	84	78	137	193	221	134	48

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC) - ESTADÍSTICAS DE TRANSPORTE 2010

Según el cuadro anterior vemos los vehículos matriculados por año, en donde podemos darnos cuenta que de los 107882 camiones registrados 64205 se encuentran matriculados antes de 2000. Lo que nos conlleva a decir que muchos de las empresas se encuentran en el proceso de renovación de sus flotas de camiones para el 2015 ya que llegan al tope de depreciación.

Luego de haber realizado la segmentación del mercado, procederemos a determinar el tamaño de la población o muestra, ayudándonos de diferentes instituciones tales como: El Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías, Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, Cámara de Comercio de Guayaquil, entre otras. No nos vamos a enfocar en nuestras competencias, sino a las empresas del cantón Guayaquil que requieren del servicio de Transporte Pesado de Carga.

## **Tamaño de la Muestra y Censo por Conveniencia**

### **Existen dos tipos de muestreo:**

El muestreo no probabilístico, se basa principalmente en los criterios del investigador. Las unidades de muestreo no se seleccionan al azar, el investigador utiliza datos de conveniencia.

El muestreo probabilístico, quiere decir que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad para ser seleccionado en la muestra.

En este trabajo vamos a escoger el muestreo no probabilístico, ya que me basaré en criterios sesgados, personales y encuestas a clientes por conveniencia en este caso basado en empresas que demandan el servicio de transporte, ya que nuestros investigadores están expuestos a limitaciones ya sea estas temporales como monetarias. Quiere decir que a diferencia del muestreo probabilístico este no es un producto de selección aleatoria sino se encuentra a criterio de accesibilidad e intencional del autor.

## 2.4 Selección del tamaño de la muestra

Definiremos el mercado mediante la desagregación de clientes fijos y clientes potenciales que constan en nuestra base de datos. Realizar una lista de las compañías o la población en estudio (Marco muestra).

Realizado este análisis, vamos a proseguir con un nuevo análisis en el que tendremos en cuenta el caso de que se hubiera calculado el tamaño de la muestra, a lo que se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

1. Determinaremos el nivel de confianza que será del 95%, es decir, el valor del cálculo será de 1.96 para determinar este tamaño de muestra.
2. Para determinar el marco muestral utilizaremos los datos recopilados de las siguientes instituciones: El Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías, Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, Cámara de Comercio de Guayaquil, las mismas que nos permitieron determinar un universo de empresas y/o posibles clientes.
3. Escogeremos el método de muestreo, para el presente proyecto utilizaremos muestreo por criterio.
4. Aplicaremos la fórmula del tamaño de la muestra para determinar el número de encuestas, para poder realizar el censo respectivo.
5. Cuando determinemos la cantidad de encuestas, el resultado deberá ser una cifra menor a 50 encuestas, para lo que se realizará un censo de conveniencia.
6. En primer lugar, encuestaremos a todos los clientes de la empresa con los que se ha trabajado en los últimos 5 años, los mismos que nos podrán dar su opinión del servicio brindado por la empresa. Además escogeremos las empresas más representativas del cantón Guayaquil, y realizaremos las encuestas.

## **Técnica de Investigación:**

La metodología de investigación, fue realizada a través de una investigación de campo, realizando encuestas a todos nuestros clientes y prospectos, las mismas que arrojaron la información necesaria para conocer las incógnitas que nos planteamos, para saber las necesidades insatisfechas de los clientes y prospectos, y de esta manera poder cubrirlas junto a la creación de un nuevo sistema de Tracking mediante una herramienta tecnológica.

Se recopiló información que se investigó en importantes páginas del Internet, en donde se pudo recopilar información estadística por parte del INEC, Banco Central del Ecuador, AEADE, Contecon, Autoridad Portuaria de Guayaquil, y otras instituciones importantes para el estudio y análisis de esta investigación.

## **Regla empírica**

Si lo que se desea es estimar la proporción poblacional, y en vista de que no se tiene conocimiento aproximado de la proporción de casos favorables y proporción de casos de fracaso, se sugiere no inclinarse por alguno de estos criterios, en este caso se aconseja tomar  $p=q=0,5$ .

Una razón que se debe considerar para  $p=q=0,5$ , es que la información investigada no está completa ni actualizada en la ciudad de Guayaquil, y así necesitamos comprobar si el proyecto es viable con las mismas posibilidades de proporción de éxito como de fracaso en el análisis.

## **Error de muestreo**

Los errores de muestreo se deben a factores impredecibles o difíciles de controlar (ANGELES, Error de muestreo, 2009; 12-23).

Estos errores pueden ser causados por la falta de veracidad en las preguntas planteadas. Esto generalmente sucede cuando los encuestados

por temor a equivocarse proporcionan información errónea, o porque piensan que están proporcionando información confidencial, o más aún cuando existe algún tipo de compromiso con los proveedores actuales del servicio que reciben.

Para determinar un margen de error, planteamos que se puede tomar un error máximo hasta del 10%, aunque es recomendable trabajar hasta con un 8%, dependiendo de la investigación. Para este proyecto acortaremos el margen de error y lo haremos con el 7% por que la información investigada es escasa y por la dificultad de obtener datos completos.

### **Censo por conveniencia**

Anteriormente se analizó el número de empresas o clientes con los que se ha trabajado durante más de cinco años. Existen 356 empresas o prospectos de clientes, de los cuales 86 empresas son las más importantes del cantón Guayaquil.

Tomando en cuenta el servicio de la competencia, conocemos las deficiencias tecnológicas y de servicios, el censo que se realizará se enfocará en las principales necesidades y los principales impedimentos que los clientes tienen para contratar los servicios de transportes.

Con esta investigación se conocerá, la mayoría de los inconvenientes cuando se transporta las mercaderías tales como:

- Si tienen herramientas tecnológicas para el control de las mercaderías transportadas.
- Si los precios o valores del transporte son justos o son muy altos.
- Si existen demoras en el tiempo de entrega de mercadería.
- Si los transportistas les brindan las garantías y seguridad en los procedimientos operativos hasta la llegada al destino final.

Este censo nos dará a conocer toda la información necesaria para suplir esas falencias en los actuales servicios de transporte, para así brindar un servicio diferenciado a los de las empresas de transporte tradicionales, que solo les interesa cobrar por trasladar las mercancías sin importarles el bienestar y satisfacción de los clientes.

**Tabla 14 Modelo de cuestionario**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	PREGUNTAS	ESCALA
<b>DATOS INFORMATIVOS</b>				
Conocer la empresa que se va a encuestar	Conocer si son clientes potenciales	Perfil de la empresa	1) NOMBRE DE LA EMPRESA	Nominal
Conocer la actividad económica de la empresa.	Conocer los productos que se podrían transportar.	Perfil de la empresa	2) ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA	Nominal
Establecer el posicionamiento en el mercado de la empresa a encuestar.	Conocer la trayectoria de la empresa, tanto en antigüedad como en prestigio.	Perfil de la empresa	3) CUÁNTOS AÑOS ESTÁ SU EMPRESA EN EL MERCADO?	Nominal
<b>CUESTIONARIO DE PREGUNTAS</b>				
Conocer los tipos de vehículos y unidades que la empresa usa para transportar sus mercancías.	Conocer la cantidad de vehículos de transportes subcontratan para los movimientos de las cargas.	Competencia	1) ¿Qué tipo de transporte subcontratado utiliza para movilizar su mercadería?	- Tráiler/Cabezal  - Camión Furgonado Seco entre 3 y 12 Tons.  - Camión Furgonado reefer.
Conocer los tipos de mercadería que se va a transportar	Averiguar qué tipo de productos elaboran, comercializan.	Tipo de carga	2) ¿Qué tipo de mercadería transporta su empresa?	Nominal
Establecer los niveles de satisfacción del sector del transporte	Saber si los prospectos usan el transporte porque no hay otras alternativas.	Competencia	3) ¿Considera que el servicio de transporte en el Ecuador es bueno?	- SI  - NO  - ¿PORQUÉ?:
Establecer la satisfacción de los proveedores actuales.	De la empresa encuestada, conoceremos las expectativas del servicio y el trato del personal de la empresa de transporte.	Competencia	4) ¿Considera Usted que los choferes y empresas de transporte en general, brindan un buen servicio?	- SI  - NO  - ¿PORQUÉ?
Determinar el servicio que les brindan sus actuales proveedores.	Saber si existen otras empresas que ofrecen otros servicios relacionados con la actividad.	Competencia.	5) ¿Reciben información constante de sus cargas del trayecto desde el punto de cargue hasta el destino final?	- SI  - NO  - PORQUÉ?

Determinar el nivel de conocimiento del prospecto con respecto a las herramientas de sus actuales proveedores de servicio de transporte.	Las empresas generalmente no tienen servicios adicionales, ni conocen los servicios que podrían ofrecerles.	Competencia.	6) ¿Conoce si todos los vehículos que transportan sus cargas tienen GPS u otra herramienta tecnológica de control y reporte?	- SI - NO - PORQUÉ?
Conocer qué empresa exige como requisito la licencia ambiental.	Las empresas no conocen la ley de transporte y para ciertos productos deberían exigir licencia ambiental.	Legal	7) ¿Sus transportistas tienen licencia ambiental para el manejo de las mercancías?	- SI - NO - PORQUÉ?
Establecer las herramientas tecnológicas que poseen para el control de los vehículos que transportan sus cargas.	Las empresas no cuentan con herramientas que le permitan visualizar la documentación o información de las mercancías.	Tecnología	8) ¿Su empresa tiene disponibilidad inmediata de toda la documentación del transporte y de vehículos 24/7/365?	- SI - NO - PORQUÉ?
Determinar el comportamiento de las empresas ante un producto nuevo que está en el mercado.	Las empresas solo conocen que deben ser notificados vía correo o telefónicamente los movimientos de sus cargas, pero desconocen la existencia de tecnología para el control documental y del trayecto.	Tecnología	9) ¿Si una empresa de transporte le brindara una herramienta gratuita que cubra con todas la necesidades de control 24/7/365, consideraría cambiar a su actual proveedor de transporte?	- SI - NO - ¿PORQUÉ?
Determinar el comportamiento de los prospectos, al tener que cambiar de proveedor, pero con un mayor costo y mejor servicio.	Las empresas generalmente buscan bajar los costos, más aún en un rubro tan sensible como es el del transporte.	Competencia	10) ¿Consideraría cambiar a su actual proveedor de transporte pagando un 10% más, si el servicio global es mucho más profesional, eficiente y con una herramienta tecnológica de control que se ajuste a sus necesidades?	- SI - NO - ¿PORQUÉ?

## Diseño del Cuestionario

La encuesta se realizó a las empresas más significativas. Este cuestionario tiene 2 secciones: La primera son preguntas informativas para conocer la empresa que se está encuestando, y la segunda sección tiene que ver con las preguntas cuyos resultados nos va a dar a conocer las tendencias y necesidades de los prospectos y que nos va a servir para determinar la viabilidad y/o factibilidad del proyecto de inversión.

## Preguntas Informativas

Pregunta 1.- ¿Nombre de la Empresa?

Esta pregunta se realiza para corroborar la información preseleccionada y para dejar un registro del segmento y tipo de empresa en la que nos estamos enfocando.

Pregunta 2.- ¿Actividad Económica de la Empresa?

Esta pregunta se la elaboró para conocer el segmento de la empresa a la que se está enfocando esta encuesta y los tipos de productos que estas empresas movilizan.

**Tabla 15 Diseño de cuestionario**

EMPRESAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Industrial				
Comercio				
Agrícola				
TOTAL				

Pregunta 3.- ¿Cuántos años está su empresa en el mercado?

Esta pregunta es importante, para poder determinar el nivel de posicionamiento de la empresa en el mercado, la solidez, la confianza y para que sea más sencillo investigar su historial crediticio.

**Tabla 16 Diseño de preguntas II**

TIEMPO EN AÑOS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
0 - 25				
26 - 50				
51 - 75				
76 - 100				
De 101 en adelante				
TOTAL				

## 2.5 Análisis e Interpretación de los Resultados

Se realizaron encuestas a 86 empresas que demandan servicios de transporte a nivel local, de los cuales podemos apreciar los siguientes resultados:

Pregunta 1.- ¿Utiliza transporte subcontratado para movilizar su mercadería?

Tabla 17 Pregunta 1

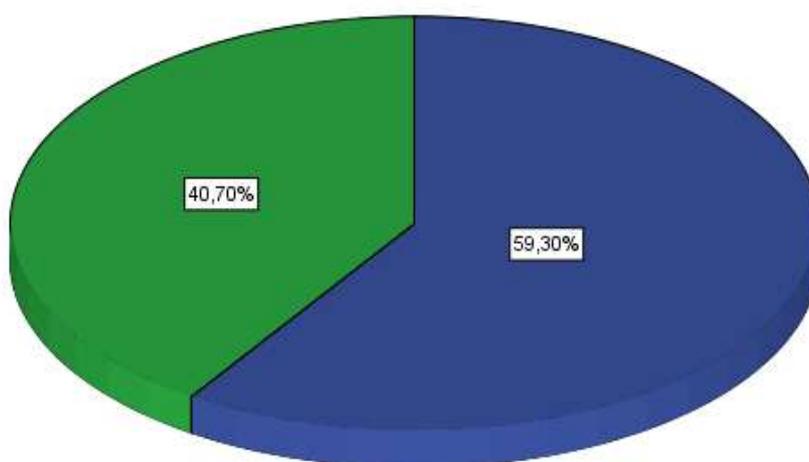
Utiliza transporte subcontratado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	51	59,3	59,3	59,3
NO	35	40,7	40,7	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Ilustración 22 Pregunta1

Utiliza transporte subcontratado?

■ SI  
■ NO



Vemos que de un total de 86 empresas encuestadas el 59.30% utiliza transporte subcontratado para trasladar sus mercaderías. Esta cuestión es entendible ya que las empresas aprovechan la subcontratación para minimizar los costos. Y el 40.70% desplaza sus mercadería con transporte propio.

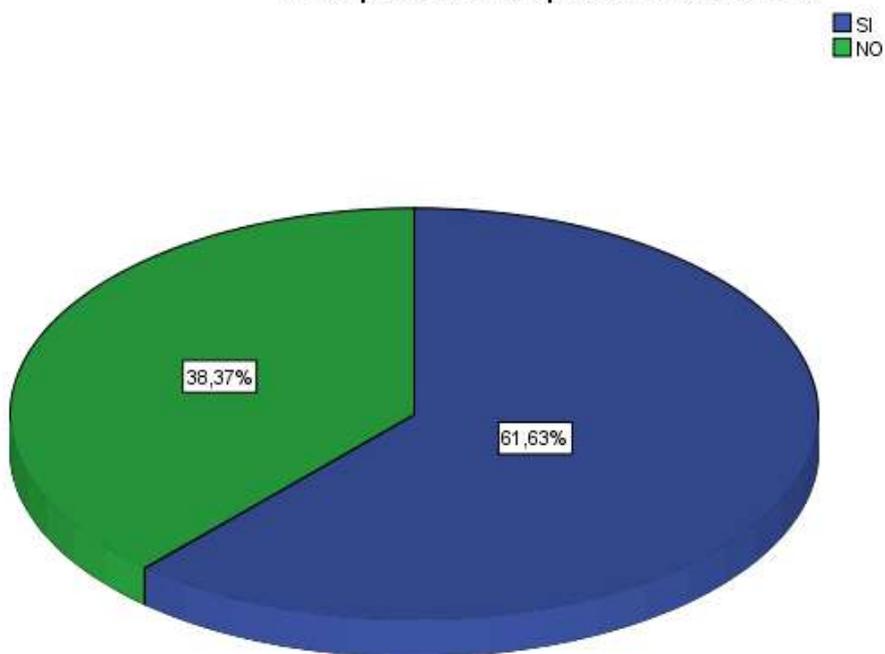
Pregunta 2.- ¿Su empresa transporta varios tipos de mercadería?

**Tabla 18 Pregunta 2**  
**Transporta varios tipos de mercadería?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	53	61,6	61,6	61,6
	NO	33	38,4	38,4	100,0
Total		86	100,0	100,0	

**Ilustración 23 Pregunta 2**

**Transporta varios tipos de mercadería?**



Sobre un total de las empresas encuestadas que trabajan con nuestros servicios el 61.63% respondieron Si a las pregunta planteada ¿Transporta varios tipos de mercadería?; Esto se comprende ya que muchas de las empresas se enfocan a la venta de varios productos de diferente segmentación, y aprovechan nuestros camiones para la transportación del mismo. El 38.37% respondieron No a esta encuesta ya que se encuentran orientadas a la comercialización de un tipo de producto.

Pregunta 3.- ¿Considera que el servicio de transporte en el Ecuador es bueno?

**Tabla 19 Pregunta 3**

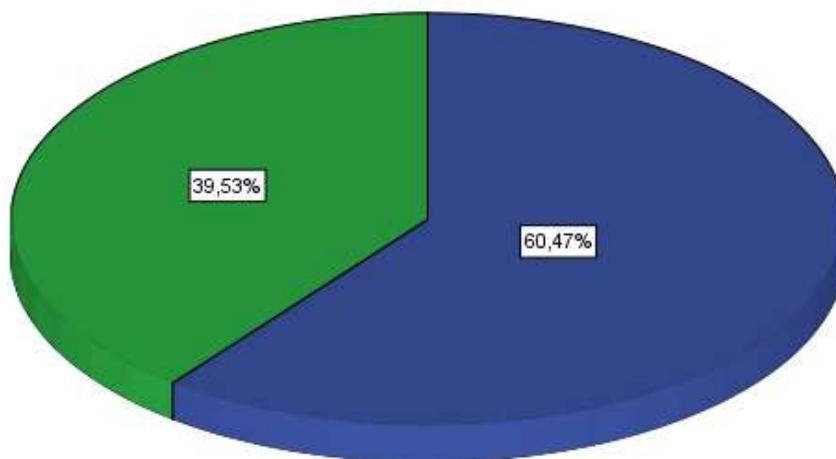
**El servicio de transporte es bueno?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	52	60,5	60,5	60,5
	NO	34	39,5	39,5	100,0
Total		86	100,0	100,0	

**Ilustración 24 Pregunta 3**

**El servicio de transporte es bueno?**

■ SI  
■ NO



En nuestro país existen muchas compañías que ofrecen servicios de traslado de mercadería a sus clientes sin embargo muy pocas le dan importancia al cumplimiento en la aplicación de estándares de calidad. En nuestra encuesta nos percatamos que solo el 60.47% cree que el servicio personalizado de transporte es bueno, mientras que el 39.53% no se siente conforme con el mismo.

Pregunta 4.- ¿Considera Usted que los choferes y empresas de transporte en general, brindan un buen servicio?

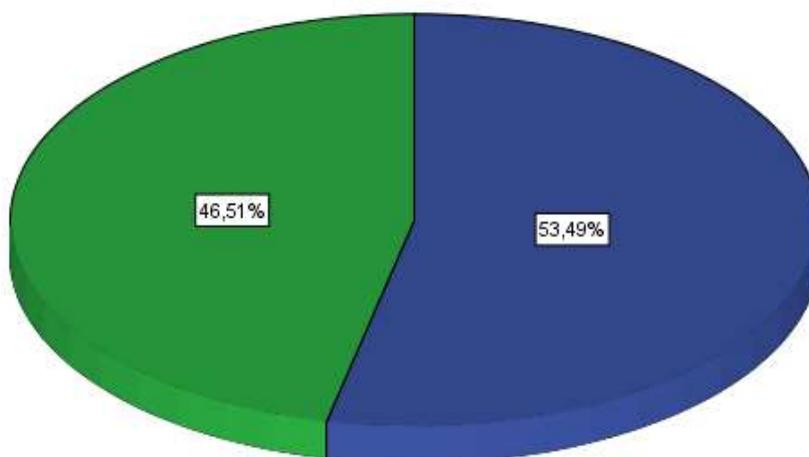
**Tabla 20 Pregunta 4**  
**Las empresas prestan un buen servicio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	46	53,5	53,5	53,5
	NO	40	46,5	46,5	100,0
Total		86	100,0	100,0	

**Ilustración 25 Pregunta 4**

**Las empresas prestan un buen servicio?**

■ SI  
■ NO



En el cuadro anterior observamos que de 86 empresas encuestadas, el 53.49% cree que el trato de los trabajadores de las empresas es bueno , mientras el 46.51% no se encuentra complacido con el servicio ya que muchos de los clientes argumentan que la mercadería no va bien resguardada, y el trato de los choferes no siempre es el adecuado.

Pregunta 5.- Reciben información constante de sus cargas del trayecto desde el punto de cargue hasta el destino final?

**Tabla 21 Pregunta 5**

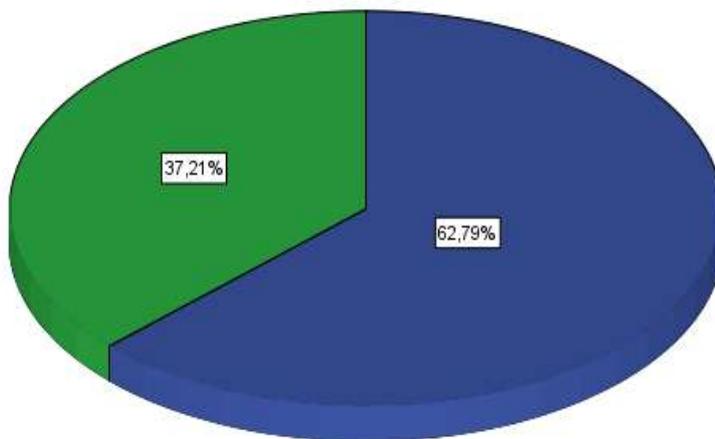
**Reciben información constante del trayecto de sus cargas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	54	62,8	62,8	62,8
	NO	32	37,2	37,2	100,0
Total		86	100,0	100,0	

**Ilustración 26 Pregunta 5**

**Reciben informacion constante del trayecto de sus cargas?**

■ SI  
■ NO



Muchas de las empresas que demandan el servicio de transporte se encuentran preocupadas por la locación de sus mercaderías hasta llegar al punto de llegada, es por eso que contar con la herramienta que nos permita conocer la ubicación del camión es indispensable en los actuales momentos. Vemos que aun el 37.21% de estas empresas utilizan transporte que no cuenta aún con esta herramienta. El 62.79% si conoce la ubicación y trayecto de sus cargas.

Pregunta 6.- ¿Conoce si todos los vehículos que transportan sus cargas tienen GPS u otra herramienta tecnológica de control y reporte?

**Tabla 22 Pregunta 6**

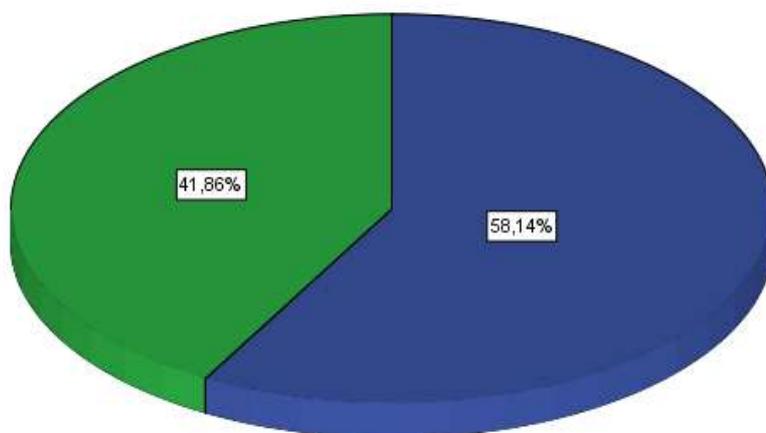
**Conoce si los vehículos tienen instalado GPS?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	50	58,1	58,1	58,1
	NO	36	41,9	41,9	100,0
Total		86	100,0	100,0	

**Ilustración 27 Pregunta 6**

**Conoce si los vehiculos tienen instalado GPS?**

■ SI  
■ NO



Contar con una herramienta tecnológica que permita ubicar el trayecto de las mercaderías es importante en el servicio de transporte, aunque de las empresas encuestadas solo el 58.14% conoce si los camiones que trasladan sus mercaderías cuenta con un sistema instalado de GPS, el 41.86% desconoce aún este software que está en la vanguardia del mercado de la transportación.

Pregunta 7.- ¿Sus transportistas cuentan con licencia ambiental para el manejo de las mercancías?

**Tabla 23 Pregunta 7**

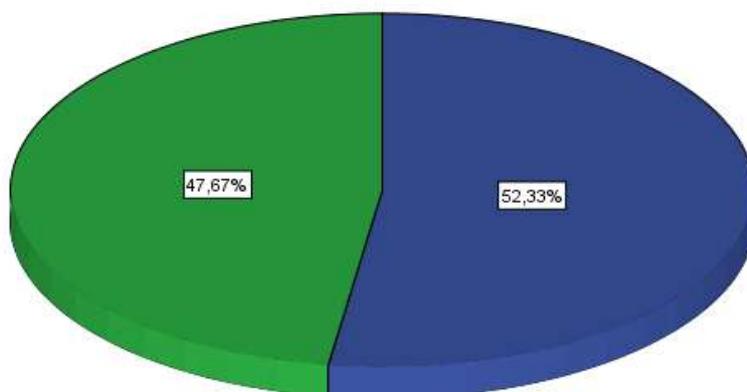
**Sus transportistas cuentan con licencia ambiental?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	45	52,3	52,3	52,3
	NO	41	47,7	47,7	100,0
Total		86	100,0	100,0	

**Ilustración 28 Pregunta 7**

**Sus transportistas cuentan con licencia ambiental?**

■ SI  
■ NO



Antes en el Ecuador no se exigía el compromiso de contar con una licencia ambiental para la ejecución de un proyecto; En épocas actuales este compromiso es muy relevante y necesario para salvaguardar el medio ambiente. El 52.33% de los encuestados conoce si las empresas que contratan cuentan con licencia ambiental, el 47.67% aun no gestionan la emisión y compromiso del mismo.

Pregunta 8.- ¿Su empresa tiene disponibilidad inmediata de toda la documentación del transporte y de vehículos 24/7/365?

**Tabla 24 Pregunta 8**

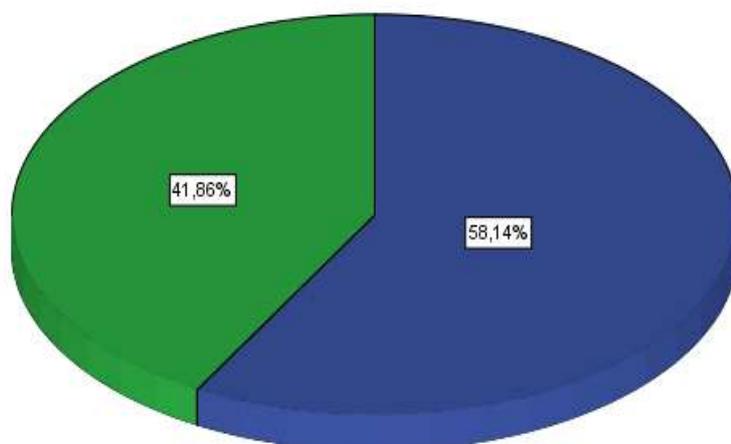
**Su empresa tiene disponibilidad inmediata**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	50	58,1	58,1	58,1
	NO	36	41,9	41,9	100,0
Total		86	100,0	100,0	

**Ilustración 29 Pregunta 8**

**Su empresa tiene disponibilidad inmediata**

■ SI  
■ NO



Para estar en la delantera de los servicios de transporte es necesario estar siempre disponibles para las empresas que demandan nuestros servicios, es por eso que del total de los encuestados el 58.14% respondieron SI estar satisfechos con su empresa contratada en hallarse siempre disponible. El 41.86% se lamenta en contar con una empresa que no cumple con las expectativas de disponibilidad.

Pregunta 9.- ¿Si una empresa de transporte le brindara una herramienta gratuita que cubra con todas la necesidades de control 24/7/365, consideraría cambiar a su actual proveedor de transporte?

**Tabla 25 Pregunta 9**

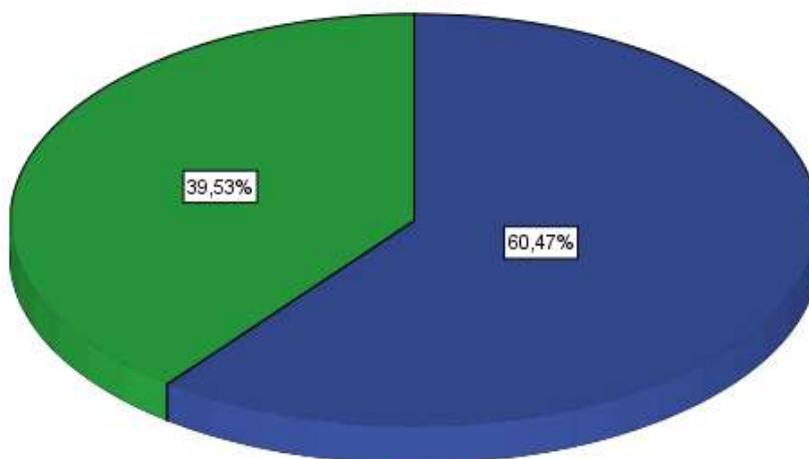
**Si le brindara una herramienta gratis cambiaría su actual proveedor?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	52	60,5	60,5	60,5
NO	34	39,5	39,5	100,0
Total	86	100,0	100,0	

**Ilustración 30 Pregunta 9**

**Si le brindara una herramienta gratis cambiaria su actual proveedor?**

■ SI  
■ NO



Para lograr la captación de nuevos clientes y también llamar la atención de nuevos clientes potenciales, emitimos esta pregunta con el fin de conocer si las empresas se cambiarían de proveedor brindándole una herramienta gratuita. Los resultados fueron el 60.47% si se cambiarían de proveedor y el 39.53% seguirían con su actual empresa de transporte.

Pregunta 10.- ¿Consideraría cambiar a su actual proveedor de transporte pagando un 10% más, si el servicio global es mucho más profesional, eficiente y con una herramienta tecnológica de control que se ajuste a sus necesidades?

**Tabla 26 Pregunta 10**

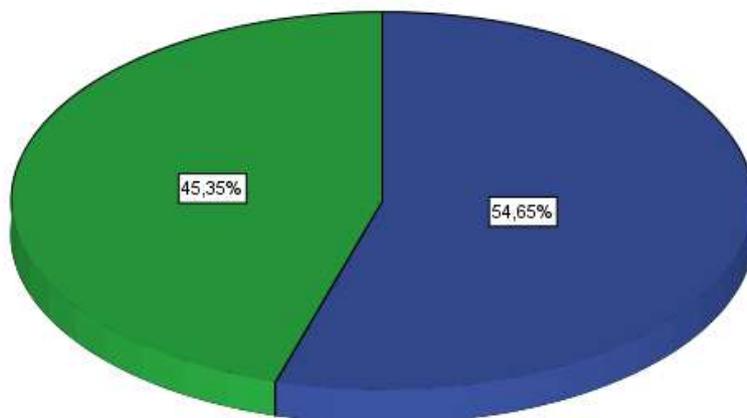
**Por un servicio más eficiente pagaría el diez por ciento más?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	47	54,7	54,7	54,7
	NO	39	45,3	45,3	100,0
Total		86	100,0	100,0	

**Ilustración 31 Pregunta 10**

**Por un servicio mas eficiente pagaria el diez porciento mas?**

■ SI  
■ NO



En esta pregunta, nuestro objetivo fue el conocer si nuestras empresas encuestadas estarían dispuestas a pagar un 10% más por contar con un servicio más eficiente, de los cuales solo el 54.64% estaría de acuerdo en pagar este adicional al precio, mientras que 45.35% se encuentra reacio en costear este incremento al precio del servicio.

## **CAPÍTULO III**

### **EL PRODUCTO O SERVICIO**

El producto se trata de una aplicación tecnológica de almacenamiento de información y notificación de actividades con respecto al área del transporte terrestre de carga pesada a nivel local, provincial, nacional e internacional. Este es un sistema que va de la mano con el servicio de transporte que ofrece la compañía.

#### **3.1 Características del producto a ofrecer**

Nuestro sistema de Tracking, busca simplificar y optimizar los sistemas de almacenamiento de documentos, control y notificación del transporte de mercancías desde el punto de recogida hasta el destino final.

Para el uso de esta herramienta, se necesita cualquier dispositivo móvil android, Tablet o un computador con internet. Esta aplicación estará bajada en estos dispositivos y en cualquier momento y lugar se podrá consultar la información requerida.

El administrador del sistema es el proveedor del servicio de transporte, el mismo que ingresará mediante un usuario y clave a través de la web. Así mismo el administrador u operador, asignará un usuario y clave al cliente para que pueda ser notificado y para que pueda interactuar con el administrador u operador del sistema.

El operador logístico, ingresará todos los datos de la mercadería a transportar solicitada por el cliente, y cuando esté ingresada enviará una notificación al usuario (cliente). Este mediante su usuario y clave ingresará en la web para revisar la información recibida y podrá mediante un campo dar instrucciones. Estas notificaciones son de doble vía.

En la misma herramienta reposará información delicada y confidencial

que el usuario deberá manejar, tales como: tipo de mercadería, hora de ingreso al cargue, hora de salida, ruta, tiempo aproximado de llegada, fotografías de la mercadería que sale, notificaciones de rutas mediante GPS, datos del vehículo, nombre del chofer, placas, número de cédula y de celular del chofer.

### **3.2 Cadena de valor**

Esta es una herramienta tecnológica única en su especie, que da tranquilidad al usuario (cliente) en el manejo de las cargas. Es una herramienta que da seguridad al momento de la información. Además de que guarda documentos y fotografías las 24 horas del día los 7 días de la semana los 365 días del año, mientras el usuario (cliente) permanezca en la empresa.

Definitivamente esta es una alternativa interesante y necesaria en la cadena logística de toda empresa que busca una compañía de transporte fiable y que brinde un servicio personalizado y con los más altos estándares tecnológicos.

### **3.3 FODA**

#### **Fortalezas**

- Es una empresa parte de un grupo empresarial reconocido en el ámbito del comercio exterior con más de 10 años de experiencia, que brinda la cadena completa de servicios en este ámbito.
- Nuestra mayor fortaleza es la personalización del servicio, la comunicación oportuna y fiable.
- Contamos con una aplicación tecnológica que nos diferencia de nuestra competencia.
- Poseer Licencia Ambiental para manejo de todo tipo de cargas, sobre todo las cargas químicas.
- Tener un equipo altamente capacitado en el manejo de los diferentes tipos de cargas.

## **Oportunidades**

- Con la presión del gobierno hacia el sector productivo y una eventual firma del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, el incremento de las exportaciones e importaciones generará mayor cantidad de movimientos.
- Aprovechar la debilidad en el servicio personalizado de los dueños de las compañías de transporte.
- La tecnología en una era globalizada y tecnificada, es una oportunidad importante de negocios, ya que el cliente en línea en cualquier momento, en cualquier parte del mundo podrá saber el status de sus cargas y los documentos utilizados para el efecto.
- Al haber nuevas exigencias y regulaciones de la ANT, muchos transportistas informales, no cuentan con permisos de operación.
- Es un mercado novedoso y aun no existe amplitud de competencia en el sector de transporte.

## **Debilidades**

- No tener una flota de cabezales lo suficientemente importante para tener una presencia robusta al momento de ofrecer los servicios de transporte y cuando se buscan nuevos clientes.
- La limitación de equipos para poder despachar varias unidades simultáneamente.
- No contar con suficiente capital de operación para poder otorgar suficientes créditos.
- Las tarifas que tiene LAGARCÍA S.A. son altas en relación al mercado informal, por lo que los clientes opten por opciones más económicas. Además de no tener sistemas de créditos lo suficientemente fuertes, ocasionando que nuestros clientes se excedan en el pago de la cartera de 60 a 90 días, mermando liquidez a la compañía.

## Amenazas

- El sector informal del transporte.
- Transportistas independientes, que dañan el precio del mercado.
- Que existan nuevas políticas o leyes para el sector del transporte que bajen nuestra rentabilidad.
- El incremento de los insumos y repuestos.
- Nuestros actuales proveedores pueden brindar su servicio directamente a nuestros clientes.
- Políticas económicas adoptadas por el estado ecuatoriano, que busca reducir las importaciones en un 30%.
- Que nuestro mejor cliente FROC S.A., pierda la licencia de Agente de Aduanas otorgada por la Administración Aduanera y por ende las cargas de sus clientes.
- Que los proveedores de transporte sean desleales, ofreciendo directamente el servicio del transporte más barato que lo que la compañía factura.
- Competencia desleal de los transportistas informales, que abaratan el costo del transporte por la compra de combustible robado.

### 3.3.1 Matriz MEFI

Tabla 27 Matriz MEFI

MATRIZ MEFI			
Debilidades	Ponderacion	Calificacion	Calificacion Ponderado
1.- Numero reducido de camiones.	0,11	4	0,44
2.- Limitado numero de equipos para despacho.	0,16	3	0,48
3.- Falta de capital para otorgar creditos.	0,09	3	0,27
4.- Tarifas altas.	0,1	2	0,20
Fortalezas	Ponderacion	Calificacion	Calificacion Ponderado
1.-Amplia experiencia en el mercado.	0,15	3	0,45
2.- Servicio personalizado.	0,05	4	0,20
3.- Unicos con contar con una aplicación de ultima tecnologia.	0,15	2	0,30
4.- Licencia ambiental para todo tipo de cargas.	0,1	3	0,30
5.- Equipo humano capacitado con las ultimas innovaciones del mercado.	0,09	2	0,18
<b>TOTAL MEFI</b>	<b>1</b>	<b>26</b>	<b>2,82</b>

Fuente: Anexo1

La calificación ponderada nos da como resultado 2.81 lo que nos dice que las estrategias utilizadas de la empresa ha tenido un desempeño relevante, aunque aún debemos mejorar para reducir las debilidades y obtener un mayor rendimiento en las fortalezas para lograr mejores resultados.

### 3.3.2 Matriz MEFE

Tabla 28 Matriz MEFE

MATRIZ MEFE			
Oportunidades	Ponderacion	Calificacion	Calificacion Ponderado
1.- Con la firma del tratado con la UE habra mas importaciones y exportaciones por lo tanto generara el incremento de fletes.	0,15	4	0,60
2.- No existe servicio personalizado en otras compañías de transporte.	0,11	3	0,33
3.- La tecnologia de primer nivel que ofrecemos establecera nuestro estatus en cargas.	0,09	3	0,27
4.- Transportistas informales no cuentan con permisos de operación.	0,1	2	0,20
5.- Limitada competencia.	0,05	1	0,05
Amenazas	Ponderacion	Calificacion	Calificacion Ponderado
1.- Incremento del sector informal.	0,06	3	0,18
2.- Transportistas independientes dañan el precio de mercado.	0,1	4	0,40
3.- Aumento en el precio de insumos y repuestos.	0,15	2	0,30
4.- Servicio Directo de proveedor a cliente.	0,1	3	0,30
5.- Competencia desleal con transportistas informales.	0,09	2	0,18
<b>TOTAL MEFE</b>	<b>1</b>	<b>27</b>	<b>2,81</b>

Fuente: Anexo 1

Vemos la calificación ponderada en la Matriz MEFE dándonos como resultado 2.81 en el cual podemos interpretar que la organización está respondiendo de manera adecuada a las oportunidades y amenazas, es decir las estrategias de la empresa están aprovechando con eficacia las oportunidades existentes.

## **CAPITULO IV**

### **PLAN ESTRATEGICO**

#### **4.1 Plan de Ventas**

##### **4.1.1 Fuerza de Ventas**

Para darle énfasis a la fuerza de ventas de nuestra empresa estableceremos políticas como el uso del 100% de nuestros cabezales, así como también realizaremos alianzas estratégicas con empresas subcontratadas para aprovechar la amplia demanda de clientes que requieren de nuestros servicios.

##### **4.1.2 Promociones de Ventas**

En LAGARCIA S.A aplicaremos ciertos beneficios con el objetivo de incrementar el número de potenciales clientes, de los cuales el más importante los descuentos por segunda carga, así como también ofrecer llevar 2 cargas por el precio de 1 (2\*1). Estos beneficios son muy relevantes y apreciados por nuestros clientes quienes siempre buscan un modo adecuado de aprovecharlos.

##### **4.1.3 Políticas de pedidos**

El departamento de ventas de nuestra empresa ha considerado elaborar una guía de políticas para establecer una escala adecuada de pedidos, que estarán fundamentadas en base al costo de tarifas de transportación. Donde los pedidos recibidos hasta antes de las 12 am del día serán entregados con fecha máxima al siguiente día de haberlo efectuado. Esta política nos ha dado resultado y hemos receptado nuevos clientes que se encuentran

satisfecho en la aplicación de esta política.

#### **4.1.4 Políticas de Crédito y Cobranza**

Para respaldar la seguridad de nuestra empresa los primeros fletes se realizarán con el pago del 50% adelantado y el otro 50% con la recepción de la mercadería. Este será efectuado mediante un pagare o depósito en cuenta, consecuentemente se empezará el trabajo luego de haber constatado el depósito realizado.

Si el pago no es realizado durante los 3 días posteriores a la entrega de la carga se cobrará una penalización del 3% diarios al total de la factura entregada por LAGARCIA S.A. a nuestros clientes.

Mediante el registro de clientes que constan en nuestra base de datos, solo concederemos crédito a empresas que llevan una relación de mínimo seis meses con nuestra empresa, y además de ello solo en el caso de transportación de cargas livianas.

Para clientes antiguos el límite del crédito dependerá de los valores de montos mensuales de facturación y del hábito en el pago que este registre.

En caso de requerir nuestros servicios por primera ocasión, deberá llenar el siguiente formulario para ser evaluado en nuestro departamento de Gestión de Políticas y Cobranzas:

Número de Solic.	
Fecha	

**DATOS DE LA EMPRESA**

NOMBRE O RAZON SOCIAL		R.U.C.	TELEFONOS		FAX
DOMICILIO FISCAL		DISTRITO	PROVINCIA	REFERENCIADO POR	
DIRECCION ALMACEN AUTORIZADO	DISTRITO	JEFE DE ALMACEN		TELEFONOS	FAX
REPRESENTANTE LEGAL	DNI	TELEF. / ANEXO	CARGO	CORREO ELECTRONICO	
PRINCIPAL EJECUTIVO	DNI	TELEF. / ANEXO	CARGO	CORREO ELECTRONICO	
PRINCIPAL EJECUTIVO	DNI	TELEF. / ANEXO	CARGO	CORREO ELECTRONICO	
PRINCIPAL EJECUTIVO	DNI	TELEF. / ANEXO	CARGO	CORREO ELECTRONICO	

**REFERENCIAS BANCARIAS**

BANCO	No. CUENTA	MONEDA	SECTORISTA	TELEFONO	ANEXO

**PRINCIPALES PROVEEDORES (NACIONALES)**

EMPRESA	LINEA DE CREDITO	FORMA DE PAGO	CONTACTO	CARGO	TELEFONO

**PRINCIPALES PROVEEDORES (EXTRANJEROS)**

EMPRESA	LINEA DE CREDITO	CONTACTO	CARGO	TELEFONO	ANEXO

**PRINCIPALES CLIENTES**

EMPRESA	LINEA DE CREDITO	CONTACTO	CARGO	TELEFONO	ANEXO

**ADJUNTAR A LA SOLICITUD:**

Testimonio de la Empresa, Vigencia de Poderes, Copia de RUC, Licencia de Funcionamiento, DNI del Rep Legal

Estados Financieros del Año 2,012 y 2,013 firmados por su Contador General, y de Situacion al 2014

**PARA SER LLENADO POR NEXUS:**

FECHA	VENDEDOR	LINEA ASIGNADA	COND. DE PAGO		CALIFICACION

OBSERVACIONES:

---



---



---

#### **4.1.5 Garantías**

La seguridad de nuestra mercadería es una de las principales virtudes que cuentan LAGARCIA S.A. previniendo siempre la inseguridad y asaltos sobre todo en las carreteras provinciales de nuestro país, ya que contamos con herramientas tecnológicas de última innovación para conocer el trayecto de nuestros camiones. Además de ello evitamos los daños que puedan ocurrir con la mercadería transportada ya sea por incendios, rayos o explosión.

Todo envío de mercadería incluye un valor de seguro que cubre robo y/o asalto del transporte.

Nuestro compromiso es lograr la mejor atención a nuestros clientes, es por ello se ha elaborado una política de atención a reclamos para conocer las novedades que se hayan presentado mediante la realización de nuestro servicio:

¿Qué abarca la realización de un reclamo?

- Devolución: Reclamo que implica tener que retornar algún producto a nuestra empresa si Ud. considera el no requerimiento del mismo.
- Garantía: Reclamo que se presenta cuando el cliente observa que ha recibido un producto con daño de fabricación.
- Faltante: Reclamo que se produce como consecuencia de un error de despacho o de un problema en el transporte.
- Queja: Reclamo verbal acerca de cualquier etapa del servicio prestado o del producto que nuestro cliente ha recibido.
- En caso de contar usted con un reclamo siga los siguientes pasos:

Para los demás casos, ningún reclamo podrá superar los 20 días hábiles después de haber recibido su pedido. Toda devolución no atribuible a LA GARCIA S.A. tendrá un recargo de un 3% sobre el valor de ésta, por gastos operativos.

## 4.2 Estudio de Mercado

Para el Estudio de Mercado nos basamos en la demanda y mercado aprovechable, en el cual podremos ofrecer nuestro servicio de transporte, obtuvimos cifras de diferentes bases de datos y también de otras fuentes, donde estimamos que las ventas equivalen al 35% del mercado objetivo en un año, y de igual forma el incremento en clientes potenciales mostrado en el siguiente cuadro:

**Tabla 29 Estudio de mercado**

Clientes, Mercado Objetivo y Participación del Mercado						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Crecimiento empresarial		35%	35%	35%	35%	35%
Mercado Objetivo	500	600	810	1094	1476	1993
Clientes potenciales		40	54	73	98	133
<b>Promedio de crecimiento</b>		<b>35%</b>				

Fuente: Anexo 2

## Presupuesto de ventas

Ahora proyectamos las ventas con el incremento de 4% considerando la inflación proyectado por el banco central del Ecuador; A continuación detallado en el siguiente cuadro:

**Tabla 30 Presupuesto de ventas**

Presupuesto de Ventas del 2014 al 2018					
	2014	2015	2016	2017	2018
Servicio de transporte	40	54	73	98	133
Inflacion anual proyectada		4%	4%	4%	4%
Precio anual	\$ 200,00	\$ 208,00	\$ 216,32	\$ 224,97	\$ 233,97
<b>Total de Ingresos</b>	\$ 8.000,00	\$ 11.232,00	\$ 15.769,73	\$ 22.140,70	\$ 31.085,54

Fuente: Anexo 3

## Calculo del capital de trabajo

Para calcular el capital de trabajo nos basamos a la inversión del capital distinto de los activos diferidos y fijo, lo cual es necesario para iniciar las actividades de la empresa y obtener los primeros ingresos. Haremos el cálculo sobre los gastos de sueldos, honorarios, IESS y otros gastos; A continuación lo muestra la siguiente tabla:

**Tabla 31 Capital de trabajo**

<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Honorarios</b>	<b>Aportes</b>	<b>Gastos Administrativos</b>	<b>Gastos Varios</b>	
829	1250	235	3786	3900	
					<b>Total</b>
<b>829</b>	<b>1250</b>	<b>235</b>	<b>3786</b>	<b>3900</b>	<b>10000</b>

Fuente: Anexo 4

## CAPITULO V

### ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

#### 5.1 Determinación de la inversión inicial

Para el cálculo de la inversión inicial tomamos de referencia la adquisición de 4 cabezales cuyo precio a pagar es el 30% de entrada lo cual corresponde a \$ 60.000,00 por cada unidad, luego consideramos el capital de trabajo como parte de la inversión inicial, el cual se encuentra detallada por el efectivo mínimo requerido para comenzar con las operaciones.

Tabla 32 Inversión inicial

<b>Estructura inicial de la Inversión</b>	
Concepto	Valor
<b>Inversión Fija</b>	
Maquinarias y Equipos	\$ 240.000,00
<b>Capital de Trabajo</b>	
Efectivo	\$ 10.000,00
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>\$ 250.000,00</b>

Fuente: Anexo 5

#### 5.2 Presupuesto de Ingresos y de Costos

Analizando costos, gastos y ventas del año 2013, procederemos a proyectar por los cinco años posteriores, luego estableceremos un estado de resultados para de esta manera poder determinar la utilidad que generara LAGARCIA S.A. acorde a los cálculos realizados.

**Tabla 33 Presupuesto de ingresos y costos**  
**LAGARCIA SA**  
**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES**

Balance en:	US DOLAR	Historico	Proyectado				
		2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>INGRESOS</b>							
	INGRESOS POR TRANSPORTE	\$ 206.647,50	\$ 268.641,75	\$ 349.234,28	\$ 454.004,56	\$ 590.205,92	\$ 767.267,70
	INGRESOS POR CUADRILLAS	\$ 28.041,64	\$ 37.856,21	\$ 51.105,89	\$ 68.992,95	\$ 93.140,48	\$ 125.739,65
	<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 234.689,14</b>	<b>\$ 306.497,96</b>	<b>\$ 400.340,16</b>	<b>\$ 522.997,51</b>	<b>\$ 683.346,41</b>	<b>\$ 893.007,35</b>
<b>EGRESOS</b>							
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>							
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>							
	<b>SUELDOS, SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES</b>						
	SUELDOS ADM	\$ 33.642,72	\$ 37.006,99	\$ 40.707,69	\$ 44.778,46	\$ 49.256,31	\$ 54.181,94
	HORAS EXTRAS	\$ 3.573,62	\$ 3.930,98	\$ 4.324,08	\$ 4.756,49	\$ 5.232,14	\$ 5.755,35
	<b>APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUIDO FONDO DE R</b>		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	APORTE PATRONAL 12.15% ADM	\$ 4.521,79	\$ 4.973,96	\$ 5.471,36	\$ 6.018,50	\$ 6.620,35	\$ 7.282,38
	FONDO DE RESERVA ADM	\$ 3.101,36	\$ 3.411,50	\$ 3.752,65	\$ 4.127,91	\$ 4.540,70	\$ 4.994,77
	<b>BENEFICIOS SOCIALES E INDEMINIZACIONES</b>		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	DECIMO TERCER SUELDO ADM	\$ 3.101,36	\$ 3.411,50	\$ 3.752,65	\$ 4.127,91	\$ 4.540,70	\$ 4.994,77
	DECIMO CUARTO SUELDO ADM	\$ 1.908,00	\$ 2.098,80	\$ 2.308,68	\$ 2.539,55	\$ 2.793,50	\$ 3.072,85
	VACACIONES ADM	\$ 1.550,68	\$ 1.705,75	\$ 1.876,32	\$ 2.063,96	\$ 2.270,35	\$ 2.497,39
	PUBLICIDAD	\$ 113,00	\$ 124,30	\$ 136,73	\$ 150,40	\$ 165,44	\$ 181,99
	IMPRESA	\$ 437,00	\$ 480,70	\$ 528,77	\$ 581,65	\$ 639,81	\$ 703,79
	MOVILIZACIONES CHOFERES Y MENSAJERIA	\$ 692,48	\$ 761,73	\$ 837,90	\$ 921,69	\$ 1.013,86	\$ 1.115,25
	LLANTAS, ACCESORIOS	\$ 20.255,87	\$ 22.281,46	\$ 24.509,60	\$ 26.960,56	\$ 29.656,62	\$ 32.622,28
	LUNCH	\$ 50,73	\$ 55,80	\$ 61,38	\$ 67,52	\$ 74,27	\$ 81,70
	COMBUSTILE Y LUBRICANTES CAMIONES Y FURGONES	\$ 5.999,43	\$ 6.599,37	\$ 7.259,31	\$ 7.985,24	\$ 8.783,77	\$ 9.662,14
	SEGUROS DE VEHICULOS	\$ 7.392,84	\$ 8.132,12	\$ 8.945,34	\$ 9.839,87	\$ 10.823,86	\$ 11.906,24
	ADMINISTRACION CABEZALEZ	\$ 9.836,34	\$ 10.819,97	\$ 11.901,97	\$ 13.092,17	\$ 14.401,39	\$ 15.841,52
	VIATICOS CHOFERES	\$ 717,50	\$ 789,25	\$ 868,18	\$ 954,99	\$ 1.050,49	\$ 1.155,54
	TRANSPORTES SUBCONTRATADOS	\$ 75.426,74	\$ 82.969,41	\$ 91.266,36	\$ 100.392,99	\$ 110.432,29	\$ 121.475,52
	IMPUESTOS, CONT Y OTROS ADM	\$ 624,66	\$ 687,13	\$ 755,84	\$ 831,42	\$ 914,56	\$ 1.006,02
	MATRICULA DE VEHICULOS	\$ 1.763,85	\$ 1.940,24	\$ 2.134,26	\$ 2.347,68	\$ 2.582,45	\$ 2.840,70
	GASTOS VARIOS	\$ 2.143,77	\$ 2.358,15	\$ 2.593,96	\$ 2.853,36	\$ 3.138,69	\$ 3.452,56
	GASTOS DE DEPRECIACION		\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30
	SOAT	\$ 242,88	\$ 267,17	\$ 293,88	\$ 323,27	\$ 355,60	\$ 391,16
	CAPACITACION	\$ 145,00	\$ 159,50	\$ 175,45	\$ 193,00	\$ 212,29	\$ 233,52
	TELEFONIA FIJA Y CELULAR	\$ 3.812,84	\$ 4.194,12	\$ 4.613,54	\$ 5.074,89	\$ 5.582,38	\$ 6.140,62
	HONORARIOS PROFESIONALES(ESCUADERO,MADRINAN	\$ 10.699,08	\$ 11.768,99	\$ 12.945,89	\$ 14.240,48	\$ 15.664,52	\$ 17.230,98
	PAGO DE CUADRILLAS	\$ 13.115,00	\$ 14.426,50	\$ 15.869,15	\$ 17.456,07	\$ 19.201,67	\$ 21.121,84
	PEAJE	\$ 447,00	\$ 491,70	\$ 540,87	\$ 594,96	\$ 654,45	\$ 719,90
	RASTREO SATELITAL	\$ 3.560,00	\$ 3.916,00	\$ 4.307,60	\$ 4.738,36	\$ 5.212,20	\$ 5.733,42
	SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 243,00	\$ 267,30	\$ 294,03	\$ 323,43	\$ 355,78	\$ 391,35
	UNIFORME ADMINISTRACION	\$ 148,00	\$ 162,80	\$ 179,08	\$ 196,99	\$ 216,69	\$ 238,36
	EQUIPOS DE SEGURIDAD	\$ 937,68	\$ 1.031,45	\$ 1.134,59	\$ 1.248,05	\$ 1.372,86	\$ 1.510,14
	DEP. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO ADM	\$ 3.559,77	\$ 3.915,75	\$ 4.307,32	\$ 4.738,05	\$ 5.211,86	\$ 5.733,05
	PROVISION DE CUENTAS INCOBRABLES	\$ 2.346,89	\$ 2.581,58	\$ 2.839,74	\$ 3.123,71	\$ 3.436,08	\$ 3.779,69
	TAMITES LEGALES	\$ 181,42	\$ 199,56	\$ 219,52	\$ 241,47	\$ 265,62	\$ 292,18
	SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 82,83	\$ 91,11	\$ 100,22	\$ 110,25	\$ 121,27	\$ 133,40
	CONCILIACION IVA MENSUAL	\$ 1.990,64	\$ 2.189,70	\$ 2.408,67	\$ 2.649,54	\$ 2.914,50	\$ 3.205,95
	FOTOCOPIAS	\$ 1,65	\$ 1,82	\$ 2,00	\$ 2,20	\$ 2,42	\$ 2,66
	SOBRES	\$ 3,35	\$ 3,69	\$ 4,05	\$ 4,46	\$ 4,90	\$ 5,40
	GASTOS VARIOS	\$ 276,36	\$ 304,00	\$ 334,40	\$ 367,84	\$ 404,62	\$ 445,08
<b>COMISIONES</b>							
	COMISIONES LOCALES	\$ 185,47	\$ 204,02	\$ 224,42	\$ 246,86	\$ 271,55	\$ 298,70
<b>GASTOS DE FINANCIAMIENTO DE ACTIVOS</b>							
<b>DIFERENCIA EN CAMBIO</b>							
<b>OTROS GASTOS FINANCIEROS</b>							
	COMISIONES, CHEQUERAS Y N/D BANCARIAS	\$ 123,12	\$ 135,43	\$ 148,98	\$ 163,87	\$ 180,26	\$ 198,29
	<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$ 218.955,72</b>	<b>\$ 243.851,29</b>	<b>\$ 268.236,42</b>	<b>\$ 295.060,06</b>	<b>\$ 324.566,07</b>	<b>\$ 357.022,68</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES</b>							
	15% PARTICIPACION A LOS TRABAJADORES	-	\$ 9.397,00	\$ 19.815,56	\$ 34.190,62	\$ 53.817,05	\$ 80.397,70
	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 15.733,42</b>	<b>\$ 53.249,67</b>	<b>\$ 112.288,18</b>	<b>\$ 193.746,83</b>	<b>\$ 304.963,29</b>	<b>\$ 455.586,97</b>
	25% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$ 13.312,42	\$ 28.072,05	\$ 48.436,71	\$ 76.240,82	\$ 113.896,74
	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 15.733,42</b>	<b>\$ 39.937,25</b>	<b>\$ 84.216,14</b>	<b>\$ 145.310,12</b>	<b>\$ 228.722,46</b>	<b>\$ 341.690,23</b>
<b>RESERVA LEGAL</b>							
		-	\$ 1.996,86	\$ 4.210,81	\$ 7.265,51	\$ 11.436,12	\$ 17.084,51
	<b>UTILIDAD/ PERDIDA DISPONIBLE</b>	<b>\$ 15.733,42</b>	<b>\$ 37.940,39</b>	<b>\$ 80.005,33</b>	<b>\$ 138.044,61</b>	<b>\$ 217.286,34</b>	<b>\$ 324.605,72</b>

Fuente: Anexo 6

## 5.3 Punto de Equilibrio

Para realizar el análisis entre los ingresos y los costos, estableceremos diferencias entre costos fijos y costos variables, luego determinaremos el nivel mínimo de ventas en dólares para cubrir dichos costos y no ocasionar pérdidas. En primera instancia presentaremos los fijos y variables para calcular el punto de equilibrio.

**Tabla 34 Gastos fijos y variables**

Gastos Fijos y Variables	AÑO 2014		AÑO 2015		AÑO 2016		AÑO 2017		AÑO 2018	
	Fijo	Variables	Fijo	Variables	Fijo	Variables	Fijo	Variables	Fijo	Variables
SUELDOS ADM	33642,72		35324,86		37091,10		38945,65		40892,94	
HORAS EXTRAS	3573,62		3752,30		3939,92		4136,91		4343,76	
APORTE PATRONAL 12.15% ADM	4521,79		4747,87		4985,27		5234,53		5496,26	
FONDO DE RESERVA ADM	3101,36		3256,43		3419,25		3590,21		3769,72	
DECIMO TERCER SUELDO ADM	3101,36		3256,43		3419,25		3590,21		3769,72	
DECIMO CUARTO SUELDO ADM	1908,00		2003,40		2103,57		2208,75		2319,19	
VACACIONES ADM	1550,68		1628,21		1709,63		1795,11		1884,86	
PUBLICIDAD	113,00		118,65		124,58		130,81		137,35	
IMPRESA	437,00		458,85		481,79		505,88		531,18	
MOVILIZACIONES CHOFERES Y MENSAJERIA	692,48		727,10		763,46		801,63		841,71	
llantas, Accesorios y Mantenimientos	20255,87		21268,66		22332,10		23448,70		24621,14	
LUNCH	50,73		53,27		55,93		58,73		61,66	
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES CAMIONES Y FU	5999,43		6299,40		6614,37		6945,09		7292,34	
SEGUROS DE VEHICULOS	7392,84		7762,48		8150,61		8558,14		8986,04	
ADMINISTRACION CABEZALEZ	9836,34		10328,16		10844,56		11386,79		11956,13	
VIATICOS CHOFERES	717,50		753,38		791,04		830,60		872,13	
TRANSPORTES SUBCONTRATADOS	75426,74		79198,08		83157,98		87315,88		91681,67	
IMPUESTOS, CONT Y OTROS ADM	624,66		655,89		688,69		723,12		759,28	
MATRICULA DE VEHICULOS	1763,85		1852,04		1944,64		2041,88		2143,97	
GASTOS VARIOS		2143,77		2250,96		2363,51		2481,68		2605,77
SOAT	242,88		255,02		267,78		281,16		295,22	
CAPACITACION	145,00		152,25		159,86		167,86		176,25	
TELEFONIA FIJA Y CELULAR		3812,84		4003,48		4203,66		4413,84		4634,53
HONORARIOS PROFESIONALES(ESCUDERO,M	10699,08		11234,03		11795,74		12385,52		13004,80	
PAGO DE CUADRILLAS	13115,00		13770,75		14459,29		15182,25		15941,36	
PEAJE	447,00		469,35		492,82		517,46		543,33	
RASTREO SATELITAL	3560,00		3738,00		3924,90		4121,15		4327,20	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	243,00		255,15		267,91		281,30		295,37	
UNIFORME ADMINISTRACION	148,00		155,40		163,17		171,33		179,89	
EQUIPOS DE SEGURIDAD	937,68		984,56		1033,79		1085,48		1139,76	
DEP. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO ADM	3559,77		3737,76		3924,65		4120,88		4326,92	
PROVISION DE CUENTAS INCOBRABLES	2346,89		2464,24		2587,45		2716,82		2852,66	
TAMITES LEGALES	181,42		190,49		200,02		210,02		220,52	
SUMINISTROS DE OFICINA		82,83		86,97		91,32		95,89		100,68
CONCILIACION IVA MENSUAL	1990,64		2090,17		2194,68		2304,41		2419,64	
FOTOCOPIAS	1,65		1,73		1,82		1,91		2,01	
SOBRES		3,35		3,52		3,69		3,88		4,07
GASTOS VARIOS		276,36		290,18		304,69		319,92		335,92
<b>Total</b>	<b>212327,981</b>	<b>6319,15</b>	<b>222944,38</b>	<b>6635,1075</b>	<b>234091,599</b>	<b>6966,86288</b>	<b>245796,179</b>	<b>7315,20602</b>	<b>258085,988</b>	<b>7680,96632</b>

Fuente: Anexo 7

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Luego en base a la formula calcularemos el punto de equilibrio de la organización:

**Tabla 35 Punto de equilibrio**

	2014	2015	2016	2017	2018
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 233.336,72	\$ 256.670,59	\$ 282.337,81	\$ 310.571,71	\$ 341.628,97

Fuente: Anexo 7

Como podemos apreciar en el año 2014 el mínimo de ventas que debe lograrse para empezar a obtener utilidades es \$ 233.336,72, mientras en los años posteriores los flujos se encuentran incrementándose.

Esta herramienta es de gran utilidad ya que podemos determinar el ingreso mínimo para cubrir costos y gastos e identificar ganancias o pérdidas en la empresa.

## 5.4 Factibilidad Financiera

### 5.4.1 Valor Actual Neto (VAN)

**Tabla 36 Valor Actual Neto**

LA GARCIA S.A.						
Flujo de Caja Operativo/ Calculo del Valor Actual Neto						
Concepto	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad Neta	\$ 15.733,42	\$ 39.937,25	\$ 84.216,14	\$ 145.310,12	\$ 228.722,46	\$ 341.690,23
Depreciacion		\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30
Amortizacion		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Inversion Inicial	-\$ 200.000,00					
Capital de Trabajo	\$ 10.000,00					
Flujo de Caja Operativo An	-\$ 172.253,58	\$ 45.451,25	\$ 90.031,14	\$ 151.456,12	\$ 235.232,46	\$ 348.600,53
Tasa pertinente del descuento		20,98%	20,98%	20,98%	20,98%	20,98%
Factor de valor actual	1,00	1,21	1,46	1,77	2,14	2,59
Valor actual de los flujos	-\$ 172.253,58	-\$ 45.451,25	\$ 79.602,36	\$ 119.299,96	\$ 144.657,18	\$ 162.363,78
Flujo de caja acumulado	-\$ 172.253,58	-\$ 217.704,83	-\$ 138.102,47	-\$ 18.802,51	\$ 125.854,67	\$ 288.218,45
Suma de los flujos de caja a	\$ 288.218,45					
Costo ( Inversion del Proye	-\$ 200.000,00					
Valor actual neto (VAN)	\$ 88.218,45					

Fuente: Anexo 8

Vemos que el Valor Actual Neto del proyecto es \$ 88.218,45 lo cual nos quiere decir que el proyecto es recomendable y debe ser aceptado. Este valor es muy importante cuando se realizan inversiones de activo fijo.

## 5.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

**Tabla 37 Tasa Interna de Retorno**

LA GARCIA S.A.		
<b>Inversion</b>		-\$ 200.000,00
<b>Flujo de efectivo</b>	2013	-\$ 172.253,58
	2014	\$ 45.451,25
	2015	\$ 90.031,14
	2016	\$ 151.456,12
	2017	\$ 235.232,46
	2018	\$ 348.600,53
<b>TIR del Proyecto</b>		22%
<b>Tasa de Capital Ponderada</b>		20,98%
<b>Rendimiento Adicional</b>		1,02%

Fuente: Anexo 8

La tasa de descuento que hace que el valor actual neto de una dada inversión se convierta en 0, es decir la tasa de rendimiento que no genere ni utilidades ni perdidas se la conoce como Tasa Interna de Retorno. Para nuestro plan de negocios nos dio como resultado 22% lo que significa que nuestro proyecto es acertadamente viable.

## 5.5 Seguimiento y Evaluación

### 5.5.1 Indicadores a evaluar de cumplimiento

Para el seguimiento y evaluación de los resultados se establecerán indicadores financieros y administrativos, que lo aplicara la gerencia de LAGARCIA S.A. para esto se utilizara una herramienta de gestión conocida como Balance ScoreCard que nos servirá para monitorear los resultados generados por nuestro plan de negocio.

Nuestro tablero de indicadores estará enfocado hacia cuatro perspectivas como muestra el siguiente cuadro:



(Perspectiva interna)

## **CAPITULO VI**

### **RESPONSABILIDAD SOCIAL**

#### **6.1 Base legal**

Para establecer la naturaleza legal del negocio citamos las bases teóricas que se deben tomar en cuenta a partir de la constitución de la empresa: Esta y muchas propuestas, decisiones, promulgación de leyes, dieron origen a varias que tienen que ver con nuestro tema y otras ya existentes, tales como:

- El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión – COPCI.
- LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL y su reglamento general de aplicación.
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Código Laboral Ecuatoriano
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017

*“Y en el Acuerdo Ministerial 006 el art 13 Sustitúyase el art.35 del Capítulo IV del Título I del Libro VI del Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria por lo siguiente:*

*De la Falta de Licencias ambientales: Los proyectos, obras o actividades nuevas y en funcionamiento, deben cumplir con el proceso de regularización ambiental de conformidad con este Reglamento, Manuales de procedimiento, Normativa Ambiental aplicable, obteniendo la licencia ambiental correspondiente, en caso de no hacerlo, serán objeto de las sanciones previstas en la normativa Ambiental Aplicable, a cargo de la Autoridad ambiental competente, sin perjuicio de las acciones civiles, penales o administrativas que se deriven por su incumplimiento”.*

*Artículo 48.- “Las operadoras habilitadas para realizar el servicio de transporte terrestre de sustancias peligrosas calificadas para el manejo de sustancias tóxicas y peligrosas, deberán presentar el Plan de Seguridad Industrial, previo a la obtención de su contrato, permiso o autorización de operación y para la renovación de los mismos”.*

*“El Director Ejecutivo de la Agencia Nacional de Transito determinará el contenido del Plan de Seguridad Industrial”.*

*“Artículo 49.- Los vehículos de transporte terrestre de sustancias tóxicas y peligrosas no pueden circular por carriles centrales cuando la carga:*

- 1. Sobresalga de la parte delantera o de los costados, salvo cuando se obtenga el permiso correspondiente;*
- 2. Sobresalga la parte posterior por más de dos metros; y si pasa de 1,20, se obliga a utilizar banderolas en el día y luces en la noche;*
- 3. Obstruya la visibilidad del conductor;*
- 4. No esté debidamente cubierta con lonas, tratándose de materiales que puedan esparcirse;*
- 5. No vaya debidamente sujeta al vehículo por medio de cables; y,*
- 6. Sin contar con un dispositivo localizador de vehículo, equipos o sistemas de control de proyección para impedir el robo del vehículo o de su carga, y de que estos funcionen correctamente en cualquier momento, tratándose de mercancías peligrosas de alto riesgo”.*

*Artículo 50.- “Los conductores de vehículos de transporte terrestre de sustancias tóxicas y peligrosas deben:*

- 1. Realizar un curso de capacitación obligatorio, del cual obtendrán un certificado que abalice que se encuentran aptos para realizar esta actividad;*
- 2. Circular por el carril de la extrema derecha y usar el izquierdo solo para rebasar o dar vuelta a la izquierda;*
- 3. Sujetarse a los horarios y a las disposiciones viales establecidas por las Unidades Administrativas Regionales o Provinciales, o por los Gas, según corresponda, manteniendo la debida coordinación;*
- 4. Estacionar el vehículo o contenedor en el lugar de estacionamiento correspondiente;*
- 5. Circular con placas y el vehículo debidamente matriculado, así como con los correspondientes distintivos;*
- 6. Conducir con licencia vigente;*
- 7. Circular sin arrojar objetos o derramar sustancias que obstruyan el tránsito o pongan en riesgo la integridad física de las personas;*
- 8. Realizar maniobras de carga y descarga sin afectar o interrumpir el tránsito vehicular; 9. Sujetarse estrictamente a las rutas y los itinerarios de carga y descarga autorizados;*

10. Abstenerse de realizar paradas que no estén señaladas en la operación del servicio; y,

11. En caso de congestión vehicular que interrumpa la circulación, el conductor deberá solicitar a los agentes de tránsito prioridad para continuar su marcha, mostrándoles la documentación que ampare el riesgo sobre el producto que transporta”.

Artículo 51.- “Se prohíbe a los conductores de vehículos que transportan sustancias tóxicas o peligrosas:

1. Llevar a bordo personas ajenas a su operación;

2. Arrojar al piso o descargar en la vialidad, así como, ventear innecesariamente cualquier tipo de sustancias tóxicas o peligrosas;

3. Estacionar los vehículos en la vida pública o en la proximidad de fuentes de riesgo;

4. Realizar maniobras de carga y descarga en lugares inseguros y no destinados para tal fin; y,

5. Sobrepasar los límites de carga, establecidos en las normas INEN, instrumentos internacionales y demás normas que para el efecto se emitan”.

Artículo 52.- “Cuando por alguna circunstancia de emergencia se requiera estacionar el vehículo que transporte sustancias tóxicas o peligrosas en la vida pública u otra fuente de riesgo, el conductor deberá asegurarse de que la carga esté debidamente protegida y señalizada, a fin de evitar que personas ajenas a la transportación manipulen el equipo o la carga.

Cuando lo anterior suceda en horario nocturno, el conductor deberá colocar triángulos de seguridad tanto en la parte delantera como posterior de la unidad, de acuerdo a las distancias y en las condiciones establecidas en este reglamento. (Reglamento General a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Vialidad)”.

“Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos”.

“Art. 6.- El Estado es propietario de las vías públicas, administrará y regulará su uso”.

“Art. 7.- Las vías de circulación terrestre del país son bienes nacionales de

*uso público, y quedan abiertas al tránsito nacional e internacional de peatones y vehículos motorizados y no motorizados, de conformidad con la Ley, sus reglamentos e instrumentos internacionales vigentes. En materia de transporte terrestre y tránsito, el Estado garantiza la libre movilidad de personas, vehículos y bienes, bajo normas y condiciones de seguridad vial y observancia de las disposiciones de circulación vial”.*

*“Art. 9.- Los peatones, conductores, pasajeros, automotores y vehículos de tracción humana, animal o mecánica podrán circular en las carreteras y vías públicas del país, sujetándose a las disposiciones de esta Ley, su reglamento, resoluciones y regulaciones técnicas vigentes”.*

## **DE LAS UNIDADES DEL CONTROL DEL TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL DE LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS**

*“Art. 30.2.- El control del tránsito y la seguridad vial será ejercido por las autoridades regionales, metropolitanas o municipales en sus respectivas circunscripciones territoriales, a través de las Unidades de Control de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, constituidas dentro de su propia institucionalidad, unidades que dependerán operativa, orgánica, financiera y administrativamente de éstos.*

*Las Unidades de Control de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales, Metropolitanos o Municipales, estarán conformadas por personal civil especializado, seleccionado y contratado por el Gobierno Autónomo Descentralizado y formado por la Agencia de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial”.*

*“Art. 30.3.- Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales, Metropolitanos o Municipales son responsables de la planificación operativa del control del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, planificación que estará enmarcada en las disposiciones de carácter nacional emanadas desde la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, y deberán informar sobre las regulaciones locales que se legislen”.*

## **Libro II DEL TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR Título I DE LA NATURALEZA Y OBJETO**

*“Art. 46.- El transporte terrestre automotor es un servicio público esencial y una actividad económica estratégica del Estado, que consiste en la*

*movilización libre y segura de personas o de bienes de un lugar a otro, haciendo uso del sistema vial nacional, terminales terrestres y centros de transferencia de pasajeros y carga en el territorio ecuatoriano. Su organización es un elemento fundamental contra la informalidad, mejorar la competitividad y lograr el desarrollo productivo, económico y social del país, interconectado con la red vial internacional”.*

*“Art. 47.- El transporte terrestre de personas o bienes responderá a las condiciones de responsabilidad, universalidad, accesibilidad, comodidad, continuidad, seguridad, calidad, y tarifas equitativas”.*

*“Art. 49.- El transporte terrestre de mercancías peligrosas tales como productos o sustancias químicas, desechos u objetos que por sus características peligrosas: corrosivas, reactivas, explosivas, tóxicas, inflamables, biológicas, infecciosas y radiactivas, que pueden generar riesgos que afectan a la salud de las personas expuestas, o causen daños a la propiedad y al ambiente, se regirá a lo establecido en las leyes pertinentes y a lo dispuesto en el Reglamento de esta ley y en los reglamentos específicos y los instrumentos internacionales vigentes”.*

*“Art. 50.- El Estado propenderá a la utilización de los sistemas inter y multimodales, como herramientas necesarias que permitan reducir costos operativos, mejora en los tiempos de transporte y eficiencia en los servicios”.*

## **Título II**

### **DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE**

#### **Capítulo I**

#### **DE LAS CLASES DE SERVICIOS DE TRANSPORTE TERRESTRE**

*“Art. 51.- (Reformado por el Art. 21 de la Ley s/n, R.O. 415-S, 29-III-2011).- Para fines de aplicación de la presente Ley, se establecen las siguientes clases de servicios de transporte terrestre:*

- a) Público;*
- b) Comercial;*
- c) Por cuenta propia;*
- d) Particular”.*

*“Art. 52.- El Estado garantizará la prestación del servicio de transporte público en forma colectiva y/o masiva de personas y bienes, dentro del territorio nacional, haciendo uso del parque automotor ecuatoriano y sujeto a una contraprestación económica”.*

*“Art. 53.- Prohíbese toda forma de monopolio y oligopolio en el servicio de transporte terrestre. La Comisión Nacional regulará las formas de prestación del servicio conforme la clasificación prevista en esta Ley.*

*La prestación del servicio del transporte terrestre estará sujeta a la celebración de un contrato de operación”.*

*“Art. 54.- (Reformado por el Art. 22 de la Ley s/n, R.O. 415-S, 29-III-2011).- La prestación del servicio de transporte atenderá los siguientes aspectos:*

*a) La protección y seguridad de los usuarios, incluida la integridad física, psicológica y sexual de las mujeres, hombres, adultos mayores, adolescentes, niñas y niños;*

*b) La eficiencia en la prestación del servicio;*

*c) La protección ambiental; y,*

*d) La prevalencia del interés general por sobre el particular”.*

*“Art. 57.- (Reformado por el Art. 23 de la Ley s/n, R.O. 415-S, 29-III-2011).- Se denomina servicio de transporte comercial el que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, siempre que no sea servicio de transporte colectivo o masivo. Para operar un servicio comercial de transporte se requerirá de un permiso de operación, en los términos establecidos en la presente Ley y su Reglamento. Dentro de esta clasificación, entre otros, se encuentran el servicio de transporte escolar e institucional, taxis, tricótomos, carga pesada, carga liviana, mixto, turístico y los demás que se prevean en el Reglamento, los cuales serán prestados únicamente por compañías y cooperativas autorizadas para tal objeto y que cumplan con los requisitos y las características especiales de seguridad establecidas por la Comisión Nacional”.*

#### **Título IV**

#### **DE LOS TIPOS DE TRANSPORTE TERRESTRE**

*“Art. 70.- (Reformado por el Art. 34 de la Ley s/n, R.O. 415, 29-III-2011).- Tipo de transporte terrestre es la forma de satisfacer las necesidades de desplazamiento de personas, animales o bienes para fines específicos, y serán definidas en el Reglamento de esta Ley”.*

*“Art. 71.- Las especificaciones técnicas y operacionales de cada uno de los tipos de transporte terrestre, serán aprobadas por la Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y constarán en los reglamentos correspondientes”.*

#### **Título V**

#### **DE LOS TÍTULOS HABILITANTES DE TRANSPORTE TERRESTRE**

##### **Capítulo I**

##### **GENERALIDADES**

*“Art. 72.- Son títulos habilitantes de transporte terrestre los contratos de operación, permisos de operación y autorizaciones, los cuales se otorgarán a las personas jurídicas domiciliadas en el Ecuador que tengan capacidad*

técnica y financiera y que cumplan con los requisitos exigidos en la Ley y los reglamentos”.

“Art. 73.- (Sustituido por el Art. 35 de la Ley s/n, R.O. 415-S, 29-III-2011).- Los títulos habilitantes serán conferidos por la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales, Municipales o Metropolitanos, dentro de los ámbitos de sus competencias”.

“Art. 74.- Compete a la Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, otorgar los siguientes títulos habilitantes:

a) Contratos de Operación para la prestación de servicio de transporte público de personas o bienes, en cualquier tipo, para los ámbitos interprovincial e internacional;

b) Permisos de operación de servicios de transporte comercial, en cualquier tipo, para el ámbito interprovincial; y,

c) Autorizaciones de operación para el servicio de transporte por cuenta propia, en cualquier tipo, y dentro del ámbito interprovincial”.

“Art. 75.- (Sustituido por el Art. 36 de la Ley s/n, R.O. 415-S, 29-III-2011).- Corresponde a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales, Metropolitanos y Municipales, en ejercicio de sus respectivas competencias, en el ámbito de su jurisdicción, otorgar los siguientes títulos habilitantes según corresponda:

a) Contratos de Operación para la prestación de servicio de transporte público de personas o bienes, en cualquier tipo, para los ámbitos intrarregional; interprovincial; e intracantonal;

b) Permisos de Operación para la prestación de los servicios de transporte comercial, en cualquier tipo, para los ámbitos intraregional; interprovincial; e intracantonal; y,

c) Autorizaciones para operación de servicios de transporte por cuenta propia, en cualquier tipo, en el ámbito intraregional; interprovincial; e intracantonal.

En las jurisdicciones donde los GAD's no ejerzan la competencia de tránsito será la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, quién otorgue los respectivos títulos habilitantes”.

“Art. 76.- El contrato de operación para la prestación de servicios de transporte público de personas o bienes, es el título habilitante mediante el cual el Estado entrega a una persona jurídica que cumpla los requisitos legales, la facultad de establecer y prestar los servicios a los cuales se refiere la Ley; así como para el uso de rutas, frecuencias y vías públicas. El

*contrato de operación de servicio del transporte público se sujetará al procedimiento especial establecido en el Reglamento.*

*El permiso de operación para la prestación de servicios de transporte comercial de personas o bienes, es el título habilitante mediante el cual la Comisión Provincial respectiva, enmarcada en la Ley, el Reglamento y las resoluciones emitidas para el efecto por la Comisión Nacional, autoriza a una persona jurídica, legal, técnica y financieramente solvente, para prestar servicios de transporte”.*

## **TÍTULO II**

### **DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE**

#### **CAPÍTULO I**

#### **DE LA CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS Y COOPERATIVAS DE TRANSPORTE TERRESTRE**

*“Artículo 53.- Las compañías y cooperativas que vayan a prestar servicios de transporte terrestre público o comercial, antes de constituirse, deberán obtener un informe previo favorable emitido por la ANT. El departamento técnico correspondiente realizará los estudios de factibilidad, que serán puestos a consideración del Director Ejecutivo de la Agencia para la emisión del informe previo, el mismo que será remitido al Directorio de la Agencia para su aprobación final, en caso de ser procedente.*

*El procedimiento y los requisitos para la obtención de estos informes serán regulados por la ANT.*

*Los informes previos tendrán una vigencia de 90 días.*

*Las operadoras podrán constituirse, en el caso de compañías, exclusivamente como sociedades de responsabilidad limitada, anónimas o de economía mixta”.*

#### **CAPÍTULO V**

#### **DE LOS TIPOS DE TRANSPORTE**

##### **SECCIÓN II**

#### **DE LOS TIPOS DE TRANSPORTE COMERCIAL**

*“4. Carga liviana: Consiste en el traslado de bienes en vehículos de hasta 3.5 toneladas de capacidad de carga, desde un lugar a otro de acuerdo a una contraprestación económica. Deberán estar provistos de una protección adecuada a la carga que transporten.*

*6. Carga Pesada: Consiste en el transporte de carga de más de 3.5 toneladas, en vehículos certificados para la capacidad de carga que se traslade, y de acuerdo a una contraprestación económica del servicio”.*

#### **Capítulo IV (Ley)**

## **DEL AMBIENTE**

### **Sección I**

#### **DE LA CONTAMINACIÓN POR FUENTES MÓVILES**

*“Art. 211.- Todos los automotores que circulen dentro del territorio ecuatoriano deberán estar provistos de partes, componentes y equipos que aseguren que no rebasen los límites máximos permisibles de emisión de gases y ruidos contaminantes establecidos en el Reglamento”.*

*“Art. 212.- Los importadores y ensambladores de automotores son responsables de que los vehículos tengan dispositivos anticontaminantes”.*

*“Art. 213.- Los vehículos usados, donados al Estado ecuatoriano, que ingresen al país legalmente, serán objeto de una revisión técnica vehicular exhaustiva y más completa que la revisión normal. En estos casos los centros de revisión técnico vehicular inspeccionaran el resto de sistemas mecánicos, transmisión y motor, bajo el mecanismo de revisión completa de cada unidad, desde el puerto de ingreso, previo a su desaduanización y matriculación”.*

#### **CAPÍTULO II (Reglamento)**

##### **DE LA CONTAMINACIÓN POR EMISIÓN DE GASES DE COMBUSTIÓN**

*“Artículo 326.- Todos los motores de los vehículos que circulan por el territorio ecuatoriano, no deberán sobrepasar los niveles máximos permitidos de emisión de gases contaminantes, exigidos en la normativa correspondiente”.*

*“Artículo 327.- Ningún vehículo que circule en el país, podrá emanar o arrojar gases de combustión que excedan del 60% en la escala de opacidad establecida en el Anillo Ringelmann o su equivalente electrónico”.*

*“Artículo 328.- El sistema de salida de escape de gases de los vehículos de transporte público o comercial deberá estar construido considerándose el diseño original del fabricante del chasis; sin embargo, debe constar de una sola salida sin la apertura de orificios u otros ramales a la tubería de escape, no debe disponer de cambios de dirección brusco, evitando de esta manera incrementar la contrapresión en las válvulas de escape del motor, y la ubicación final de la tubería deberá estar orientada conforme a las normas técnicas establecidas para cada servicio de transporte”.*

Libro V (Ley)

## **6.2 Medio Ambiente**

Uno de los compromisos más importantes de nuestra empresa es la responsabilidad con el medio ambiente, teniendo en cuenta la sustitución de productos contaminantes por biodegradables o naturales.

Discriminando siempre los productos que en su fabricación generan un mayor consumo de la naturaleza. De igual manera preocupándonos por el horizonte y entorno minimizando las repercusiones de la actividad de transporte.

## **6.3 Beneficiarios directos e indirectos del Plan del Buen Vivir**

En el presente plan de negocios se encuentran como beneficiarios directos las empresas que demanden nuestros servicios ya que LAGARCIA S.A. lleva como compromiso lograr la totalidad de satisfacción de nuestros clientes, siempre y cuando tengamos definida la estructura y políticas de este gobierno, ya que este considera prioritario incentivar al recurso humano existente para que trabaje bajo lineamientos establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir, y de esta manera alcanzar el objetivo que es mejorar la calidad de vida de la población.

Como beneficiarios indirectos se considera a las familias que están detrás de nuestros trabajadores, así como también las familias de nuestros clientes que están día a día incentivando y mejorando el compromiso vehemente por parte de todos los involucrados.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En anteriores capítulos analizamos el proceso corporativo, así como también la factibilidad de factores internos y externos, análisis PORTER, informe estadístico y viabilidad financiera; Estudio de mercado que discernía el estudio de la oferta y demanda, determinación de un mercado objetivo, aspectos legales y por ultimo una proyección económica y financiera que incluía la valoración del estado de resultados y flujos proyectados; Calculo del capital de trabajo y evaluación de factibilidad financiera donde se puede deducir que nuestro plan de negocios de LAGARCIA S.A. es totalmente viable, de igual manera se considera la existencia de un mercado activo y explotable.

En este plan de negocios se determinó un tasa de capital de promedio ponderado del 20.98% considerándose como determinante en la toma de decisión sobre la inversión, lo cual conjuntamente con otros indicadores financieros se consideró económicamente factible el proyecto. A esto sumado el Estudio de Mercado no queda ninguna duda de la realidad de LAGARCIA S.A.

Confiamos en que la ejecución del servicio no presente mayores inconvenientes, el monto requerido de la inversión es relativamente ínfimo, así como también las regulaciones y reglamentos de la actualidad no representan obstáculos para aquello; Y los índices financieros demuestran la utilidad que el mismo generara.

## BIBLIOGRAFÍA

- Wellington, Patricia. “Cómo brindar un servicio integral al cliente”, Bogotá: McGraw-Hill, 1997.
- Martin, William B. “Dirección de los servicios de calidad al cliente”, México: Grupo Editorial Iberoamérica, 1992.
- Pardinas, Felipe. “Metodología y Técnicas de Investigación Educativa”, Ediciones CEAC, Barcelona – España: 1990
- Hernández, Joaquín. “Corrientes, Métodos y Técnicas de Investigación”, AFEFCE, Quito-Ecuador: 1999.
- Astudillo, Alexandra; Rojas, Carlos. “Lógica de los procesos”, IDIS, Cuenca – Ecuador: 1992.
- Brenix, “Suplemento.- En el camino hacia la manufactura guiada por la demanda, Estrategia para sobrevivir en el business”, Brenix – Contacto de Unión Empresarial, 4 julio 2003, México.
- Rosales Vega, Gabriel, B2B digital: optimizando resultados en la nueva economía, México, 1ª. Edición.
- Peralta, José: Fundación. “Ecuador su realidad”, Quito 2007
- Martines Sandoval, A. – “Diferenciación de Productos”, 2005
- Martínez Pedros, Daniel; Milla Gutiérrez, Artemio. “La Elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral”
- Barroso Castro, Carmen; Martín Armario, Enrique. “Marketing Relacional”, ESIC Editorial, Madrid – España:1999.
- Welsch, Hilton, Gordon. “Presupuestos, Planificación y control”, Pearson, Prentice Hall, 6ta. Edición.
- Berenson, Mark L.; Levine, Daid M. “Estadística básica en administración” Pearson Educación: 1996.
- Presedo Quindimil, Manuel A.; Cao Abad, Ricardo; Naya Fernández, Salvador. “Introducción a la estadística y sus aplicaciones”. Ediciones Pirámide: 2001.

- PORTER Michael E., “Estrategia y Ventaja Competitiva”, Ed. Deusto, Colombia: 2006.
- Porter Michael E., “Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores”, Ediciones Pirámide: 2009.
- Sun, Tzu and Th Art of Business, “Six Strategic Principles for Managers New York, Oxford, La prensa univesitaria.
- James Ware and Luous B. Barnes, “Managing Interpersonal Conflict”, HBR: 1978.
- Banco Central del Ecuador, Publicaciones, mensuales y anuales de “Indicadores Económicos”, Agosto 2014.
- INEC. (s.f.). Obtenido de <http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/174>
- El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión – COPCI.
- LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL y su reglamento general de aplicación.
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Código Laboral Ecuatoriano
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017